

Citation: Baydaş, A., & Ercan, S., KOBİ Yöneticilerinin Girişimcilik ve Etik Değer Algısının Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Uygulama, BMIJ, (2020), 8(3): 3444-3470, doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1568>

KOBİ YÖNETİCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK VE ETİK DEĞER ALGISININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK AMPİRİK BİR UYGULAMA

Abdulvahap BAYDAŞ¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 16/07/2020

Salih ERCAN²

Accepted Date (Kabul Tarihi): 5/09/2020

Published Date (Yayın Tarihi): 25/09/2020

Çalışmada ilk yazar Sorumlu Yazar (Corresponding Author) rolündedir.

ÖZ

Anahtar Kelimeler:

Girişimci,
Girişimcilik,
İş Ahlakı,
Etik Değer Algısı,

JEL Kodları:

M13

Günümüzde bilişim, iletişim ve internet teknolojilerindeki ilerlemelere bağlı olarak pazarın yapısında, müşteri davranış ve beklentilerinde, örgüt yapısı ve kültüründe meydana gelen değişim ve dönüşümler hiç kuşkusuz ki girişimciliği ve girişimcilikle ilgili etik ikilemleri de oldukça yakından etkilemektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı KOBİ düzeyindeki işletme yöneticilerinin girişimcilik ve etik değer algılarının belirlenmesidir. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde KOBİ düzeyindeki işletmelerde görev yapan 427 yönetici ve girişimciden oluşmaktadır. Araştırma değişkenlerine ilişkin veriler, Girişimcilik ve Etik Değer ölçekleridir. Araştırma verilerinin analizinde SPSS paket programı kullanılarak yapılmıştır. Bu çalışmayı benzerlerinden ayıran temel özellik, etik ve girişimcilikle ilgili yapılan çalışmaların genel olarak büyük ölçekli işletmelerde yapılmasıdır. Bu çalışma ise KOBİ'leri dikkate aldığı için çalışmanın farklılığını göstermektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda etik değer ölçeğinin değişmediği ve tek faktör olduğu, girişimcilik değerlendirme ölçeğinin ise dokuz (9) faktöre ayrıldığı görülmüştür. Buna göre girişimciler; Stratejik Davranan, Kararsız Kalan, Risk Alan, Değişime Direnen, Cesaretli (Atılgan), Finansal Duruma Odaklı, Bireysel Hareket Eden, Belirlilik Durumuna Odaklı ve Kararlı Hareket Eden Girişimci olarak isimlendirilmiştir. Buna göre en önemli faktörler; stratejik davranan girişimci, bireysel hareket eden girişimci ve kararsız kalan girişimci boyutlarıdır. En önemsiz faktörler ise; kararsız kalan girişimci ile cesaretli (atılgan) girişimci boyutlarıdır. Stratejik Davranan Girişimci boyutunun altındaki bütün ifadelerin yüksek derecede öneme sahip olduğu ayrıca bu faktörün ortalama değerinin de yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, üçüncü boyut altındaki "sorumlulukların çalışanlara yayılmasının önemli olması" ve "fırsatları kollamanın yararlı olması", altıncı boyut altındaki; "Hakkında hiçbir şey bilmediğim bir konuda yeni bir girişime kalkışmam" ve yedinci boyut altındaki; "bireysel çalışmanın daha çok başarı getirdiği" ifadeleri de yüksek katılım düzeyine sahiptir. İkinci, dördüncü, sekizinci ve dokuzuncu boyutun altındaki bütün ifadelerin katılım düzeyleri ise orta derecede kalmıştır.

Keywords: Entrepreneur Entrepreneurship Business Ethics Perception of Ethical Value

JEL Codes: M13

¹ Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fak., İşletme Böl., abdulvahapbaydas@duzce.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4471-3470>

² Dr., salihercann@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9179-3680>

EXTENDED ABSTRACT

AN EMPIRIC APPLICATION TOWARDS DETERMINING THE ENTREPRENEURSHIP AND ETHICAL VALUE PERCEPTION OF SME MANAGERS

1. LITERATURE

1.1. RESEARCH SUBJECT

Studies on entrepreneurship and business ethics have been reached, after a comprehensive English and Turkish literature review. It has been determined that there were very few studies that examined the two issues that are related to either entrepreneurship or ethical evaluation.

Studies on entrepreneurship have revealed that individuals are affected by many factors in becoming entrepreneurs (Tong, Tong & Loy, 2011; Özdemir & Karadeniz, 2011; Canedo et al., 2014; Potishuk & Kratzer, 2017).

It can be stated that entrepreneurship and ethics issues have attracted attention recently, although it is very new in management and business administration. However, researchers focused more on the socio-economic aspect of entrepreneurship, and less attention was paid to the ethical dimension of entrepreneurship (Radouche, 2014; Doğan, 2014). Therefore, putting ethical values in the foreground in entrepreneurship increases the originality of the subject.

The primary purpose of the study is to determine the entrepreneurship and ethical value perceptions of business managers at the SME level. In this context, the perceptions of business managers and entrepreneurs were examined by using entrepreneurship and ethical value scales.

1.2. RESEARCH PURPOSE AND IMPORTANCE

The increases in the education and awareness levels of the information processing tools of individuals have caused them to take the role of entrepreneurship from time to time. It is normal to expect improvement in business ethics, as seen in every process. However, considering our country, it is seen that the Ahi system was much more advanced in the 13th century. Issues that entrepreneurs evaluate as right or wrong in the entrepreneurship process can often be overshadowed by the economic gain (Tekin, Soba, & İltir, 2018).

Changes and transformations in the structure of the market, customer behaviour and expectations, organizational structure and culture depending on the advances in information, communication and internet technologies undoubtedly affect entrepreneurship and ethical dilemmas related to entrepreneurship.

In this context, the objective of the study is to determine the entrepreneurship and ethical value perceptions of business managers at the SME level. The sample of the study consists of 427 managers and entrepreneurs working in SME-level enterprises in Istanbul. Data on research variables were evaluated based on the Entrepreneurship and the Ethical Value scales.

1.3. CONTRIBUTION of the ARTICLE to the LITERATURE

As a result of the literature review, many studies on both entrepreneurship and ethical value were found. However, the number of studies examining both subjects together is almost negligible. This work is expected to fill this gap.

The main feature that distinguishes this study from its peers is that the studies on ethics and entrepreneurship are generally carried out in large-scale enterprises. This study shows the difference in the study when SMEs are taken into consideration.

2. DESIGN AND METHOD

The literature on the subject of the research was collected, and a face-to-face questionnaire survey was carried out. The survey questionnaire form of the study has been designed by using the Ethical Value and the Entrepreneurship Scales together.

Taking into account the questionnaire form applied to achieve the primary purpose of the study, the profile part (demographic characteristics) of the study was interpreted by using the frequency analysis and percentage method. The ethical value and entrepreneurship scales were evaluated by looking at the mean, standard deviation and participation levels. Additionally, factor analysis of both scales was made.

2.1. RESEARCH TYPE

The study is a research article based on cross-sectional analysis, using the convenience sampling method, one of the random sampling methods, in a particular field.

2.2. RESEARCH PROBLEMS

The main problem of the research is to determine the ethical values and entrepreneurship characteristics of SME managers and entrepreneurs. Also, determining the participants and the characteristics of the participants from the perspective of entrepreneurship value scale is another problem.

2.3. DATA COLLECTION METHOD

In the study, the questionnaire form, which is a first-hand data source and original information acquisition tool, was applied face to face. Thus, it was aimed to obtain additional information from the research by observing the reactions of the individuals.

2.4. QUANTITATIVE / QUALITATIVE ANALYSIS

Taking into account the questionnaire form applied in order to achieve the primary purpose of the study, the profile part (demographic characteristics) of the study was interpreted by using frequency analysis and percentage method. The ethical value and entrepreneurship scales were evaluated by looking at the mean, standard deviation and participation levels. Also, Factor Analysis was applied to both scales and entrepreneurship characteristics of individuals were tried to be determined.

2.5. RESEARCH MODEL

In the study, information was collected by doing desk research. Scales were determined based on the collected information and modelled using cross-section analysis by obtaining data from the field.

2.6. RESEARCH HYPOTHESES

Considering the primary purpose of the study, the study has been interpreted by taking the level of participation, standard deviation and average values. It was also subjected to factor analysis. In this context, no hypothesis testing was conducted.

3. FINDINGS AND DISCUSSION

3.1. FINDINGS as a RESULT of ANALYSIS

As a result of the factor analysis, it has been observed that the ethical value scale had not changed and was the only factor, and the entrepreneurship evaluation scale was divided into nine (9) factors. Accordingly, entrepreneurs are named as Entrepreneurs Acting Strategically, Remaining Unstable, Taking Risk, Resisting Change, Acting Courageous (Assertive), Focused on Financial Situation, Individual Acting, Focused on Certainty and Acting Decisively.

3.2. HYPOTHESIS TEST RESULTS

It has been determined that all statements under the Strategically Acting Entrepreneur dimension are of high importance and the average value of this factor is also high. On the other hand, under the third dimension, "it is important to delegate the responsibilities to the employees" and "it is beneficial to watch the opportunities", under the sixth dimension; "I do not attempt a new undertaking on an issue I know nothing about " and the bottom of the seventh dimension; which is the statements of "individual work brings more success" also have a high level of attendance.

