

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ*

Abdullah BALLI**

ÖZET

Küreselleşen dünyada ülkelerin ekonomik ve sosyal açıdan gelişebilmelerinde önemli bir yeri olan girişimciliğe yönelik tipoloji çalışmaları, girişimciliğin başarı düzeyini yükseltmek adına önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, girişimci tipolojilerini irdelemek ve girişimcilerin hangi tipolojilerin özelliklerine uygun davranışlar sergilediklerine yönelik literatürdeki çalışmaları derlemektir.

Tipoloji kavramı türlere göre sınıflandırma yapmayı ifade etmektedir. Bu açıdan tipoloji, kavramsal metotlar ve ampirik analizler aracılığı ile türetilmekte ve çeşitliliği organize etmenin yol ve yöntemlerini sunmaktadır. Tipolojiler, araştırmacıların, kalıpları karmaşık olaylarda daha rahat görebilmesini sağlamaktadır. Girişimcilik ise bir toplumun sahip olduğu potansiyel yenilikçilik ruhunun ekonomiye kazandırılarak o toplumun sosyo-ekonomik ve refah düzeyinin artırılmasında oldukça önemli rol oynar. Bu nedenle toplumun farklı kesimlerinin ve farklı coğrafi bölgelerin kendilerine özgü karakteristiklerinin iyi belirlenmesi gerekmektedir. Keza girişimci tipolojilerinin oluşturulmasının önemi de burada ortaya çıkmaktadır. Çünkü farklı karakteristiklere sahip toplumun değişik kesimlerinin farklı girişimcilik eğilimleri ortaya çıkacaktır. Bu bağlamda başta otoritenin bu yapıyı iyi analiz ederek oradaki bulunan girişimci tipolojisi ve koşulları da göz önüne alarak bu esaslar çerçevesinde girişimciliği teşvik edici politikalar belirlemelidir. Aksi halde, toplumun sahip olmuş olduğu girişimci potansiyelini, beklenen düzeyde harekete geçirmek mümkün olmayacaktır.

Türkiye’de girişimcilik tipolojileri üzerine detaylı çalışmaların yapılmamış olması, bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada girişimcilik tipolojilerine yönelik çalışmalar derlenmiş ve incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, girişimcilik, girişimcilik tipolojileri

* Bu çalışma Abdullah Ballı'nın "Almanya ve Türkiye'deki Türk Girişimci Tipolojisi ve Karşılaştırması" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

** Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, Doktora Öğrencisi d1240201073@stud.sdu.edu.tr

ENTREPRENEURSHIP AND ENTREPRENEUR TYPOLOGIES

ABSTRACT

The typology studies on entrepreneurship, which has an important place in the economic and social development of the countries in the globalizing world, are important for increasing the success level of entrepreneurship. The purpose of this study is to examine the entrepreneur typologies and to collect the literature on the behavior of entrepreneurs in terms of the characteristics of typologies.

The concept of typology refers to classifying according to species. In this respect, typology is derived through conceptual methods and empirical analyzes and presents the ways and methods of organizing diversity. Typologies enable researchers to see molds more easily in complex situations. Entrepreneurship plays a very important role in increasing the socio-economic and welfare level of a society by earning the potential innovation spirit that it possesses. For this reason, the specific characteristics of different parts of the society and the different geographical regions need to be well defined. The prominence of entrepreneur typologies emerges here as well. Because different entrepreneurial tendencies will emerge from different segments of society with different characteristics. In this context, especially the author should analyze this well and determine entrepreneurial incentive policies based on these principles, taking into consideration the entrepreneurial typologies and conditions there. Otherwise, it will not be possible to mobilize the entrepreneurial potential that society has had at the expected level.

The fact that detailed studies on entrepreneurship typologies in Turkey have not been done increases the importance of this study. In this research using qualitative research method, studies on entrepreneurship typologies have been compiled and examined.

Keywords: *Enterprise, Entrepreneurship, Entrepreneurship Typologies*

GİRİŞ

Günümüz bilgi çağının hızla artan rekabet ortamı içerisinde varlık gösterebilmek, toplumların ekonomik gelişmişlik düzeyine bağlıdır. Uygarlık gelişim sürecinde, özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte, girişimcilik, oldukça büyük bir önem kazanmıştır. Girişimcilikle birlikte, yeni, fırsat yaratan fikirler, üretim faktörleriyle bir araya getirilmiş ve üretim gerçekleştirilmiştir. Üretime paralel olarak da ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve sosyal gelişim gibi zenginlikler kazandırılarak toplumların refah düzeylerinin artması sağlanmıştır. İnsanlık tarihi kadar eski

bir geçmişe sahip olan girişimcilik kavramı, farklı dönemlerde farklı özellikler kazanarak günümüze değin yolculuğunu sürdürmüş, günümüz bilgi toplumunda ise tamamen farklı boyutlarıyla karşımıza çıkmıştır (Aşkın, Nehir, Vural, 2011: 55).

Bireylerin, herhangi bir kimseye bağımlı olmadan, düşüncelerini, hayallerini, yeteneklerini veya yaratıcılıklarını ortaya koyma arzuları ve tüm bunları gerçekleştirebilmek için de işletme kurmaları bir girişimde bulunmayı zorunlu hale getirir. Bu sayede kurulan her bir küçük işletme bu girişimin bir sonucudur ve girişim vasıflarını taşımaktadır. Bazı durumlarda, kişiler başka kimselerin yanında ücretli çalışma olanağına sahip olmadığından, kendi işlerini kurmuş olsalar da işletme kurmalarının asıl sebebi bu kişilerin sahip olmuş oldukları girişimcilik güdüsüdür. En basit ve yalın haliyle girişimci; toplumun gereksinimleri olarak söyleyebileceğimiz bir takım mal ve hizmetleri üretmek maksadıyla üretim işini üstlenen ve bu gaye doğrultusunda emeğini ve sermayesini riske eden kişi olarak tanımlamak mümkündür (Müftüoğlu, 1994: 74-75).

Girişimcilik, kabiliyet, fikir, sermaye ve bilginin birleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu birleştirme süreci ise riskli, belirsiz ve bazen de gelişigüzel olabilir fakat her zaman dinamiktir. Girişimcilik, farklı insanlar için farklı şeyler ifade etmiştir. “Girişimcilik” ve “Girişimci” tanımı konusunda tam bir görüş birliği oluşmamaktadırlar (Sexton ve Smilar, 1996: 2).

Girişimci sahip olduğu veya edindiği kaynağı, sahip olmuş olduğu emek sermayesi ile birlikte harmanlamak suretiyle bunu en etkin biçimde kullanarak kârını maksimize etmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede gerek yeni kurmuş olduğu işletmeyi ayakta tutabilmek gerekse de büyüyebilmek için elde ettiği kazanımları yeniden yatırıma yönlendirmek suretiyle hep daha fazlasını elde etme arzusu içindedir. Aksi halde kendini gerçekleştirme veya girişimci ruhun temelini oluşturan hayallerini elde etmesi mümkün olamayacaktır.

1. GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

1.1. Girişimci

Girişimci “üretim için bir işe girişen, kalkışan kimsedir”. Müteşebbis ise, “ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan bireydir” (Gözek, 2006: 3). Girişimcilik, yetenek, fikir, sermaye ve enformasyonun birlikte bir arada olmasını gerekli kılar. Bu bir arada olma prosesi, riskli, net olmayan ve bazen de gelişigüzel olabilir ancak sürekli aktif bir yapıya sahiptir. Girişimcilik, kişiden kişiye farklı anlamlar ifade etmektedir. “Girişimcilik” ve “Girişimci” kavramı ile ilgili olarak tam bir mutabakat söz konusu değildir (Sexton ve Smilar, 1996: 2).

OECD'nin konuyla ilgili olarak "girişim" kavramı ve "girişimciliğin uygulanması"na yönelik iki yaklaşımı söz konusudur. Birinci yaklaşım girişimi işletme girişimciliği olarak değerlendirmektedir. Bu tarz bir girişimciliğin ilerletilmesi veya geliştirilmesi ise, işletme kurmak veya yönetmek konusunda çoğunlukla deneysel bir temele dayanan ve öğrenmeleri için genç bireylere yardımcı olacak bir program geliştirme sorunu olarak eğitim ve öğretim sistemi içinde ele alınmaktadır. İkinci yaklaşım ise, girişimciliğe; bireylere, organizasyonlara, topluluklara veya kültürlere güç veren, fırsat tanıyan bir grup özellikler ve beceriler seti olarak bakmaktadır. Bireyler, topluluklar, toplumlar veya kültürler bu özellikler ve beceriler vasıtasıyla hızlı sosyal ve ekonomik değişimle yüz yüze geldiklerinde daha esnek, yaratıcı ve uyum sağlayabilecek bir nitelik kazanmaktadır (Bridge, O'Neil ve Cromie, 1998: 22).

Girişimcilik, bir bireyin ya da bireylerin oluşturdukları ortaklıkların mal ve hizmetlerin üretilmesi ya da dağıtılmasını kapsayan, kar amaçlı bir iş ünitesinin kurulması, sürdürülmesi ve büyütülmesi sorumluluğunu almalarına yönelik bir faaliyettir. Girişimci ise, üretim faktörlerini bir araya getirerek ekonomik mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, ayrıca üretim için gerekli ekonomik kaynakları ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan birey olarak tanımlanabilir (Ufuk ve Özgen, 2000). Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters (2001), girişimciyi; "emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkân yaratacak şekilde bir araya getiren kişi" olarak tanımlamaktadırlar. Girişimciyi, "kaynaklar konusunda öngöründe bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da kârlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişi" şeklinde tanımlamak da mümkündür (Silver ve David, 1983). Buna göre girişimci emek, teknoloji, sermaye ve doğal kaynaklar olarak sayılan üretim faktörlerini en güncel teknik yöntem ve bilgilerle analiz edip bir araya getirerek mal veya hizmet üreten birey olarak ön plana çıkmaktadır.

Girişimci tanımı için yapılan diğer bir ifade ise girişimcinin pazardaki fırsat ve gelişmeleri belirleyen, pazar fırsatlarını ve gelişmelerini iş fikrine dönüştüren, risk üstlenerek üretim faktörleri olan emek, sermaye ve doğal kaynakları bir araya getirerek, bir işletmeyi başarıyla yönetebilen, kendisini ve işletmesini geliştiren yenilikçi kişidir şeklindedir (Tekin, 2004: 4).

Girişim kavramının tanımından da anlaşılacağı üzere, girişim kendine özgü birtakım karakteristik özellikleri taşımakta ve bu yönleri ile genel anlamdaki işletme ve ticari işletme kavramlarından ayrılmaktadır.

Çoğu zaman işletme ve girişim sözcüklerinin eş anlamlı olarak kullanıldığı gözlenmektedir. Ancak, bu iki sözcük birbirlerine oldukça yakın, ancak farklı anlamları ifade etmektedir. İşletme ve girişimin ortak tarafları, her

ikisinin de insan istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte mal ve/veya hizmet üreten ekonomik ve teknik birimler olmasıdır. Ancak, girişim ile işletmeyi birbirinden ayıran önemli nokta, girişimin bir piyasası olması ve bu piyasada gelir sağlayan bir işletme olmasıdır. Bu açıklamalara göre, girişim işletmeden daha dar bir anlam taşımaktadır. Her girişim bir işletmenin sahip olduğu tüm özelliklere sahipken, her işletmenin girişim özelliklerinin tamamını taşıması mümkün değildir. Bu noktada, her girişimin bir işletme olduğu ancak her işletmenin bir girişim olmadığı vurgulanabilmektedir (Yıldız, 2007: 5).

1.2. Girişimcilik Kavramı

Günümüzde ekonomik büyümenin yenilikçilikle birlikte iki önemli yapı taşından biri olan girişimcilik her geçen gün daha fazla önemi hale gelmektedir. Ortaya çıkardığı istihdam fırsatlarıyla işsizlik sorununa önemli bir çözüm sunması, ekonomik kaynakların üretkenliği düşük olan alanlardan üretkenliği yüksek olan alanlara aktarılmasını sağlaması, yenilik ve yaratıcılığa olanak tanınması girişimciliği günümüzün yoğun rekabet ortamında önemli bir konuma yükseltmiştir.

Etimolojik kökeni Fransızca bir kelime olan ve “bir şey yapmak” anlamına gelen “entreprendre”den türemiş olan girişimci kavramı ekonomik anlamda ilk olarak 18. yüzyılda, aslen İrlandalı olan ve Paris’de bankacılık yapan Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon 1755 yılında basılan “Essai sur la nature du commerce en general” adlı eserinde, girişimcinin risk alma özelliğini vurgulamaktadır. Girişimci kavramı Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say tarafından da kullanılmıştır. Say Cantillon’un tanımını geliştirerek; “girişimcinin risk üstlenme kadar üretim faktörlerini örgütlenme ve yönetme niteliklerine de sahip olması gerektiği” üzerinde durmuştur (Hisrich ve Peters, 1995: 6). Cantillon’a göre girişimci, kâr elde etmek amacıyla işi organize eden ve işin riskini üstlenen kişidir. Ekonomik faaliyetler ile girişimcinin rolünü, risk alma ve belirsizlik durumunu yönetme becerisi açısından ele almıştır (Börü, 2006: 1).