3.3. DISCUSSING the FINDINGS with the LITERATURE

Within the scope of the primary purpose of the study, factor analysis was performed, and the results obtained were discussed with a literature review.

4. CONCLUSION, RECOMMENDATION AND

4.1. RESULTS of the ARTICLE

Expressions such as "I will immediately solve negative, unethical situations or behaviours in the workplace", "I do not allow unethical behaviour even for the benefit of my business" and "I apply ethical principles and rules without compromising in any way" are the most critical situations in the ethical value scale.

As a result of the factor analysis, it was observed that the ethical value scale did not change and was the only factor, and the entrepreneurship evaluation scale was divided into nine (9) factors. These factors have been named as Strategically Acting Entrepreneur, Indecisive Entrepreneur, Risk-Taking Entrepreneur, Entrepreneur Resisting Change, Courageous (Enterprise) Entrepreneur, Financial Situation Focused Entrepreneur, Individual Acting Entrepreneur, Specificity-Focused Entrepreneur and Decisive Moving Entrepreneur.

4.2. SUGGESTIONS BASED on RESULTS

Businesses can no longer ignore business ethics in markets with intense competition. As a result of unethical practices, there are permanent job failures, especially related to employees and senior managers. This undermines the reputation of SMEs, especially in developing countries, and negatively affects their sustainability. The firm, the firm's managers or entrepreneurs must act ethically and protect their business interests in order to remain competitive. SME owners and employees should also be more sensitive and understand the importance of ethical behaviour in the business world.

4.3. LIMITATIONS of the ARTICLE

The constraints related to the study can be considered in four general terms. The research covers a specific area since the research was conducted on 427 business managers and entrepreneurs only in a small part of Istanbul. Lack of financial resources of individual researchers is a financial constraint. Since it covers a specific time, there is a time constraint. Also, the lack of continuity is a constraint in monitoring the change.

1. GİRİŞ

Girişimcilik; yeni iş imkânlarına neden olması, istihdama katkı sağlaması, yeniliğin öncüsü olması, rekabetin gelişimine katkıda bulunması ve ekonomik gelişmenin önemli bir faktörü olması gibi özellikleri nedeniyle üzerinde durulan önemli bir konudur.

Girişimcilik, ekonomik büyümenin ve istihdam oluşturmada önemli bir motordur (Delmar, 1996; Palma, e Cunha ve Lopes, 2009). Yeni bir şirket kurmak, hem kişisel hem de öznel güdümlere ve ayrıca çevreye dayalı bir kararı temsil eder. Bu özelliklerden en önemlisi girişimcinin motivasyonudur (Barba-Sanchez ve Antienza-Sahuquillo, 2012).

Girişimcilik faaliyetlerinin yürütülmesinde yetkili olan girişimci ise; yeni düşünce ve fikirlerin ortaya çıkarılmasını, yayılmasını ve uygulanmasını hızlandırır, yeni iş kollarının oluşmasını sağlar ve hem ekonomik hem de sosyal gelişmede önemli bir aktör olarak görev yapan kişidir. Girişimci, feodal yapıdan sanayi topluma geçişte toplumun dinamiğini oluşturan itici bir güçtür. Bu önemli görevleri üstlenen girişimcilerin; azim ve kararlılık, yenilik, kendine güven, hesaplı risk almak, başarı ihtiyacı, iş etiği, fırsat yönelimi ve problem çözme yeteneği gibi özellikleri mevcuttur (Timuroğlu ve Çakır, 2014). Girişimcilerin sahip oldukları bütün özelliklerin araştırılması ve incelenmesi, hem ekonomik hem de sosyal anlamda girişimciliğin daha iyi anlaşılması ve geliştirilmesine neden olacaktır.

Girişimciliğe ilişkin yapılan araştırmalarda bireylerin girişimci olmalarında pek çok faktörün etkisinde kaldığı tespit edilmiştir (Tong, Tong ve Loy, 2011; Özdemir ve Karadeniz, 2011; Canedo vd., 2014; Potishuk ve Kratzer, 2017). Hisrich'e göre (1995) aile, eğitim, yaş, tecrübe, rol modeller ve kişisel değerler girişimciliğe etki eden en önemli faktörlerdir. Bir diğer çalışmada ise (Franco vd., 2010) gelir seviyesi, cinsiyet, yaş, eğitim, medeni hal, din, aile, doğum yeri gibi demografik ve kişisel faktörler ile özellikle bir iş kurma fikrini hayata geçirirken etkili olan ekonomik, sosyal, yasal ve teknolojik gelişmeler gibi çevresel faktörler de girişimciliği etkileyen faktörlerdir (Başar, 2019).

Girişimcilik ve etik konusu yönetim ve işletmecilikte çok yeni olmasıyla beraber son zamanlarda ilgi çektiği söylenebilir. Ancak, araştırmacılar tarafından girişimciliğin daha çok sosyo-ekonomik yönü üzerinde durulmuş ve girişimciliğin etiksel boyutuna daha az dikkat çekilmiştir (Radouche, 2014; Doğan, 2014). Dolayısıyla girişimcilikte etik değerlerinin ön plana alınması konunun orijinalliğini artırmaktadır.

Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden sonra girişimciliğe olan akademik ilginin arttığı söylenebilir. Buna bağlı olarak birçok bilimsel araştırmaya ve konferansa konu olan girişimciliğin, aynı zamanda üniversite müfredatlarına girerek işletme yönetimi alanındaki öneminin iyiden iyiye arttığı görülmektedir.

Çalışmanın ana amacı KOBİ düzeyindeki işletme yöneticilerinin girişimcilik ve etik değer algılarının belirlenmesidir. Bu bağlamda girişimcilik ve etik değer ölçekleri kullanılarak işletme yönetici ve girişimcilerinin algıları irdelenmiştir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik

Birinci sanayi devriminden (18. yüzyıl) beri girişimci ve girişimcilik kavramlarının tanımlanması ve açıklanması için birçok akademik araştırma yapılmıştır. Genel anlamda girişimciliğin insan unsuruna bağlı olarak geçmişten günümüze değin tüm zaman dilimlerinde var olduğu söylenebilir. Bu anlamda girişimcilik kavramı özellikle insanoğlunun ihtiyacından fazlasını üreterek ticari faaliyetlerin başlamasıyla birlikte geniş kullanım alanı bulmuştur.

Girişimci terimini ilk kez Richard Cantillon (1680-1734), ekonomik sistemde düzenli bir maaşa bağlı kalmak yerine risk alarak ticari kar elde etmeye çalışan bireyleri tanımlamak için kullanmıştır (Enami ve Nazari, 2012:60). Ayrıca girişimcilikte risk unsurunu ilk kez 1700'lü yıllarda ortaya atan kişi yine Cantillon'dur (Hisrich ve Peters, 1998:6).

Öte yandan 1800'lü yıllarda Jean Baptiste Say (1767-1832), girişimciliği kaynakları daha az üretken yatırımlardan daha üretken yatırımlara yönelten ve buna bağlı olarak servet kazanan kişi olarak tanımlamıştır (Drucker, 2015:58). Özellikle 1900'lü yılların ilk yarısında Avusturyalı iktisatçı Joseph Schumpeter girişimciliği

yenilikçilikle buluşturup (Balabkins, 2003:202) kavramsal alt yapısını oluşturmuştur. Schumpeter'e (1934) göre girişimcilik yenilik yapmak ve yeni fırsatları keşfetme yeteneği anlamına gelmektedir.

Girişimcilik konusu, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken büyük bir önem kazanmıştır. Girişimcilik bilgi toplumunda bir meslek, hem de ekonomik arenanın en önemli mesleği olarak gelişme sürecindedir. İnsanlarını, özellikle gençlerini girişimcilik mesleğinin gerektirdiği niteliklerle donatabilen toplumlar refah ve mutluluk yolunda daha hızlı yol alacaklardır (Müftüoğlu, 2014).

Girişim ve girişimcilik tanımları ile ilgili fikir birliğine varılmamıştır (Chell, 2008:21). Ancak girişimcilik tanımlarının ortak vurgusunun yenilik yapmak, risk almak ve üretim faktörlerini bir araya getirmek olduğu söylenebilir (Hisrich ve Peters, 1998:9). Kurumsal girişimcilik kurumsal performansın en önemli unsurlarından biridir (Ireland vd., 2006a,b; Morris vd., 2008). Yöneticiler de girişimcilik sürecinin en önemli parçası olarak kabul edilmesine rağmen (Kuratko vd., 2005a), girişimcinin kişilik özellikleri (Başar, 2019), uygulanan yeni fikir sayısı (Kuratko vd., 2005b) ve farklı düzeylerdeki yöneticilerin farklı örgütsel rolleri üstlenmesine göre değişim göstermektedir (Floyd ve Lane, 2000; Hornsby vd., 2009). Yönetim düzeyinin girişimcilik yapısını araştıran çalışmaları çoğu (öncelikle kavramsal çalışmalar) girişimciliğin "aşağıdan yukarıya" bir süreçte birinci seviye yöneticilerin rolünü vurgulamıştır (Burgelman, 1983; 1984; Filion, 1994; Berber, 2000; Yıldırım, Demirel ve İçerli, 2011; Onakoya ve Abosedo, 2013; LPU 2013; Kamanlı, 2015; Söker, 2016).