Girişimcilik çok boyutlu bir kavramdır. Ekonomik, psikolojik ve işletme yönetimi gibi bağlamlarda ve her çeşit organizasyonda gerçekleşmektedir. Günümüzde girişimcilik, modern ve geleneksel tüm sektörlerdeki firmalarda, küçük ve büyük ölçekli işletmelerde ve farklı mülkiyet yapıları içinde geçerli bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Girişimcilik kavramının daha çok girişimci birey perspektifinden ele alınarak araştırılmaktadır. Girişimcilikle ilgili yapılan tanımlamalarda bu durumu görmek mümkündür. Girişimcilik tanımlarının hemen hepsinde akademisyenler tarafından üzerinde mutabakat sağlanan konu; girişimcilerin sahip olduğu davranış biçimleridir. Üzerinde görüş birliğine varılan davranışlar kapsam alanında, (1) inisiyatif alma, (2) kaynakları ve koşulları

kullanılabilir değerlere dönüştüren sosyal ve ekonomik alanlarda düzenleme yapma, (3) risk ve başarısızlığı kabul etme yer almaktadır (Ağca ve Yörük, 2006: 158).

Girişimcilik teorisine, muhtemelen en önemli ve en bilinen katkı “The Theory of Economic Development” adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlayan Joseph Schumpeter tarafından yapılmıştır (Aidis, 2003: 4). Joseph Schumpeter girişimcinin, özünde bilindik çalışma kalıplarından sıyrılıp yeni bir tarz oluşturarak çalışmasını sürdürdüğünü belirtmiştir (Kuratko ve Hodgetts, 2001:29). Girişimci inovasyon yapan ve denenmiş teknolojileri geliştiren kişi olarak ifade edilmiştir.

Girişimcilik, temelde fırsatları keşfetmek, seçmek, yorumlamak ve daha sonra belirsiz bir ortamda yenilik yapma yeteneğidir. Bu yeteneği etkileyen bazı ana faktörler mevcuttur (Ferrante, 2005). Bunlar, başarma ihtiyacı duyma, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçiliktir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 59). Öte yandan, girişimcilik kavramıyla neyin kastedildiğine dair bir yaklaşım daha vardır ki; bu yaklaşımda girişimciliği açıklayan iki okul söz konusudur. Farklı anlayış ve uygulamalara dayanan bu iki okul, “Ekonomi Okulu” ve “Eğitim Okulu” olarak adlandırılmıştır. Ekonomi okulu taraftarları, girişimcilerin işletmeler kurduğunu ve buna bağlı olarak yeni meslekler ortaya çıkardıklarını ve böylece bütün olarak ekonomiye katkıda bulunarak refah yarattıklarını savunmaktadırlar (Casson, 1990: 2). Eğitim okulu ise, girişimciliğin geniş bir anlam ve uygulamaya sahip olduğunu söylemektedir. Ayrıca bireylerin girişimci bir anlayışla davranmalarının birçok motive edici gerçeklere bağlı olduğunu belirterek, yüklenmesi gereken birçok sorumluluk ve çözülmesi gereken birçok problemin olduğunu ifade etmektedir. Bu yüzden işletme tipi girişimcilik, içinde bireylerin girişimci bir şekilde davrandığı yapı olarak görülmektedir. Girişimcilik, hayal gücünün kullanılmasını, yaratıcı olmayı, sorumluluk yüklenmeyi, fikirleri organize etme ve tanımlamayı, karar almayı ve geniş yapılar içinde başkalarıyla ilişkiler kurmayı kapsayacak biçimde kullanılmaktadır (Bridge vd., 1998: 21).

Schumpeter’in girişimcilik kavramına olan yaklaşımı geniş kabul görmüştür. Joseph A. Schumpeter’in girişimcilik tanımının özünü yenilik kavramı oluşturmaktadır. Schumpeter’e (1961) göre girişimci yeni ürünler üretebilen, yeni süreçler geliştirebilen, yeni ihracat pazarları bulabilen, yeni üretim kaynakları bulabilen ve yeni organizasyon yapıları oluşturabilen, böylece işletme açısından yeni kombinasyonlar yaratarak mevcut ekonomi düzenini yıkan kişidir. Bunu da yıkıcı girişimcilik olarak ifade etmektedir (Yıldız, 2007: 3).

Girişimcilikle ilgili literatürde farklı tanımlar olmasına karşılık bütün tanımların genel olarak yenilikçi düşünme, fırsatları görebilme, yeni bir iş

kurma, yeni ürün üretme gibi ortak noktalarda buluştuğu söylenebilir. Ancak girişimci kişilerin her birinin kendine özgü bir girişimcilik anlayışının olması ve bu çerçevede farklı girişimcilik örnekleri sergilemeleri, girişimcilik tanımlarında her zaman bir eksiklik oluşturmaktadır. Başarılı girişimcilerin ortak özelliklerine yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında ise genel olarak “gözlem yapabilme”, “işe ve görevlere bağlanma”, “liderlik yapabilme”, “belirsizlikle baş edebilme”, “risk alabilme”, “objektif olma”, “pratik zekâyâ sahip olma”, “iyimserlik”, “ikna kabiliyetine sahip olma”, “uzlaşma yeteneği”, “proaktif yönetim anlayışı ile çalışma”, “azimli olma” ve “bilgili olma” niteliklerinin ortaya konulduğu görülmektedir (Bozgeyik, 2005: 77-78; Döm, 2006: 27-28; Yıldız, 2007: 6-7)

1.2.1. Girişimciliğin Ekonomik ve Sosyal Açıdan Önemi

Yeni tedarik kaynakları, yeni ürün ve süreçler, yeni satış pazarlarının ve yeni örgütlenme şekillerinin ortaya çıkmasıyla eskiyi yeni ile ikame etmeyi başaran dinamik girişimciler ekonomik büyümenin en önemli öncüsü durumuna gelmişlerdir (Boz, 2007: 8). Dolayısıyla, örgütsel ve ekonomik gelişmenin yanı sıra toplumsal refahı sağlamak açısından da girişimcilik ülkeler için büyük bir öneme sahiptir (Karimi vd., 2011).

Dünya Girişimcilik Platformu tarafından 29 ülke arasında yapılan araştırma yüksek girişimcilik faaliyetleri olan ülkelerin ortalama ekonomik büyümenin üzerinde gelişme gösterdiğinin ortaya koymaktadır (TÜSİAD, 1999). Girişimci ekonomiyi en başarılı şekilde uygulayan ülke olarak kabul edilen ABD, diğer ülkeler için ulaşılmak istenen bir model oluşturmaktadır (Yıldız, 2007: 12).