Hicks (2009:50-51) girişimciyi, hırslı ve cesur bir şekilde bir iş fikrini geliştirerek bir işletmeye dönüştüren kişi olarak, girişimcilik sürecini ise bilinçli olarak yeni bir ürün ya da hizmetle ifade etmektedir. Yenilikten kasıt işletmeye ya da pazara yeni bir ürün-hizmet, teknoloji, iş yapma süreci, model ya da teknik hususlarıdır (Miles, Munilla ve Covin 2004:98). Dolayısıyla girişimci, yeni bir ürün veya hizmet öngörmek ve pazara sunmak için üst düzeyde hayal gücüne sahip olmalıdır (Buchholz ve Rosenthal, 2005:307). Kaldı ki iyi bir iş planına sahip olmak önemli olsa da, asıl olan planı gerçeğe dönüştürme yetkisidir (Hicks, 2009:51).

Yazında başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık ve risk alma eğilimi girişimciliği belirleyen temel üç özellik olarak görülmektedir. İş dünyasındaki yansımaları dikkate alındığında girişimcilerin zorlukların üstesinden gelerek başarıya ulaşmak için çok güçlü bir motivasyona sahip oldukları, çıktılar üzerinde büyük bir kişisel kontrol duygusu hissettikleri ve iş dünyasının doğasında bulunan belirsizlikleri yöneterek daha kolay risk aldıkları görülmektedir (Chell, 2008:23).

Girişimciler, iş fırsatlarını keşfederek ekonomik ve toplumsal büyüme ve kalkınmaya imkân sağlayan son derece önemli kişilerdir. Girişimcilik özellikleri doğuştan gelen, sonradan eğitim yoluyla öğrenilen ve sosyo-kültürel çevrenin etkisiyle şekillenen yeteneklerin birleşmesinden meydana gelmektedir (Peris-Ortiz, Rueda-Armengot ve Osorio, 2012:344).

Girişimci riskleri üstlenen (Buchholz ve Rosenthal, 2005:307) sosyo-ekonomik mekanizmanın itici gücünü oluşturan kişilerdir. Kısaca girişimci iş fikirleri üreten ve bu fikirlerden hangilerinin piyasada kabul görebileceği kararını veren yeni fırsatlar yakalayan ve kullanan kişidir (Kanter, 1988; Covin ve Miles 1999:49; Shane ve Venkataraman, 2000:218; Chell, 2008:22). Bu anlamda girişimciliğin temel belirleyicileri deneme yanılma yoluyla elde edilen tecrübelerdir.

2.2. Etik Değer Algısı

Etik, ahlak ve iş ahlakı kavramları dijitalleşmeyle birlikte dönüşüm gösteren girişimcilik önem verilmesi gereken konuların başında gelmektedir. Doğası gereği insanoğlunun var olduğu her zaman ve mekânda etik ve ahlak konularının da var olduğu söylenebilir. Özellikle etik konusu üzerinde Antik Yunan döneminde (MÖ 700'ler) çok sayıda çalışma yapıldığı bilinmektedir. Söz konusu dönemde Platon, Sokrates ve Aristoteles'in yönetsel düşünce üzerinde önemli çalışmalar yaptığı görülmektedir. Özellikle Platon'un adil bir yönetim kavramını incelediği örgüt yönetimi anlayışı günümüz etik ve yönetsel ahlak alanlarına hiç kuşkusuz ki farklı boyutlar kazandırmıştır (Keskin, Akgün ve Koçoğlu, 2016:125-137).

Etik, neyin iyi-doğru ve neyin kötü-yanlış olduğuna dair geleneksel kural ve ilkeleri sorgulamaktadır. Bu kural ve ilkeler bilinçli veya bilinçsiz olması fark etmeksizin bireyler tarafından içselleştirilerek toplumun genel ahlak kurallarını

meydana getirmektedir. Etik temelde, bireylerin eleştirel ve bağımsız düşünebilmeleri için bir araç görevi görerek ahlaki konularla ilgili bağımsız kararlar verebilmelerini sağlamaktadır. Bu anlamda etiğin, ahlaki davranışı inceleyen bir teori olduğu söylenebilir (Vallaster vd., 2019:227).

Öte yandan ahlak kavramı gelenek-görenekler, örf-adetler, kültürel değerler, görgü kuralları, dini öğretiler vb. temelinde toplumsal mutabakat yoluyla belirlenmiş değer, ilke ve kurallar bütünü olarak tanımlanabilir. Ahlak, etiğin gerçek hayattaki uygulaması olarak kabul edilebilir. Çünkü ahlak, etiğin muğlak ve karmaşık doğasını toplum için daha somut ve anlaşılabilir bir hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Ahlak, toplum içerisinde somut davranış standart ve normlarını temsil etmektedir. Yani, toplum tarafından ortaya konulan doğru davranış kalıbını yansıtmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2013:480; Vallaster vd., 2019:227).

Etik ve ahlak aynı kavram olmamakla birlikte, uygulamada genellikle birbirlerinin yerine kullanıldıkları için anlamlarını net bir çizgiyle ayırmak kolay değildir. Daha açık bir ifadeyle etik ve ahlak kavramları birbirlerine yakın mana taşımalarına rağmen aynı anlama gelmemektedir. Literatürde çokça vurgulanan bu durum yanlış anlamalara ya da yanıltıcı sonuçlara neden olabilmektedir (Tenbrunsel ve Smith-Crowe, 2008:548).

Ayrıca yazında da iş ahlakı ve iş etiği kavramlarının genelde birbirlerinin yerine kullanılmıştır. İş ahlakı, ahlaki değer, ilke ve kurallarının iş hayatındaki yansımalarıdır. Yani iş ahlakı, iş hayatındaki etik ve ahlak bilgisi olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla söz konusu kavram girişimciliği sosyal ve çevresel meselelerde çözümün bir parçası olmaya dönüştürmesi açısından oldukça önemli ve dikkat çekicidir (Fischer vd., 2005:208). Hicks'e (2009) göre iş ahlakı, girişimcilerin etik değerleri ve erdemleri üzerine bina edilmelidir. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra iş ahlakı kavramının iş hayatında öneminin giderek arttığı ve önemli bir akademik çalışma alanı haline geldiği görülmektedir.

Etik ve iş ahlakı anlayışıyla ilgili değerler endüstrinin yapısına, işletme ölçeğine, organizasyon yapısına, iş yapma kültürüne ve çevresel faktörlere bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir (Harris, Sapienza ve Bowie, 2009:409). Aynı

şekilde söz konusu değerler hiç şüphesiz ki küresel, bölgesel ve yerel olarak ta farklılık göstermektedir. Bezer şekilde bireylerin yetiştikleri aile ve sosyo-kültürel çevre ahlak anlayışının oluşmasında son derece önem arz etmektedir. Öte yandan duyarlılık ve hayal gücü başta olmak üzere benzer özelliklerin ahlaki karar verme sürecinde de kritik öneme sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca daha iyi bir gelir elde etme arayışının (Peris-Ortiz vd., 2012; Vranceanu, 2013; Ogbari vd., 2016), günümüzde bireyleri daha fazla yenilikçi olmaya ve girişimci faaliyetlerde bulunmaya yönlendiren güçlü bir motive edici unsur durumuna geldiği görülmektedir (Miles vd., 2004:98). Diğer taraftan aynı motive edici gücün girişimcilik açısından etik ikilemlere neden olduğu ayrı bir gerçekliktir (Buchholz ve Rosenthal, 2005; Fisscher vd., 2005; Tenbrunsel ve Smith-Crowe, 2008; Vranceanu, 2013; Kök ve Aksel, 2016).

Girişimcilerin, bir yandan yeni ürün ve istihdam fırsatları oluşturarak ülkenin ekonomik gelişimine katkılarından ötürü övülürken ve yenilikçiler olarak kabul edilirken, öte yandan genellikle tek taraflı iş başarıları ve gerektiğinde ahlaki değerlerden ödün verdikleri iddialarıyla eleştirilmeleri nedeniyle Fisscher vd. (2005), girişimcilik ve etik ilişkisini yoğun bir aşk-nefret ilişkisi olarak nitelendirmektedirler.

2.3. Literatür Taraması

Girişimcilik yazında çokça çalışılmasına rağmen etik ve ahlaki boyutu çok az çalışılmıştır. Literatür, genel anlamda girişimcilik bağlamında bir etik ikilemin var olduğu göstermektedir. Buradaki temel mesele girişimci ve girişimci kuruluş için uygun olan eylem ve çıktılarının aynı zamanda toplum içinde uygun olup olmadığıyla ilgilidir. Özellikle etik tavizler, işletmenin performansı ya da kurumun ayakta kalıp kalmaması gibi hayati öneme sahip konularda doğrudan etkisi olduğunda son derece kritik önem arz etmektedir.