Coulter (2001: 2), girişimciliğin önemini “yenilikçilik-icatçılık”, “yeni işletmelerin doğması ve büyümesi” ve “yeni iş alanları yaratma” olmak üzere açıklamaktadır. Girişimcilik toplumsal açıdan istihdam sorununa çözüm olarak da önemli görülmektedir. Drucker’ın (1998) yapmış olduğu çalışma göstermektedir ki, 1965-85 döneminde nüfus 129 milyondan 180 milyona büyürken, çalışan ABD’li sayısı 71 milyondan 106 milyona yükselmiştir. 20 yıl içinde yaratılan 35 milyonluk istihdamın 24 milyonu sadece 1974-84 döneminde yaratılan yeni işlerdir. Drucker’ a göre bu istihdam artışının arkasında en büyük itici güç girişimcilerdir. İstihdam yaratan bu “girişimci ekonomi”, 1993-96 yılları arasında ABD’nde 8 milyon yeni istihdam daha yaratmıştır. Sadece yeni firmaların %5 gibi bir bölümü bu yaratılan istihdamın %77’sini oluşturmaktadır (Küçük, 2005: 67).

Girişimcilik kavramı ekonomik gelişme açısından ele alındığında, girişimci firmaların etkisi ile rekabetin teşviki ve ekonomik gelişme arasında bir ilişki olduğu söylenebilmektedir (Özkan vd., 2010: 149). Ekonomik gelişmenin kolaylaşmasında iki önemli politika bileşeni vardır. Birincisi, girişimcilik yeteneğinin üretici olmayan faaliyetlere yönelmesini önlemek

için, verimli yenilikçiliğin getirisini koruyan etkenleri (ticari özgürlüğün muhafazası, mülkiyet hakları ve anlaşmalar gibi) artırmaya çalışmaktadır. İkincisi ise, ipotek ve monopolleşme gibi nedenlerden dolayı, zedelenebilen temel yerel girdilerin artırılması; daha fazla faal arz yönlü rekabet politikasını güçlendirmeye yönelik temel işletme hizmetlerine duyulan gereksinim sonucu, tarımsal girişimciliğe ilişkin fırsatların beslenmesi çabasıdır (Dutz vd., 2000: 739).

Girişimciliğin ekonomik ve sosyal fonksiyonu olmak üzere temel iki önemli fonksiyonu vardır. Girişimcilik ekonomik alanda istihdamı artırmada, ekonomik büyümeyi hızlandırmada, yeni endüstrilerin doğmasında (Carree ve Thurik, 2003; Van Praag ve Versloot, 2007), refah düzeyinin yükseltilmesi ve tabana yayılması ile orta sınıfın güçlendirilmesinde (İlhan, 2005), bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasında (Özkul ve Dulupçu, 2007) işlevseldir. Girişimciliğin sosyal alandaki fonksiyonları ise teknolojik buluşların toplum yararına yenilikçi ürün ve hizmetlere dönüştürülmesinde (Acs and Varga, 2005), değer yaratmada, toplumsal yapıda değişimci/yenilikçi bir sürecin başlatılmasında, risk üstlenme, yenilikçi ve öncü olma niteliğinden dolayı toplumların değişim ve gelişim süreçlerinde (Bozkurt vd., 2012: 234) işlevseldir.

1.2.2. Temel Girişimcilik Türleri

Girişimcilik türleri, yaklaşım tarz ve kapsamlarından farklı olarak süreci başlamasını sağlayan kişi ya da grubun özelliği ile başlatıldığı alanlarla ilgili genel bir değerlendirme olarak tanımlanabilir. Söz konusu değerlendirmede girişimcilik kapsamının baz alındığı fakat diğer kapsamlara uyarlanmanın da mümkün olabileceği göz ardı edilmemelidir.

- Orijinal Girişimcilik: Bağımsız bir biçimde girişimciliği, orijinal haliyle ilk defa oluşturan yeni girişimciliktir. İlk kez sıfırdan başlayarak kurulan girişimler olup, birinci ve orijinal olma özelliği bu girişimciliğin tanımlanmasında belirli kılan ve diğerlerinden ayıran etmendir (Top, 2006: 8).
- İç Girişimcilik: İç girişimcilik, işletme bünyesindeki yaratıcı bireylere özgürlük ve kaynak sağlayarak onları birer işletme içi girişimci haline getirmek olarak tanımlanmaktadır (Bozgeyik, 2005: 83). İç girişimcilik mevcut şirket bünyesinde meydana gelerek şirketin büyüklüğünden bağımsız bir kavramdır (Antoncić ve Hisrich, 2003: 8).
- Kurumsal Girişimcilik: Kurumsal girişimcilik; genel manasıyla büyük ya da küçük şirketlerin, içlerinde küçük girişimleri organize ettiği üst girişimciliktir (Top, 2006: 8-9).
- Profesyonel Girişimcilik: Şirketlerin yeni anamal grupları ya da şirket bünyesindeki profesyonel yöneticilerce yeniden

yapılandırılarak devredilmesi ya da devralınmasını içeren girişimcilik modelidir (Top, 2006: 12-14).

- Teknik Girişimcilik: Teknik girişimcilik, yenilik, yaratıcılık ve araştırma geliştirme etkinliklerinin (AR-GE) finanse edilmesini ve yönetilmesini kapsayan ve daha çok teknolojik alanda bir ekip girişimciliğidir (Top, 2006: 16).
- Sosyal Girişimcilik: sosyal etki, girişimcilik, inovasyon, devam edilebilirlik ve büyümeyi temel alan; yoksulluktan sağlığa, çevreden insan haklarına, birçok konuda bir sorundan yola çıkarak uzun vadeli ve somut çözümcü projeler meydana getirme işlevi olarak tanımlanmaktadır (Olsen ve Galamidi, 2009: 26).
- Çevreci Girişimcilik: Çevresel problemlere çözüm getirerek sorunların içindeki olanakları ortaya çıkaran bir girişimcilik türüdür. Çevreci girişimciler diğer insanların çöplerini, atıklarını girişimcilik yöntemiyle tertemiz yeni ürünlere dönüştüren bireylerdir (Top, 2006: 17-18).
- Girişimci Girişimcilik: Geçmiş dönemlerde belli alanlarda girişimcilik yapmış ve daha sonra firmalarını satmış olan tecrübeli girişimcilerin fırsat sahası olarak piyasada yeni yer edinmeyi esas almaları şeklinde gelişen bir girişimciliktir (Top, 2006: 16-17).

2. TİPOLOJİ KAVRAMI VE GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ

2.1. Tipoloji Kavramı

Tipolojinin sözlük tanımlaması, nesnelerin türlere göre sınıflandırılmasıdır (Taylor ve Walley, 2003: 7). Sınıflandırma veya sistematik, tipolojilerin geliştirilmesi ya da fenomenlerin kategorilere yerleştirilmesi bilimidir. Tipolojiler, ampirik analizler veya kavramsal formülasyonlar yoluyla türetilir. Tipolojiler, çeşitliliği organize etmenin bir yolunu sunar. Böylece araştırmacılar kalıpları, karmaşık olaylarda daha rahat görebilir (Woo vd., 1991: 95).