Yazında girişimcilik ile ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalar şu şekilde özetlenebilir. Ahlaki girişimci (Brown, Trevin ve Harrison, 2005; Kaptain 2019), sürdürülebilir başarı için girişimcinin sorumluluğu ve etik kaygılarına bağlılığı (Markman vd., 2016), iş ahlakının kurumun performansı üzerindeki olumlu etkisi (Chell, Spence, Perrini ve Harris, 2014), İslam iş ahlakının kadın girişimciler

üzerindeki etkisi (Tlaiss 2015), girişimcilik, etik ve verimlilik ilişkisi (Demirpolat ve Yıldız, 2014), haksız rekabeti engellemek ve hayırseverliği teşvik etmek (Hicks, 2009), etik ve girişimcilik ilişkisi (Harmeling, Sarasvathy ve Freeman, 2008), iş adamlarının etik tutumlarının kültürlerarası farklılıklara etkisi (Sommer, Welsh ve Gubman, 2000; Bucar, Glas ve Hisrich, 2003), girişimcilik ahlakının pozitif etkileri (Özen Kutaniş, Bayraktaroğlu ve Mert, 2003), İbn Haldun'a göre İslami iş ahlakı (Arslan 2019), iş ahlâkı ve sosyal sorumluluk algısı (Doğan 2014; Bektaş 2015; Tekin, Soba ve İlter, 2018), kadın girişimciliğinde etik değerler (Çelik ve Yılmaz, 2018), kurum ve yönetici ahlakı ilişkisi (Tuncer, 2017), iş ahlakına uygun olmayan faaliyetlerin kayıplara neden olduğu (Kök ve Sarıkaya, 2013), bürokratik engellerin girişimciliği olumsuz etkilediği (Fiş ve Wasti, 2009) ve iş ahlakı ile ilgili çalışmaların henüz yeterli olmadığı (Eğri ve Sunar, 2010) konularına değinilmiştir.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Bilgi işlem araçlarının ve dolayısıyla bireylerin eğitim ve bilinç düzeylerinin yükselmesi bireylerin zaman zaman girişimcilik rolünü üstlenmesine neden olmuştur. Her işlemden olduğu gibi iş etiğinde de gelişmenin beklenmesi normal olarak karşılanmaktadır. Ancak ülkemiz dikkate alındığında 13. Yüzyılda Ahilik sisteminin çok daha ilerde olduğu görülmektedir.

Girişimcilerin girişimcilik sürecinde doğru ya da yanlış olarak değerlendirdikleri konular, çoğu zaman ekonomik kazancın gölgesinde kalabilmektedir (Tekin, Soba ve İlter, 2018).

Bilişim, iletişim ve internet teknolojilerindeki ilerlemelere bağlı olarak pazarın yapısında, müşteri davranış ve beklentilerinde, örgüt yapısı ve kültüründe meydana gelen değişim ve dönüşümler hiç kuşkusuz ki girişimciliği ve girişimcilikle ilgili etik ikilemleri de oldukça yakından etkilemektedir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı KOBİ düzeyindeki işletme yöneticilerinin girişimcilik ve etik değer algılarının belirlenmesidir. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde KOBİ düzeyindeki işletmelerde görev yapan 427 yönetici ve

girişimciden oluşmaktadır. Araştırma değişkenlerine ilişkin veriler, Girişimcilik ve Etik Değer lekleri esas alınarak değerlendirilmiştir.

3.2. İstatiksel Analiz

Araştırmanın ana amacına ulaşmak için uygulanan anket formu dikkate alınarak araştırmanın profil kısmı (demografik özellikler) frekans analizi ve yüzde yöntemi kullanılarak yorumlanmıştır. Etik değer ve girişimcilik ölçekleri ise, ortalama, standart sapma ve katılım düzeyleri göz önüne alınarak değerlendirilmiştir.

3.3. Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul ili Anadolu Yakasında faaliyette bulunan işletmeler oluşturmuştur. 2019 yılının Temmuz, Ağustos, Eylül aylarında İstanbul Anadolu Yakasında 4 AVM’de 427 işletme yönetici ve girişimcisi ile yüz yüze anket yapılmıştır. Yüz yüze anketin ana özelliği dönüş oranının yüksekliliği ve esnek yapıda olmasıdır. Böylece anlaşılmayan sorular izah edilmiş ve anketin tam olarak doldurulması sağlanmıştır. Ayrıca, kolayda örneklem yöntemi tercih edilerek çalışmanın kısa sürede tamamlanması sağlanmıştır.

3.4. Ölçekler

Araştırmada genel olarak iki ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeklerden biri etik değer diğeri ise girişimcilik leğidir. Etik Değer leği Büte (2011) alışmasından, girişimcilik leği ise Timuroğlu ve akır (2014), Taşgit (2012) ve Karakavak ırak (2009) yararlanılarak uygulanmıştır. Her iki ölçeğin de güvenirlik ve geçerliliği test edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Genel Değerlendirme

Araştırmada genel olarak kullanılan ifadeler ve araştırmaya katılanların demografik zellikleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmanın Genel Profili

Sektör	Frekans	Oran	Unvan	Frekans	Oran
Gıda	79	18,5	Yönetici	272	63,7
İnşaat ve Dayanımlı tüketim	82	19,2	Müdür Yardımcısı	54	12,7
Sağlık	26	6,1	Uzman	30	7,0
Elektronik ve Bilişim	26	6,1	İşletme sahibi (Girişimci)	71	16,6
Hizmet	141	33,0	Toplam	427	100,0
Tekstil	73	17,1	Yaş	Frekans	Oran
Toplam	427	100,0	18-29 yaş	177	41,5
Cinsiyet	Frekans	Oran	30-39 yaş	140	32,8
Kadın	277	64,9	40-49 yaş	79	18,5
Erkek	150	35,1	50 yaş ve üzeri	31	7,3
Toplam	427	100,0	Toplam	427	100,0
Eğitim durumu	Frekans	Oran	Medeni durum	Frekans	Oran
İlköğretim ve altı	39	9,1	Bekar	199	46,6
Lise/Önlisans	245	57,4	Evli	228	53,4
Lisans	124	29,0	Toplam	427	100,0
Lisans üstü	19	4,4	Çalışma Süresi	Frekans	Oran
Toplam	427	100,0	1 yıldan az	23	5,4
Çalışan Sayısı	Frekans	Oran	1-5 yıl	130	30,4
1-49 Çalışan	309	72,4	6-10 yıl	102	23,9
50-199 Çalışan	92	21,5	11-15 yıl	63	14,8
200 ve üzeri çalışan	26	6,1	16 yıl ve üzeri	109	25,5
Toplam	427	100,0	Toplam	427	100,0

Katılımcılar sektör açısından değerlendirildiğinde; Hizmet (%33,0), İnşaat ve Dayanımlı Tüketim (%19,2), Gıda (%18,5), Tekstil (%17,1), Sağlık (%6,1) ve Elektronik ve Bilişim (%6,1) olduğu görülmektedir. Dolayısıyla hizmet, inşaat ve dayanıklı tüketim ile gıda sektörünün ağırlıkta olduğu söylenebilir. Katılımcılar Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde; erkelerin (%64,9) kadınların ise (%35,1) oranına sahip oldukları görülmektedir. Dolayısıyla cevaplayıcıların çoğunluğunun erkek olduğu söylenebilir. Eğitim açısından değerlendirildiğinde lise ve ön lisans eğitim düzeyine sahip olan bireylerin yoğunlukta (%57,4) oldukları lisans eğitime sahip olan bireylerin de önemli bir orana (%29) sahip olduğu görülmektedir. Çalışan sayısı açısından değerlendirildiğinde; 1-49 çalışan (%72,4), 50-199 çalışan (%21,5) ve 200 ve üzeri çalışan (%6,1) şeklinde dağılım göstermiştir. Dolayısıyla girişimlerin daha çok küçük ölçekli olduğu ifade edilebilir.

Cevaplayıcılar ünvan açısından değerlendirildiğinde; Yönetici (%63,7), Müdür Yardımcısı (%12,7), Uzman (%7) ve İşletme Sahibi (Girişimci) (%16,6) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda yöneticilerin ağırlıkta oldukları söylenebilir. Yaş açısından değerlendirildiğinde katılımcıların 18-29 yaş (%41,5), 30-39 yaş (%32,8), 40-

49 yaş (%18,5) ve 50 yaş ve üzeri (%7,3) aralıklarında değiştiği görülmektedir. Dolayısıyla gençlerin büyük çoğunlukta oldukları görülmektedir. Medeni durum açısından evlilerin oran olarak biraz daha yoğun oldukları (%53,4) görülmektedir. Çalışma süresi açısından değerlendirilme yapıldığında; bireylerin uzun vadeli işletmelerde çalıştıkları ifade edilebilir. Zira çalışma süresi açısından; 1-5 yıl (%30,4), 16 yıl ve üzeri (%25,5), 6-10 yıl (%23,9), 11-15 yıl (%14,8) ve 1 yıldan az (%5,4) şeklinde dağılım göstermektedir.