Girişimcilik eğilimi ve niyetini belirleyen ekonomik ve finansal kaynaklar, eğitim, iş tecrübesi, inanç, rol modeller, aile, kültür ve kişilik özellikleri gibi birçok faktör bulunmaktadır (Özgüner, 2015: 148). Girişimcileri birbirinden ayıran bu faktörler, girişimcilik tipolojilerini oluşturmaktadır.

Başarılı girişimcilerin temel özelliklerine bakıldığında çalışkanlık, bilgi, azim, kararlılık, akılcılık, risk üstlenebilme, organizasyon kabiliyeti, çevresi ile barışık olma, adil olma, kendine güven, sürekli yenileme gibi özelliklerin bir kısmını veya tamamını barındırdıkları görülmektedir (Abdullaeva, 2007: 21). Bunlara ek olarak girişimci özellikleri arasında

yenilikçi olma, değişim odaklı olma, fırsatlara odaklanma, yaratıcılık, ileri düzeyde iletişim becerisine sahip olma, proaktiflik, yüksek başarı güdüsü, kararlarında ısrarcı olma, problemlere kolaylıkla çözüm üretme ve yüksek duygusal zekâ sayılabilir (Bozkurt ve Alparslan, 2013: 10-11).

Girişimci özellikleri, girişimcilerin heterojen bir grup olduğunu göstermektedir. Bundan dolayı girişimcilik literatüründe farklı girişimci tipleri öne sürülmekte, farklı tipler ve alt gruplar içinde sınıflandırılmalar yapılmaktadır. Farklılaşmalar, literatürde girişimcilere yönelik demografik, psikolojik veya iş stratejileri gibi farklı özelliklerin ele alınmasından kaynaklanmaktadır (Rauch ve Frese, 2000: 118).

Girişimcilerin birbirinden farklı kişilik özellikleri göstermesi nedeniyle, her türlü girişimciyi kapsayacak nitelikte bir tipoloji tanımlama veya kesin bir sınıflama yapmak mümkün değildir. Her girişimcinin ve her girişimcilik olayının benzersiz olduğu söylenebilir. Bununla birlikte tipolojiler, girişimcilerin değerlerini, genel etkinlik sistemlerini, düşünme sistemlerini ve eylem öncesi hareketlerini anlamak, ortaya koydukları uygulamaları çözümleyebilmek adına bir temel sağlamaktadır (Filion, 1998:3).

2.2. Tipoloji Oluşturmanın Önemi

Girişimcilerin aldıkları kararlar, tercih edilen strateji tipini doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Firma karar alma süreçlerinde girişimci aktif bir rol aldığı için, girişimci tipinin firma stratejileri üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (Dinçer vd., 2012: 257). Girişimci tipolojileri, girişimcinin özellikle başlangıç sürecinde yapacağı değerlendirmeler açısından ön bir bilgi kaynağı olması açısından önem taşımaktadır.

Herhangi bir tipolojiye uyan girişimci, ortak özellikler yüzünden diğer tipolojidekilerle benzerlik gösterse de aralarındaki farklılıkların tespit edilmesi, bütüncü ve anlamlı tanımlamalara ulaşabilmek adına faydalıdır. Sınıflandırmalar, belirli bir tipolojiye üye olma, girişimcinin muhtemel davranışları, yanıtları ve başarısı üzerine daha iyi tahminler yapılmasını sağlamaktadır. Tipolojinin özellikleri, girişimcinin başlangıçta ve girişimin erken evrelerinde değerlendirilmesi adına güçlü kavramsal araçlar sunar (Woo vd, 1991: 93).

Girişimci tipolojileri, girişimcilere yönelik, toplumlarda genel kabul gören bazı yanlış inanışların da önüne geçilmesi adına önemlidir. Doğru tanımlar ve açıklamalar, yanlış inanışların önüne geçecektir. Girişimci tipolojilerinin iyi anlaşılması, girişimcilere yönelik “girişimci doğudur, sonradan olunmaz”, “girişimciler kumarbazdır”, “girişimciler bütün olayları sahiplenmek isterler”, “girişimciler kendilerinin patronudur”, “girişimciler bağımsızdır”, “yeni işlere başlamak risklidir ve başarısız olma olasılığı

yüksektir”, “girişimcilerin motivasyon kaynağı para kazanmaktır” gibi toplumsal mitlerin de önüne geçmeyi sağlayacaktır (TÜSİAD, 2002: 38-39):

3. GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ

Girişimcilik literatürüne bakıldığında birçok tipolojinin ortaya konulduğu görölmektedir. Bu tipolojiler arasında en çok bilinen sınıflandırma, Smith (1967) tarafından yapılan esnaf girişimci (*craftsman entrepreneurs*) ve fırsatçı girişimci (*opportunistic entrepreneurs*) sınıflandırmasıdır. Esnaf girişimci tipi düşük seviyede eğitim ve öğretim görmüş, sosyal farkındalık ve katılımcı yönü düşük, sosyal çevre ile mücadelede beceriksizlik hissi, finansal kaynakları sınırlı girişimciyi tarif etmektedir. Fırsatçı girişimci tipinde ise daha yüksek bir eğitim ve öğretim, daha yüksek sosyal farkındalık ve katılım, sosyal çevre ile baş etmek konusunda kendisine daha fazla güven duyma, geleceğe ve yeniliklere yönelik bilinçlenme ve yönlenme eğilimi olan, farklı finansal kaynakları kullanabilen ve farklı stratejiler geliştiren girişimci tipi tanımlanmaktadır (Smith ve Miner, 1983: 326). Esnaf girişimciler, daha katı bir firma yapısını tercih etmekte iken fırsatçı girişimci daha esnek bir firma yapısı tercih etmektedir (Rauch ve Frese, 2000: 119). Esnaf girişimciler tarafından yönetilen firmalar daha küçük ürünlerle uğraşan, üretim araçlarının genel olarak bulunduğu yerden temin eden, yerel ve bölgesel ürün pazarlarını kullanan ve tüketici grup değişikliklerine daha katı yaklaşan girişimcilerdir. Fırsatçı girişimciler tarafından yönetilen firmalar ise küresel pazarları hedeflemekte, ürün yelpazesi daha geniş olmaktadır (Dulupçu vd., 2007: 76). Smith’in esnaf ve fırsatçı girişimci tiplerine yönelik belirlediği temel özellikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Girişimci Tiplerinin Temel Özellikleri

Özellikler	Esnaf Girişimci	Fırsatçı Girişimci
Eğitim Seviyesi	Düşük	Yüksek
İşçilik Deneyimi	Yüksek	Düşük
Yönetim Deneyimi	Düşük	Yüksek
Kaynak Çeşitliliği	Düşük	Yüksek
Firma Yapısı	Katı bir yapı	Esnek bir yapı
Riske Girme	Düşük	Yüksek
Fırsatları Görebilme	Düşük	Yüksek
Belirsizlik Durumları	Her zaman kötüdür	Yeni fırsatlar demektir
Yeniliğe Bakışı	Düşük	Yüksek
Kişisel Yapısı	Katı	Esnek
Karar Alma Süreci	Sadece bugünü düşünür	Geçmişi, geleceği ve bugünü bir bütün olarak ele alır.