4.2. Etik Değer Ölçeği Faktör Analizi

Tablo 2. Etik Değer Ölçeğinin KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Ölçüm Testi		,871
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1123,974
	Serbestlik Derecesi	21
	Önem Derecesi	,000

Etik değer ölçeği ile ilgili yapılan faktör analizinin KMO değeri 0,897 olarak çıkmıştır. Bu sonuç sosyal bilim açısından uygun olan bir sonuçtur. Önem derecesi 0,000 çıktığı için çalışma faktör analizine uygundur. Ayrıca literatürdeki gibi tek faktör olarak çıkmış ve varyansın %54,056'sını ifade ettiği belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerden biri olan Etik Değer ölçeği ile ilgili istatistiki bilgiler Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Etik Değer Ölçeği İle İlgili İstatistiki Bilgiler

	Ortalama	Std. Sapma	Katılım Düzeyi
Çalıştığım işletmede resmi, yazılı etik kurallar vardır	4,0468	1,31000	Yüksek Katılım
İşyerinde, etik olmayan davranışları hiçbir şekilde tölere etmem	4,2155	1,18696	Yüksek Katılım
Kişisel çıkarları için etik dışı davranışlar sergileyen çalışanlara yaptırım uygulamam	4,1405	1,25182	Yüksek Katılım
İşletmemin çıkarları için bile olsa etik olmayan davranışlara müsaade etmem	4,2974	1,13546	Yüksek Katılım
İşyerinde olumsuz, etik olmayan durum veya davranışlara hemen çözüm getiririm	4,4122	1,05200	Yüksek Katılım
Etik ilke ve kuralları, hiçbir şekilde taviz vermeden uygulamam	4,2881	1,01580	Yüksek Katılım
İşletmemizde çalışanları etik dışı davranmaya sevk eden herhangi bir ortam yoktur	4,2014	1,25661	Yüksek Katılım

($X^- = 1,00-2,33$ Düşük Katılım Düzeyi, $X^- = 2,34-3,66$ Orta Katılım Düzeyi, $X^- = 3,67-5,00$ Yüksek Katılım Düzeyi)

Etik değer ölçeğinde; “İşyerinde olumsuz, etik olmayan durum veya davranışlara hemen çözüm getiririm”, “İşletmemin çıkarları için bile olsa etik olmayan davranışlara müsaade etmem” ve “Etik ilke ve kuralları, hiçbir şekilde taviz vermeden uygulayım” ifadeleri en çok önem verilen unsurlardır. Zira söz konusu ifadelere katılım oldukça yüksektir.

Öte yandan “İşyerinde, etik olmayan davranışları hiçbir şekilde tolere etmem”, “İşletmemizde çalışanları etik dışı davranmaya sevk eden herhangi bir ortam yoktur”, “Kişisel çıkarları için etik dışı davranışlar sergileyen çalışanlara yaptırım uygulayım” ve “Çalıştığım işletmede resmi, yazılı etik kurallar vardır” ifadelerinin de katılım düzeyi yüksektir. İşletme sahibi ve yöneticileri bu ifadelere de yüksek katılım göstermişlerdir.

4.3. Girişimcilik Değerlendirme Ölçeği İle İlgili Faktör Analizi

Girişimcilik değerlendirme ölçeği ile ilgili yapılan faktör analizinin KMO değeri 0,871’dir. Söz konusu değer sosyal bilimler açısından yeterli bulunmuştur. Öte yandan ölçeğin önem derecesi 0,000 olarak çıktığı için çalışmanın faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Yapılan faktör analizi sonucunda dokuz (9) faktör belirlenmiştir. Aynı zamanda dokuz faktörün toplam varyansın %54,339’unu açıkladığı görülmektedir.

Tablo 5’te de görüldüğü gibi faktör analizi sonucunda dokuz (9) boyut belirlenmiştir. Araştırmaya katılan işletme yöneticisi ve girişimcileri dokuz açıdan değerlendirildikleri görülmektedir. Faktör yükleri ve önemleri dikkate alındığında ilk faktör stratejik davranan girişimci olarak belirlenmiştir. Birinci faktörün altında 13 ifade yer aldığı ve varyansın yaklaşık olarak %21’ini oluşturduğu belirlenmiştir. İki faktör kararsız kalan girişimci olarak isimlendirilmiş, üç ifadeden oluştuğu ve varyansın yaklaşık olarak %9’unu açıkladığı görülmüştür. Risk alan girişimci olarak adlandırılan üçüncü faktörün üç ifadeden oluştuğu ve varyansın yaklaşık olarak %5’ini açıkladığı belirlenmiştir.

Tablo 5. Girişimcilik Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Değişkenler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Öz Değer
Stratejik Davranan Girişimci	SDG1	,698	20,865	7,512
	SDG2	,696		
	SDG3	,692		
	SDG4	,669		
	SDG5	,663		
	SDG6	,661		
	SDG7	,611		
	SDG8	,598		
	SDG9	,576		
	SDG10	,520		
	SDG11	,488		
	SDG12	,458		
	SDG13	,441		
Kararsız Kalan Girişimci	KKG1	,748	9,136	3,289
	KKG2	,703		
	KKG3	,610		
Risk Alan Girişimci	RAG1	,631	5,010	1,803
	RAG2	,500		
	RAG3	,477		
Değişime Direnen Girişimci	DDG1	,649	4,048	1,457
	DDG2	,554		
	DDG3	,521		
	DDG4	,379		
Cesaretli (Atılgan) Girişimci	CAG1	,588	3,325	1,197
	CAG2	,586		
	CAG3	,579		
Finansal Duruma Odaklı Girişimci	FDOG1	,622	3,117	1,122
	FDOG2	,572		
	FDOG3	,511		
Bireysel Hareket Eden Girişimci	BDEG1	,671	3,049	1,098
	BHEG2	,591		
Belirlilik Durumuna Odaklı Girişimci	BDOG1	,759	3,005	1,082
	BDOG2	,430		
	BDOG3	,416		
Kararlı Hareket Eden Girişimci	KHEG1	,730	2,784	1,002
	KHEG2	-,620		
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,871 Approx. Chi-Square: 4307,333 Barlett's Test of Sphericity: 0,000 Extraction Method: Principal Components Rotation Method: Varimax Açıklanan Varyans Toplamı: 54,339			

Değişime direnen girişimci olarak isimlendirilen dördüncü faktör; dört ifadeden oluştuğu ve varyansın yaklaşık olarak %4'ünü açıkladığı bulunmuştur. Beşinci faktör cesaretli (atılgan) girişimci olarak isimlendirilmiş; üç ifadeden oluştuğu ve varyansın yaklaşık olarak %3'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Altıncı faktör finansal duruma odaklanan girişimci olarak isimlendirilmiş, üç ifadeden oluşmuş ve

varyansın yaklaşık olarak %3'ünü açıkladığı görülmüştür. Yedinci faktör bireysel hareket eden girişimci olarak isimlendirilmiş, iki maddeden oluştuğu ve varyansın yaklaşık olarak %3'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Sekizinci faktör belirlilik durumuna odaklanan girişimci olarak isimlendirilmiş, üç maddeden oluşmuş ve varyansın yaklaşık olarak %3'ünün açıkladığı tespit edilmiştir. Kararlı hareket eden girişimci olarak isimlendirilen dokuzuncu faktör, iki maddeden oluştuğu ve varyansın yaklaşık olarak %3'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Dokuz faktör toplam varyansın yaklaşık olarak %54'ünü açıkladığı görülmüştür.

Araştırmada kullanılan ölçeklerden diğeri olan Girişimcilik Değerlendirme ölçeği ile ilgili istatistiki bilgiler Tablo 6'da verilmiştir.

Birinci boyutun altında incelenen Stratejik Davranan Girişimci; “İş güvenliğinin önemli olması”, “yapılan işin mükemmelliğinin ön planda olması”, “başarıda sahip olunan yeteneklere güvenilmesi”, “rekabetin daha çok çalışmaya sevk ettiği”, “olumlu veya olumsuz sonuçları olan kararların sonuçlarının göğüslenmesi gerektiği”, “yakınlığın değil yeteneklerin ön planda tutulması”, “Yetenek ve deneyimle zor işlerin başarılması”, “sürekli yeni yol ve yöntemlerin araştırılmasının önemli olması”, “iyi planlan işlerin daha değerli olduğu”, “düşük risk alma”, “yapılan işlerin önceden planlanması ve planlamaya sadık kalınması”, “başarı ve benimsemenin kazancın önüne geçtiği” ve “aktif çalışmanın önemli olduğu”, ifadeler çok önemli olarak görülmüştür. Zira söz konusu ifadelerin katılım düzeyleri yüksek çıkmıştır.

İkinci boyutun altında incelenen Kararsız Kalan Girişimci; “yeni fikirlerin öne sürülmesinin zor olduğu”, “çoğunluğun fikrinin önemli olduğu ve uyulması gerektiği” ve “kişisel problemlerin olduğu” ifadeleri orta derecede önemli bulunmuştur. Söz konusu ifadelerin katılım düzeyleri de orta olarak çıkmıştır.