Kaynak: Dulupçu vd., 2007: 76.

Girişimcilerin heterojen bir grup olduğunu, bu heterojenliğin de girişimcilerin farklı özelliklerinden kaynaklandığını, bundan dolayı girişimciliğin farklı tiplere göre sınıflandırılmasının bir gereksinim olduğu Collins, Moore ve Unwalle tarafından 1964 yılında yapılan araştırmada ortaya konulmuştur. Araştırmacılar girişimci ile yönetici arasındaki farklılığı sistem içinde oturan ve hiyerarşik yapıda kariyer sahibi olmayı düşünen bireyleri yönetici, sistem içinde kendini kapanda hisseden ve özgürlüğünü kazanmak isteyen bireyleri ise girişimci olarak belirlemiştir (Özkul, 2008: 133).

Filley ve Aldag (1978: 579-580) “Characteristics and Measurement of an Organizational Typology” adlı çalışmalarında girişimcileri üç tip altında toplamıştır. Birinci girişimci tipi esnaf (*craftsman*) risklerden kaçan, uyum düzeyi düşük, konforlu bir yaşamı hedefleyen, sabit firmalı girişimcilerdir. İkinci girişimci tipi promosyon (*promotion*) olarak adlandırılmış, farklı rekabet tiplerini kullanmak üzere resmi olmayan şekilde organize olan firma sahibi girişimcilerdir. Üçüncü girişimci tipi ise yönetici (*administrator*) tipidir. Bu girişimcilerin firmaları daha büyük ve profesyonel olup merkezi olarak kontrol edilmektedir. Filley ve Aldag tarafından yapılan sınıflandırma Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Filley ve Aldag’ın Girişimci Sınıflandırması

Karakteristik	Esnaf	Promosyon	Yönetici
Hedefler	Konfor - Hayatta kalma	Kişisel başarı	Piyasaya adapte olmak
Politika	Geleneksel	Kişisel	Akılcı
Liderlik	Usta	Girişimci	Profesyonel
Yapı	Güç düzeyleri	Güç alanı	Rasyonel hiyerarşi
Personel	Standart işler	Teknik kişisel	Teknik koordinatör
İşlevsel gelişme	Tek yönlü	Ardışık vurgu	Tam gelişme
Çalışma-grubu beklentileri	Sabit roller	Etkileşim beklentisi	Homojenlik
Yenilik	Konvansiyonel yöntemler	Yenilik	Kalkınma
Belirsizlik - risk	Algılanan risk yok	Belirsizlik	Risk
Başarıya ilişkin temel	Yardımsız çevre	Yenilik sömürüsü	Çevreye planlı adaptasyon
Büyüme deseni	Büyüme eğilimi yok	S eğrisi	Doğrusal

Kaynak: Filley ve Aldag, 1978: 579-580

Dunkelberg ve Cooper (1982) girişimcileri deneyimler yönünden büyüme, bağımsız ve esnaf yönelimli girişimciler üçe ayırmaktadır. Bu ayrıma göre hazırda var olan büyük iş kollarını kovalayan girişimciler büyüme yönelimli (*growth-oriented*) girişimcilerdir ve beş yıllık süreçte %30’un üstünde büyümeye yönelik istekleri vardır. Bağımsızlık yönelimli

(*independence-oriented*) girişimciler başkaları için çalışmaktan kaçınan, çoğunlukla kendi adlarına çalışabilecekleri iş alanlarını tercih eden girişimcilerdir. Esnaf yönelimli (*craftsman-oriented*) girişimciler ise daha az eğitilmiş olup özel bir iş türü yapmak üzere kendi firmalarını kuran girişimcilerdir (Özkul, 2008: 134).

Filion (1998:2), Rauch ve Frese (2000: 119-120), Levander vd. (2001: 8), Verheul vd. (2004: 7), De Jorge Moreno vd. (2007: 36-38) ve Özkul (2008: 135-136) tarafından girişimci tipolojilerine yönelik yapılan araştırmalarda tespit edilen girişimci tipleri Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Girişimci Tipolojilerine Yönelik Yapılan Araştırmalar

Araştırmacı	Girişimci Tipolojileri
Collins, Moore vd. (1964) ve Collins ve Moore (1970)	“İdeal girişimci” ve “Bağımsız girişimci
Laufer (1974)	“Yönetici veya Yenilikçi girişimci”, “Büyüme odaklı girişimci”, “Büyüme odaklı olmadan verimlilik arayan girişimci” ve “Esnaf girişimci”
Simith (1976)	“Zanaatkâr girişimci” ve “Fırsatçı girişimci
Vesper (1980)	“Tek başına çalışan serbest meslek sahibi”, “Takım oluşturucular”, “Bağımsız yenilikçiler”, “Mevcut modellerin çoğaltıcıları”, “Ölçek ekonomisinin sömürücüleri”, “Sermaye toplayıcıları”, “Alıcılar”, “Alım satım yapan sanatçılar”, “Holding kurucular”, “Borsa yatırımcıları” ve “Değer manipülatörleri”
Julien ve Marchesnay (1987)	“Süreklilik, bağımsızlık ve büyüme odaklı girişimciler” ve “Büyüme, özerklik ve sürdürme odaklı girişimciler”
Lafuente ve Salas (1989)	“Zanaatkâr”, “Risk odaklı”, “Aile odaklı” ve “Yönetim odaklı”
Hornaday (1990)	“Zanaatkâr girişimci”, “Organizatör girişimci” ve “Profesyonel yönetici”
Miner (1990)	“Girişimci girişimci”, “Büyüme odaklı girişimci” ve “Yönetici girişimci”
Chell, Haworth, Brearley (1991)	“Prototipçi girişimci”, “Yarı girişimci”, “Yönetici girişimci”
Woo ve Cooper (1992)	“İcatçı girişimci”
Filion (1994)	“Uygulayıcı girişimci” ve “Vizyoner girişimci”
Siu (1995)	“Kıdemli vatandaş”, “İşkolik”, “Yaşamayı seven”, “İdealist” ve “Yüksekten uçan”
Isachsen (1996)	“Yönetici girişimci”, “Taktikçi girişimci”, “Stratejist girişimci”, “İdealist girişimci”
Miner (1996)	“Kişisel başarıcı girişimci”, “Süper satıcı girişimci”, “Gerçek yönetici girişimci”, “Uzman fikir yaratıcı girişimci”
Vesper (1999)	“Başlatıcı girişimci”, “Elde edici girişimci”, “Koşucu girişimci”, “Havalanan girişimci”, “Revizyonist

	girişimci”, “Yenilikçi girişimci”, “Destekleyici girişimci”, “İçgirişimci girişimci”, “Endüstri kaptanı girişimci”
De Jorge Moreno, Catillo ve Masere (2007)	“İmtiyazlı girişimci”, “Dağıtılmış girişimci”, “Kuşkucu girişimci”, “Mesleği olmayan girişimci”, “Modern girişimci”, “Tipik olmayan girişimci”, “Geleneksel girişimci”