Üçüncü boyutun altında incelenen Risk Alan Girişimci; “sorumlulukların çalışanlara yayılmasının önemli olması” ve “fırsatları kollamanın yararlı olması” ifadelerin yüksek katılım düzeyine sahip olduğu “risk ile kazancın doğru orantılı olması” ifadesi ise orta derecede önem sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Faktör Boyutlarının Girişimcilik Değerlendirme Ölçeği İle İlgili İstatistik Bilgiler

	Ortalama	Std. Sapma	Katılım Düzeyi
Stratejik Davranan Girişimci			
İş güvenliği benim için çok önemlidir	4,5410	1,02553	Yüksek Katılım
Bir şey yaparken onu sadece yapmış olmak için değil mükemmel bir şekilde yapmaya çalışırım	4,3653	,99648	Yüksek Katılım
Bir işte başarılı olmadı yeteneklerime güvenirim	4,3419	1,02787	Yüksek Katılım
Zorluklarla baş etmede rekabet, beni daha sıkı çalışmaya itmektedir	4,2014	1,09059	Yüksek Katılım
Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına her zaman katlanırım	4,1967	1,07410	Yüksek Katılım
İnsanların, arkadaşlık ve diğer ilişkiler temelinde değil de yetenek ve bilgi temelinde işe alınmaları taraftarıyım	4,1663	1,16804	Yüksek Katılım
Yetenek ve birikimim sayesinde zorlukların üstesinden gelebilirim	4,1639	1,05319	Yüksek Katılım
İşleri yapmada her zaman yeni ve daha iyi yolların olduğuna inanırım	4,1569	1,10535	Yüksek Katılım
İyi bir iş ne yapılacağı ve nasıl yapılacağı belli olan iştir	4,1382	1,16164	Yüksek Katılım
Başarı olasılığı %60 ve daha yüksek olan durumlarda risk alırım	4,0047	1,07903	Yüksek Katılım
Yapacağım işleri önce programlar sonra bu programdan sapmadan aynen uygulamam	3,9953	1,14243	Yüksek Katılım
Elde edeceğim kazanç iyi olsa da başarılı olamayacağım ve sevmeyeceğim bir işte çalışmak istemem	3,9789	1,35557	Yüksek Katılım
Olayların olmasını bekleme ve seyretme yerine onların oluşmasına etki etmeyi tercih ederim	3,8267	1,26452	Yüksek Katılım
Kararsız Kalan Girişimci			
Bir konuda yeni, yabancı ya da çılgın fikirler ileri sürmek benim için çok zor bir durumdur	2,8126	1,39332	Orta Katılım
Çoğunluğun görüşüne karşı olan konularda genellikle kendimi ifade etmede zorlanırım	2,7096	1,44864	Orta Katılım
Çözülmesi (giderilmesi) çok zor zayıf yönlerim ve korkularım var	2,5293	1,35521	Orta Katılım
Risk Alan Girişimci			
Sadece birkaç insanın bütün sorumlulukları üstlenmesi beni rahatsız eder	3,8244	1,27068	Yüksek Katılım
Başkalarının görmedikleri iş fırsatlarını görebilirim	3,7986	1,06885	Yüksek Katılım
Yüksek getiri veya kazanç için yüksek riskler alırım	3,3372	1,28136	Orta Katılım
Değişime Direnen Girişimci			
Sürekli olmamak koşuluyla elde ettiğim kazancın küçük olması beni endişeye sevk etmez	3,5246	1,33611	Orta Katılım
Şanssızlık veya talihsizlik yapılan hataların bir sonucudur.	3,1265	1,39682	Orta Katılım
İşlerin yapılış biçimine yönelik değişimden genellikle kaçınırım	2,9742	1,36240	Orta Katılım
İnsanların yaşamlarındaki mutsuzluklar genellikle kötü talih nedeniyle	2,5948	1,35046	Orta Katılım
Cesaretli (Atılgan) Girişimci			
Net olmayan (karışık) durumlarda kararlar almaktan ve öncülük etmeden hoşlanırım	3,5761	1,33240	Orta Katılım
Kazanma olasılığı olduğu sürece belirsizliğin olduğu işlerde çalışırım	2,6276	1,29987	Orta Katılım
Planlanmamış ya da yapılandırılmamış koşullarda çalışmaktan hoşlanırım	2,3864	1,38507	Orta Katılım
Finansal Duruma Odaklı Girişimci			
Hakkında hiçbir şey bilmediğim bir konuda yeni bir girişime kalkışmam	3,6745	1,42393	Yüksek Katılım
Rahat bir yaşam sürebileceğim kadar kazanmak isterim. Çok fazla kazanmak istemem	3,5550	1,40042	Orta Katılım
Yetenekli, çok çalışkan ve hırslı olsam bile eğer param yoksa bir iş başlatamam	3,3747	1,40926	Orta Katılım
Bireysel Hareket Eden Girişimci			
Kendi başıma yaptığım işlerde, bir başkasının idaresi altında yaptığım işlere göre daha başarılıyım	4,2272	1,15365	Yüksek Katılım
Lehime olsa bile kendi çalışmam sonucu olmayan sonuçtan zevk almam	3,3560	1,34434	Orta Katılım
Belirlilik Durumuna Odaklı Girişimci			
Hesabıma göre kazanacağımı tahmin ettiğim bir girişime paramı yatırmaktan çekinmem	3,8056	1,16569	Yüksek Katılım

Eğer kazancı iyiye, rutin, sıkıcı ve ilginç olmayan işleri yapabilirim	3,1335	1,39532	Orta Katılım
Yeni ve denenmemiş durumlarla baş etmede yeteneklerime tam güven duymam	2,8407	1,37821	Orta Katılım
Kararlı Hareket Eden Girişimci			
Yaşamımdaki olay ve faaliyetlerin sonuçlarını kaderim ya da şansım değil ben belirlerim	3,6511	1,25130	Orta Katılım
Başarımın kişisel çabalardan ziyade şans ve kadere bağlı olduğuna inanırım	2,7869	1,51177	Orta Katılım

($X^- = 1,00-2,33$ Düşük Katılım Düzeyi, $X^- = 2,34-3,66$ Orta Katılım Düzeyi, $X^- = 3,67-5,00$ Yüksek Katılım Düzeyi)

Dördüncü boyutun altında incelenen Değişime Direnen Girişimci; “yeteri kadar kazanca razı olunması”, “hata sonucu şanssızlık veya talihsizliğin oluştuğu”, “kazancın belirsizliğe tercih edilmesi gerektiği” ile “şans ve kaderin başarıda kilit rol oynadığı” bütün ifadelerin orta derecede önemli olduğu belirlenmiştir.

Beşinci boyutun altında incelenen Cesaretli (Atılgan) Girişimci; “sofistike karar vermenin önemli olduğu”, “belirsizliğe rağmen kazancın ön planda tutulması gerektiği” ve “rastgele çalışmanın daha verimli olduğu” ifadeleri de orta derece öneme sahiptir. Zira söz konusu ifadelere katılım düzeyi de orta seviyededir.

Altıncı boyutun altında incelenen Finansal Duruma Odaklı Girişimci; “hakkında hiçbir şey bilmediğim bir konuda yeni bir girişime kalkışmam” ifadesinin önemli olduğu “belli bir kazancın daha önemli olduğu” ve “azmin yeterli olmadığı paranın da önemli olduğu” ifadeleri ise orta derecede öneme sahip olduğu belirlenmiştir.

Yedinci boyutun altında incelenen Bireysel Hareket Eden Girişimci; “bireysel çalışmanın daha çok başarı getirdiği” ifadesi yüksek önem derecesine sahip iken “kişisel başarının çok daha önemli olduğu” ifadesi ise orta derece önem seviyesine sahiptir.

Sekizinci boyutun altında incelenen Belirlilik Durumuna Odaklı Girişimci; “belirlilik durumunda girişimin daha karlı olduğu” ifadesi yüksek önem derecesine sahip iken, “kazancın daha çok önem arz ettiği” ve “değişimden kaçınılması gerektiği” ifadeleri ise orta derecede öneme sahiptirler.

Dokuzuncu boyutun altında incelenen Kararlı Hareket Eden Girişimci; “çalışma azminin yüksekliği” ve “başarının şans ve kadere bağlı olduğu” ifadeleri orta derecede öneme sahiptir.

Girişimcilik Değerlendirme Ölçeği ile ilgili yapılan faktör analizi sonucu bulunan dokuz (9) boyutun ortalaması, C. Alpha katsayısı ve Std. Sapma değerleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Faktörlerin Genel Ortalaması ve Güvenirlilik Durumları

Faktörler	Ortalama	C. Alpha	Std. Sapma
Faktör 1: Stratejik Davranan Girişimci	4,1609	0,875	1,19572
Faktör 2: Kararsız Kalan Girişimci	2,6883	0,832	1,39906
Faktör 3: Risk Alan Girişimci	3,6534	0,654	1,35234
Faktör 4: Değişime Direnen Girişimci	3,0551	0,790	1,36145
Faktör 5: Cesaretli (Atılgan) Girişimci	2,8633	0,656	1,33912
Faktör 6: Finansal Duruma Odaklı Girişimci	3,5347	0,679	1,41120
Faktör 7: Bireysel Hareket Eden Girişimci	3,7916	0,718	1,24899
Faktör 8: Belirlilik Durumuna Odaklı Girişimci	3,2599	0,628	1,31307
Faktör 9: Kararlı Hareket Eden Girişimci	3,2190	0,654	1,38154

Yapılan analiz sonucuna göre girişimcilik değerlendirme ölçeğinin en önemli boyutu stratejik davranan girişimci ifadesi en önemli faktör olarak belirlenmiştir. Çünkü söz konusu faktörün ortalama değeri 4,1609 olduğu için en önemli unsura işaret etmektedir. Daha sonra önemli olan faktör bireysel hareket eden girişimci ifadesi gelmektedir. Daha sonra sırası ile kararsız kalan girişimci, risk alan girişimci, finansal duruma odaklı girişimci, belirlilik durumuna odaklı girişimci, kararlı hareket eden girişimci, değişime direnen girişimci, cesaretli (atılgan girişimci ve kararsız kalan girişimci gelmektedir. Kısaca girişimcilik değerlendirme ölçeğinde en önemli faktörler; stratejik davranan girişimci, bireysel hareket eden girişimci ve kararsız kalan girişimci boyutlarıdır. En önemsiz faktörler ise; kararsız kalan girişimci ile cesaretli (atılgan) girişimci boyutlarıdır.

Ölçeğin güvenilirlik değerleri dikkate alındığında; Stratejik Davranan Girişimci, Kararsız Kalan Girişimci, Değişime Direnen Girişimci ve Bireysel Hareket Eden Girişimcinin daha iyi olduğu, diğer faktörlerin de sosyal bilimler açısından kabul edilebilir sınırlardadır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Sonuçlar, İstanbul'daki KOBİ yönetici ve sahiplerinin etik kararlarının alınmasının yalnızca bireysel faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Durumsal faktörler karar vermelerini etkilemez. Elde edilen bulguların, hem bireysel hem de organizasyonel faktörlerin yöneticilerin etik karar vermesini etkilediğini vurgulayan Trevino (1986) ve Ferrell ve Gresham (1985) önceki çalışmalarla çelişebilir, ancak KOBİ bağlamında çalışma ve çevre koşulları büyük işletmelerden farklıdır. KOBİ bağlamında, büyük işletmelere kıyasla daha az dış baskı bulunmaktadır. Dolayısıyla yöneticilerin girişimcilik ve etik ile ilgili kararları bireylerin kişisel faktörlerinden, değerlerinden ve psikolojisinden etkilenmektedir. Brown ve King (1982) ve Longenecker vd. (1989, 2006) de benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Ayrıca, iş ahlakı kavramının bu işletmelerde yerel aşamada olduğu için, birçok katılımcının iş ahlakının ne anlama geldiğinin açıklanması gerektiği sonucuna varılabilir. Ankete katılanların yarısından daha azının işleri için bazı davranış kuralları vardır. Bu, işlerini dürüst olmayan bir şekilde yürüttüklerini göstermez, ancak onlar için kişisel düşünce ve değerleri, işletmeyi yürütmenin temelini oluşturmaktadır. Etik davranış kuralları, şirket felsefesi ve misyonu, etik hatları, etik memurları vb. resmi etik uygulama sistemlerine daha az bağımlıdır.

Araştırma sonuçları genel olarak aşağıdaki gibi özetlenebilir.

“İşyerinde olumsuz, etik olmayan durum veya davranışlara hemen çözüm getiririm”, “İşletmemin çıkarları için bile olsa etik olmayan davranışlara müsaade etmem” ve “Etik ilke ve kuralları, hiçbir şekilde taviz vermeden uygulayım” ifadeleri etik değer ölçeğinde en çok önem verilen durumlardır. Söz konusu değerlendirmeler Phatshware (2013) çalışması ile uyusmaktadır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar iş etiği ile girişimcilik faaliyetlerinin birbirine paralel seyrettiğini göstermektedir. Bu sonuç Yıldırım ve Saygın (2013) KOBİ'lerde etik ve sorumluluk ilişkisi gözlemlenmiş ve yönetim türünün iş etiği ve sosyal sorumluluk algıları üzerinde etkisi olduğunu vurgulamaktadır.

Yapılan faktör analizi sonucunda etik değer ölçeğinin değişmediği ve tek faktör olduğu, girişimcilik değerlendirme ölçeğinin ise dokuz (9) faktöre ayrıldığı görülmüştür. Bu faktörler; *Stratejik Davranan Girişimci*, *Kararsız Kalan Girişimci*, *Risk Alan Girişimci*, *Değişime Direnen Girişimci*, *Cesaretli (Atılgan) Girişimci*, *Finansal Duruma Odaklı Girişimci*, *Bireysel Hareket Eden Girişimci*, *Belirlilik Durumuna Odaklı Girişimci* ve *Kararlı Hareket Eden Girişimci* olarak isimlendirilmiştir.

Birinci boyutun altında incelenen Stratejik Davranan Girişimci boyutu altındaki bütün ifadelerin yüksek derecede öneme sahip oldukları belirlenmiştir. Bu durum Stratejik Davranan Girişimci boyutunun ortalama değerinde de görülmektedir. Zira ortalama değeri en yüksek olan faktördür.

Öte yandan, üçüncü boyut altındaki “sorumlulukların çalışanlara yayılmasının önemli olması” ve “fırsatları kollamanın yararlı olması”, altıncı boyut altındaki; “hakkında hiçbir şey bilmediğim bir konuda yeni bir girişime kalkışmam” ve yedinci boyut altındaki; “bireysel çalışmanın daha çok başarı getirdiği” ifadeleri de yüksek katılım düzeyine sahiptir.

Ayrıca ikinci, dördüncü, sekizinci ve dokuzuncu boyutun altındaki bütün ifadelerin katılım düzeyi orta derecede kalmıştır.

İşletmeler yoğun rekabetin yaşandığı piyasalarda artık iş ahlakını göz ardı edemezler. Etik dışı uygulamaların bir sonucu olarak, özellikle çalışanlar ve üst düzey yöneticilerle ilgili sürekli iş başarısızlıkları yaşamaktadır. Bu da özellikle gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'lerin itibarını sarsmakta ve sürekliliklerini olumsuz etkilemiştir. Firma, firmanın yönetici veya girişimcileri rekabetçi kalabilmek için etik davranmalı ve kendi ticari çıkarlarını korumalıdır. KOBİ sahipleri ve çalışanları da daha duyarlı olmalı ve iş dünyasında etik davranışlarının önemini kavramalıdır.

KAYNAKÇA

- Arslan, M. (2019). İslâm iş Ahlakının Temelleri ve İbn Haldun'da Ahlak Medeniyet İlişkisi. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi*, 4 (1), 101-128.
- Balabkins, N.W. (2003). Adaptation without Attribution? The Genesis of Schumpeter's Innovator, Backhaus, J. (Ed.), *In the Joseph Alois Schumpeter Entrepreneurship, Style and Vision (203-220)*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, eBook ISBN: 0-306-48082-4, Print ISBN: 1-4020-7463-8.
- Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2012) Entrepreneurial Behavior: Impact of Motivation Factors on Decision to Create a New Venture, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 18(2012):132-138.
- Başar, B. (2019). *Girişimcilerde Kişilik Özellikleri ve Çalışma Ahlakı İlişkisine Yönelik bir Çalışma*. (Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bektaş, Ç. (2015). İşletmelerde İş Ahlakı. *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3 (3), 327-363.
- Berber, A. (2000). Girişimci ile Yönetici Profilinin Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci. *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 29 (1), 23-44.
- Brown, M.E., Trevino, L.K. & Harrison, D.A. (2005). Ethical Leadership: A Social Learning Perspective for Construct Development and Testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97 (2), 117-134.
- Bucar, B., Glas, M., & Hisrich, R.D. (2003). Ethics and Entrepreneurs an International Comparative Study, *Journal of Business Venturing*, 18, 261-281. doi:10.1016/S0883-9026(01)00083-0
- Buchholz, R.A., & Rosenthal, S.B. (2005). The Spirit of Entrepreneurship and the Qualities of Moral Decision Making: Toward a Unifying Framework. *Journal of Business Ethics* (60), 307-315. DOI 10.1007/s10551-005-0137-0
- Burgelman, R.A. (1983). Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study. *Management Science*, 23, 1349-1363.
- Burgelman, R.A. (1984). Designs for Corporate Entrepreneurship in Established Firms. *California Management Review*, 26 (3), 154-166.
- Büte, M. (2011). Etik İklim, Örgütsel Güven ve Bireysel Performans Arasındaki İlişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (1), 171-192.
- Canedo, J.C., Stone, D.L., Black, S.L. & Lukaszewsk, K.M. (2014) Individual factors Affecting Entrepreneurship in Hispanics, *Journal of Managerial Psychology*, 29 (6) 755-772, DOI 10.1108/JMP-11-2012-0333.
- Chell, E. (2008). The Nascent Entrepreneur, Business Development and the role of Human Resources. Barret, R. & Mayson, S. (Eds.), *In the International Handbook of Entrepreneurship and HRM (pp. 21-46)*, Cheltenham: Edward Elgar, ISBN: 978-1-84542-926-3
- Chell, E., Spence, L.J., Perrini, F., & Harris, J.D. (2014). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical ?. *Journal of Business Ethics*, DOI: 10.1007/s10551-014-2439-6