Kaynak: Filion, 1998:2; Rauch ve Frese, 2000: 119-120; Levander vd, 2001: 8; Verheul vd, 2004: 7; De Jorge Moreno vd., 2007: 36-38; Özkul, 2008: 135-136

Girişimci tipolojisi, bireyin kişilik özellikleri ile zihinsel ve fiziksel yönlerinin değerlendirilmesiyle ilgilidir. Kişilik özelliklerinin bireyler arasında çok çeşitlilik göstermesi, birey davranışlarının nedenleri ve sonuçları arasında önemli farklılıklar olması bireysel özelliklerden yola çıkılarak tipolojik sınıflandırmalara gitmeyi zorlaştırmaktadır. Girişimci tipolojisine yönelik sınıflandırmada bireyin içe veya dışa dönük davranış ve düşüncelerinin bireyin fiziksel, psikolojik ve karakteristik özellikleri birlikte rol oynadığı yönünde durulmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik tipolojilerine yönelik sınıflandırmada bireyin birikimleri, eğitimi gibi değişkenlerin yanında kişilik özellikleri de üzerinde durulması gereken bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Girişimcilik ruhu taşıyan bireylerin ortak özelliklerinin başında başarıya yüksek düzeyde arzu duymaları gelmektedir. Yenilikçiliğe açık yaklaşımlar sergileyen bu bireylerin genel olarak rutin işleri sevmedikleri, sıra dışı düşüncelere ve fikirlere daha açık oldukları görülmektedir. Girişimcilikle ilgili tanımların odak noktasında yer alan yenilikçilik, girişimci ve işletme açısından rekabet üstünlüğünü sürdürülebilir kılmada bir özgüven sağlamaktadır. Ayrıca küresel piyasalarda girişimciyi etkili bir aktör konumuna taşımaktadır (Öğüt vd., 2006: 432)

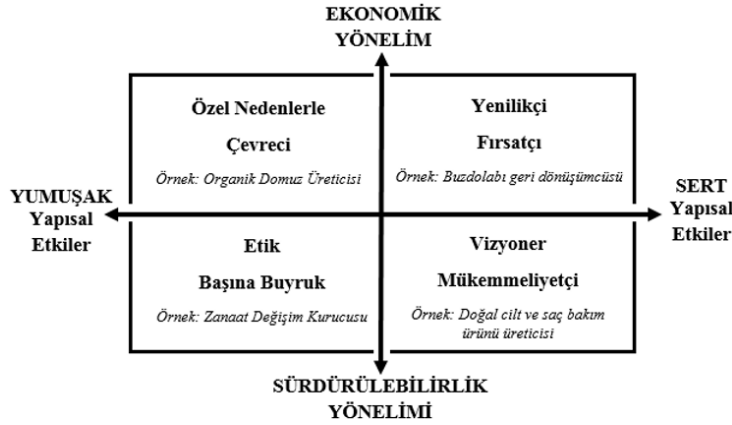
Kimanzi (2015), her girişimcinin birbirinden farklı ve benzersiz olduğunu ifade etmektedir. Girişimcilerin paylaştığı ortak unsur “iş”tir ve girişimciler işleri yoluyla özgürlük yaratma arzusundadır. Kimanzi, girişimcilik tipolojilerini şüpheli, taklitçi, araştırmacı, kararlı ve başarılı olmak üzere 5 türde ele almaktadır:

- Şüpheli girişimci: Bu tip girişimciler, başkalarının başarısını gören ve hemen sorgulamaya başlayan girişimcilerdir. Başkalarını başarıya götüren işleri inceler ve onların başarılarında bir “şans” veya geçmişten bir miras ararlar. Bu tip girişimciler sürekli şüphe içinde kaldıkları için başarılı olabilmeye şansları düşüktür.
- Taklitçi girişimci: Başarılı girişimcilerin yöntemlerini taklit etmeye çalışan girişimci tipidir. Benzeri yöntemler ile başarılı olmaya çalıştıkları için özgünlükten uzaktırlar ve başarılı olabilmeye şansları düşüktür.

- Araştırmacı girişimci: Öğrenmeyi seven girişimci tipidir. İşini başlatmak veya büyütmek için olası her türlü senaryo ve stratejiyi araştırırlar. Bu girişimcilerin başarıya ulaşması, araştırma sonuçlarını harekete geçmek için kullanmalarına bağlıdır.
- Kararlı girişimci: Aklına koyduğu işi her ne olursa olsun yapma kararlılığında olan girişimci tipidir. İşlerini büyütmek için ellerinden gelen her şeyi yaptıkları görülür.
- Başarılı girişimci: Girişimciliğin tüm aşamalarından geçen, süreçler hakkında bilgi sahibi olan, başarıya ulaşmaya yardımcı olabilecek şeyleri keşfeden, müşterileriyle nasıl bağlantı kuracağını bilen, büyük mücadelelerden nasıl çıkabileceğini öğrenen girişimci tipidir. Başarılı girişimciler için zaman en değerli kaynaktır ve zamanı akıllıca kullanmaya özen gösterirler.

Girişimci tipolojileri içerisinde “yeşil girişimci” tipi de bulunmaktadır. Sürdürülebilir topluma geçiş süreçlerinde yeşil girişimciler büyük önem taşımaktadır. Yeşil girişimci tipolojisinde kabul edilen asgari özellikler, bir kâr oryantasyonu ve yeşile yönelimdir. Burada yeşil ile kâr amaçlı olmak kaydıyla çevresel ve ekolojik sürdürülebilirliğe doğru ilerleme ifade edilmektedir (Taylor ve Walley, 2003: 11-12). Yeşil girişimci tipolojisi Şekil 1’de verilmiştir.

Şekil 1. Yeşil Girişimci Tipolojisi



Kaynak: Taylor ve Walley, 2003: 11.