- Covin, J.G., & Miles, M.P. (1999). Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 47-63.
- Çelik, C., & Yılmaz, N. (2018). Kadın Girişimciliğinde Yönetmelik Etik Değerler (Mersin İlinde Uygulamalı bir Araştırma). *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi*, 2 (3), 1-15.
- Delmar, F. (1996) Entrepreneurial Behavior and Business Performance, Stockholm.
- Demirpolat, A., & Yıldız, S. (2014). Modern Ticari Yaşamda MÜSİAD Üyesi Girişimcilerin İş Ahlakı: Denizli Örneği. *HUMANITAS*, 4, 87-108.
- Doğan, N. (2014). Girişimciliğin Etik Boyutu. *Bilgi*, (28), 86-98.
- Drucker, P. (2015). *Yönetim (Gözden Geçirilmiş Baskı)*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Eğri, T., & Sunar, L. (2010). Türkiye’de İş Ahlakı Çalışmaları: Mevcut Durum ve Yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi*, 3 (5), 41-67.
- Enami, M., & Nazari, K. (2012). Entrepreneurship, Religion and Business Ethics. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1 (11), 59-69.
- Filion, L.J. (1994). Entrepreneurship and Management: Differing but Complementary Processes, *8th Latin American Conference on Entrepreneurial*, 1-18.
- Fischer, O., Frenkel, D., Lurie, Y., & Nijhof, A. (2005). Stretching the Frontiers: An Exploration of the Relations between Entrepreneurship, Innovation and Ethics. *Journal of Business Ethics*, 60, 207-209. DOI 10.1007/s10551-005-0128-1
- Fiş, A.M., & Wasti, S.A. (2009). Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35 (Özel Sayı), 127-164.
- Floyd, S.W. & Lane, P.J. (2000). Strategizing throughout the Organization: Managing Role Conflict in Strategic Renewal. *Academy of Management Review* 25, 154-177.
- Franco, M., Haase, H. & Lautenschläger, A. (2010). Students' Entrepreneurial Intentions: An Inter-Regional Comparison. *Education and Training*, 52(4), 260-275. doi:10.1108/00400911011050945
- Harmeling, S.S., Sarasvathy, S.D., & Freeman, R.E. (2008). Related Debates in Ethics and Entrepreneurship: Values, Opportunities, and Contingency. *Journal of Business Ethics*, 84, 341-365. DOI 10.1007/s10551-008-9713-4
- Harris, J.D., Sapienza, H.J., & Bowie, N.E. (2009). Ethics and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24, 407-418. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.06.001
- Hicks, S.R.C. (2009). What Business Ethics can Learn from Entrepreneurship. *The Journal of Private Enterprise*, 24 (2), 49-57.
- Hisrich, R.D., & Michael P.P. (1998). *Entrepreneurship* (Fourth Edition). United States: The McGraw - Hill Book Co.
- Hornsby, J.S., Kuratko, D.F., Shepherd, D.A., & Bott, J.P. (2009). Managers' Corporate Entrepreneurial Actions: Examining Perception and Position. *Journal of Business Venturing*, 24, 236-247.
- Ireland, R.D., Kuratko, D.F., & Morris, M.H. (2006a). A Health Audit for Corporate Entrepreneurship: Innovation at all Levels-Part I. *Journal of Business Strategy*, 27 (1), 10-17.

- Ireland, R.D., Kuratko, D.F., & Morris, M.H. (2006b). A Health Audit for Corporate Entrepreneurship: Innovation at all Levels-Part 2. *Journal of Business Strategy*, 27 (2), 21-30.
- Kamanlı, A.İ. (2015). *Girişimci Yöneticinin İşe Tutkunluk ve Liderlik Tarzının Çalışanların Performans Alguları Üzerine Etkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı. İstanbul.
- Kanter, R.M. (1988). When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211.
- Kaptain, M. (2019). The Moral Entrepreneur: A New Component of Ethical Leadership. *J Bus Ethics*, 156, 1135-1150. DOI 10.1007/s10551-017-3641-0
- Karakavak, Ç.G. (2009). *Üniversite Öğrencilerinin Ahlaki Yargı Yetenekleri ve Ahlaki Yargı Yetenekleri ile Kendini Gerçekleştirme Düzeylerinin Karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Keskin, H., Akgün, A.E., & Koçoğlu, P. (2016). *Örgüt Teorisi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kök, S.B., & Aksel, İ. (2016). İş Hayatında Nicel Başarı Tanımlamasına bir Karşı Duruş: Erdem Ahlakı Yaklaşımı. *International Conference on Eurasian Economies*, 140-149.
- Kök, S.B., & Sarıkaya, M. (2013). Yeni Zirve: Girişimcilikte Ahlakın Artan Değeri. *International Conference on Eurasian Economies*, 657-665.
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S., & Bishop, J.W. (2005b). An Examination of Managers' Entrepreneurial Actions and Job Satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1 (3), 275-291.
- Kuratko, D.F., Ireland, R.D., Covin, J.G., & Hornsby, J.S. (2005a). A Model of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship Theory & Practice* 29 (6), 699-716.
- Longnecker, J. G., McKinney, J. A. ve Moore, C. W. (1989). Egoism and Independence: Entrepreneurial Ethics. *Organizational Dynamics*, 16(3), 64-72.
- LPU (Lovely Professional University) (2013) *Entrepreneurship and Small Business Management*, New Delhi: Excel Books Private Limited
- Markman, G.D., Russo, M., Lumpkin, G.T., Jennings, P.D., & Mair, J. (2016). Entrepreneurship as a Platform for Pursuing Multiple Goals: A Special Issue on Sustainability, Ethics, and Entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53 (5), 673-694. doi: 10.1111/joms.12214
- Miles, M.P., Munilla, L.S., & Covin, J.G. (2004). Innovation, Ethics, and Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics* (54), 97-101.
- Morris, M.H., Kuratko, D.F., & Covin, J.G. (2008). *Corporate Entrepreneurship & Innovation*. Ohio: Thomson/South-Western Publishers.
- Müftüoğlu, T. (2014, 29 Ağustos). Girişimcilik ve Etik Değerler. *Dünya Gazetesi*.
- Ogbari, M.E., Oke, A.O., Ibukunoluwa, A.A., Ajagbe, M.A., & Ologbo, A.C. (2016). Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6 (S3) 50-58.

- Onakoya, A.B., & Abosedo, J.A. (2013). The Common Thread Amongst Entrepreneur, Manager and Capitalist: A Theoretical Approach. *International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship*, 1 (3), 481-496.
- Özdemir, Ö. & Karadeniz, E. (2011) Investigating the Factors Affecting Total Entrepreneurial Activities in Turkey, *METU Studies in Development*, 38 (Dec.), 275-290.
- Özen, K.R., Bayraktaroğlu, S., & Mert, K. (2003) Girişimcilik Ahlakı Girişimciliği Engeller mi?. *Hacettepe Üniversitesi 1. Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi*, 514-519.
- Palma, P.J., e Cunha, M.P. & Lopes, M. (2009) Entrepreneurial Behavior. In book: *The Encyclopedia of Positive Psychology* (pp.338-342) Editors: S.J Lopez, Publisher: Boston: Blackwell Publishing.
- Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, C., & Osorio, D.B. (2012). Women in Business: Entrepreneurship, Ethics and Efficiency. *Int Entrep Manag J*, (8), 343-354. DOI 10.1007/s11365-011-0177-0
- Phatshwane, P.M.D. (2013) Ethical Perceptions of Managers: A Preliminary Study of Small and Medium Enterprises in Botswana, *American International Journal of Contemporary Research*, 3 (2), 41-49.
- Potishuk, V. & Kratzer, J. (2017) Factors Affecting Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Attitudes In Higher Education, *Journal of Entrepreneurship Education*, 20, (1), 2017 25-44.
- Radouche, T. (2014) The Status of Ethics in the Entrepreneurial Process, *International Journal of Business and Management*; 9, (6); ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119, 199-212.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Sommer, S.M., Welsh, D.H.B., & Gubman, B.L. (2000). The Ethical Orientation of Russian Entrepreneurs. *Applied Psychology: An International Review*, 49 (4), 688-708. DOI: 10.1111/1464-0597.00040
- Söker, F. (2016). *İşletmelerde İç Girişimcilik ve Yönetmel-Dönüşümsel Liderlik: Karaman'da bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Konya.
- Taşgit, M.S. (2012). *Üniversite Öğrencilerinin Benlik Saygısı ve Karar Verme Düzeylerinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Tekin, M., Soba, M., & İltter, B. (2018). Girişimcilikte İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Algısı: AFİKAD Örneği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18 (36), 131-146.
- Tenbrunsel, A.E., & Smith-Crowe, K. (2008). 13 Ethical Decision Making: Where We've been and Where We're Going. *The Academy of Management Annals*, 2 (1), 545-607. DOI: 10.1080/19416520802211677
- Timuroğlu, M.K., & Çakır, S. (2014). Girişimcilerin Yeni bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi İle İlişkisi. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16 (2), 119-136.

- Tlaiss, H.A. (2015). How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs: Insights from Four Arab Middle Eastern Countries. *J Bus Ethics*, 129, 859-877. DOI 10.1007/s10551-014-2138-3
- Tong, X.F., Tong, D.Y.K. & Loy, L.C. (2011) Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among University Students, *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3, (1), ISSN: 1309-8063 (Online) 487-496.
- Tuncer, M. (2017). Kurumsal Ahlak Ve Yönetici Ahlakı. Çakmak, M. (Ed.), *İş Ahlakı ve Değerler Eğitimi İçerisinde* (117-140). Ankara: Pegem Akademi, ISBN 978-605-241-011-0, DOI 10.14527/9786052410110
- Ülgen, H., & S. Mirze, S.K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim* (7. Baskı). İstanbul: Beta.
- Vallaster, C., Kraus, S., Lindahl J.M. M., & Nielsen, A. (2019). Ethics and Entrepreneurship: A Bibliometric Study and Literature Review. *Journal of Business Research*, 99, 226-237.
- Vranceanu, R. (2013). Corporate Profit, Entrepreneurship Theory and Business Ethics. *Research Center ESSEC Working Paper 1308*, HAL Id:hal-00823521
- Yıldırım, M.H., Demirel, Y., & İçerli, L. (2011). İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Tespiti: Aksaray Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3, (2), 189-199.
- Yıldırım, M.H. & Saygın, M. (2013) Business Ethics and Measuring Ethical Perceptions of the Owners and Managers: Evidence from Businesses in Aksaray Organized Industrial Zone, *International Journal of Business and Management Studies*, 5, (1), ISSN: 1309-8047 (Online), 284-295.