Özel nedenlerle çevreci girişimci, bir tür kazara yeşil girişimci tipidir. Bu girişimcilerin motivasyonu değer odaklı değildir ve kişisel ağlar, aileler ve arkadaşlardan etkilenmektedir. Etik ve başına buyruk yeşil girişimci, sürdürülebilirlik yönü ve yumuşak yapısal etkileri ile karakterize edilmektedir. İş oluşumu üzerindeki en önemli etkiler, dünyayı değiştirme vizyonlarından

ziyade arkadaşlar, ağlar ve geçmiş deneyimlerdir. Bu girişimciler sürdürülebilirlik değerlerine dayalı bir motivasyonla alternatif tarz işletmeler kurma eğilimi gösterebilirler. Yenilikçi fırsatçı yeşil girişimci, yapısal düzenlemelerden en fazla etkilenen girişimcidir. Vizyoner mükemmeliyetçi yeşil girişimci, dönüştürücü ve sürdürülebilirlik yönünü benimseyen girişimcidir. Dünyayı değiştirmek için yola çıkar, öncü konumunda çalışır ve sert yapısal değişimi öngören sürdürülebilir bir gelecek vizyonuna sahiptir (Taylor ve Walley, 2003: 12).

Girişimci tipolojileri içerisinde sosyal girişimciler, toplumsal sorunların çözümüne yönelik inovasyon yaklaşımıyla öncü durumda yer almaktadır. Sosyal girişimciler, insan hakları, sağlık ve çevre gibi konulara yönelik sorunlardan hareketle sürdürülebilir, sosyal etki yaratan ve inovasyon temelinde projeler üretmek sosyal dönüşüme destek olmaktadır. Yerel dönüşümde lider durumda olan sosyal girişimcilerin küresel düzeyde faaliyetlerine Ashoka örnek olarak verilebilir (Kayalar ve Arslan, 2009: 57-60). Ashoka, 1980 yılında sosyal bir vizyonla girişimcilere fon sağlamak amacıyla Drayton tarafından kurulmuştur. Bunun öncesindeki sosyal girişimciliğe örnek olarak 1889 yılında Adams tarafından yoksul insanlara yardım üreten Hull House, 1968 yılında Strickland tarafından iletişim programları geliştirmede sanatın kullanıldığı Manchester Craftsmen's Guild, 1976 yılında Bangladeş'teki yoksullukla mücadele etmek ve kadın girişimcileri güçlendirmek amacıyla kurulan Grameen Bank sayılabilir (Mair ve Marti, 2006: 36). Sosyal girişimcilik, sosyal değişimi kolaylaştırma, sosyal sorunları giderme ve inovasyon yapma amaçları ile fırsatların değerlendirilmesi yönünde kaynakların bir araya getirilebilme süreci olarak görülebilir. Sosyal girişimcilik, örgütsel yapılarda rekabet avantajı sağlama ve sosyal misyonları gerçekleştirebilme sonuçlarını doğurmaktadır (Kayalar ve Arslan, 2009: 59).

Fauchart ve Gruber (2011: 936) toplumsal kimlik teorisi doğrultusunda, firma kurucularının kimlikleri, davranışları ve eylemleri üzerinde yaptıkları araştırmaya göre girişimcilerin yeni firma kuruluş süreçlerindeki ve sonuçlarındaki ilişkide farklı anlamları aydınlatan bir tipoloji ortaya koymuşlardır. Buna göre girişimcilerin kurucu kimlikleri Evrimciler (Darwinistler), Topluluk Üyeleri ve Misyonerler olmak üzere üç türe ayrılmakta, bu türlerin birden fazla özelliklerini barındıran kişiler de melez gruba girmektedir. Evrimci kimliğine sahip girişimciler diğer firmalarla rekabete odaklanmakta, firmalarını kendi ekonomik çıkarları doğrultusunda yönlendirmektedirler. Topluluk Üyesi girişimciler, firmalarını karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler nedeni ile belirli bir topluluğu desteklemek üzere kurma yönünde eğilim gösterirler. Onlar için kurulacak firmalar, üyesi buldukları topluluğu destekleyecek sosyal nesnelere dir. Misyoner girişimciler ise

firmalarını, toplumun genel yararına belirli bir neden doğrultusunda hizmet veren siyasal nesnelere olarak görürler.

Öğüt vd. (2006: 434) bilişimci girişimciliği ayrı bir tipoloji olarak ele almaktadır. Bilişimci girişimcilik, dijital ekonomik dönüşüme kaynaklık eden enformasyon tabanlı teknolojileri kavramayı ve etkin olarak kullanabilmeyi, teknolojinin potansiyelini algılamayı ve teknoloji psikolojisine hâkim olmayı gerektirmektedir. Bilişimci girişimci, girişimcilik sürecinin her aşamasında etkin bilgi yönetimini gerçekleştirmek durumundadır.

Aslan ve Atabey (2009) kadın girişimcilerin rolü ve Türk kadınının girişimci tipolojisini ele aldıkları çalışmada kadın girişimci tipolojisinin özelliklerini ele almışlardır. Buna göre kadın girişimcileri başarılı kılan özelliklerin başında uzlaşmacı, insancıl, sabırlı ve demokratik olmaları gelmektedir. Kadın girişimciler, erkek girişimcilerin özellikleri dışında erkeklere karşı güçlü olma, kendini ispatlama, ekonomik bağımsızlığa sahip olma gibi güçlü hislere sahiptir. Kadın girişimciler özellikle bilişim, sigortacılık ve perakende gibi hizmet sektörlerini daha çok tercih etmekte olup erkekler kadar büyüme odaklı değildirler. Kadın girişimciler bir bilene danışmaktan ve bilmediklerini sormaktan çekinmezler. Akıl ve mantıklarının dışında sezgilerine güvenirlere. Büyük risklere daha temkinli yaklaşırlar. Bundan dolayı erkek girişimcilere göre başarısızlıklarının oranı daha düşük olmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin yaşam tarzları, kârlılıktan önce gelmektedir

Girişimcilik tipolojileri içerisinde ekogirişimcilik ve biyogirişimcilik kavramları da yer almaktadır. Ekogirişimcilik, işletmelerde teknik beceri ve yönetim sistemlerinden daha çok, girişimcinin bireysel yetenek ve becerileri doğrultusunda çevresel yenilikler ile pazarda başarı kazanılmasını ifade etmektedir. Biyogirişimcilik ise yaşamın iyileştirilmesi amacı doğrultusunda ve öncelikli gereksinimler çerçevesinde teknolojik ve akademik girişimcilerin buluşmasını sağlamak, iş birliklerini teşvik etmek ve bilgiyi ticarileştirmek üzere gerekli ortam ve altyapı sağlamak doğrultusunda yapılan uygulamaları içermektedir (Savrul ve Akyüz, 2016: 171).

4. GİRİŐİMCI TİPOLOJİLERİNE YÖNELİK ELEŐTİRİLER

Girişimci tipolojileri, girişimci davranışlarını tanımlamak anlamında önemlidir. Tipolojiler, yapılan iş ile işi yapan arasındaki ilişkinin teorik olarak ortaya konulması, işin başarısına yönelik bir fikir oluşturması adına da önem taşımaktadır. Girişimci tipolojisi firma strateji tipini belirleyen faktörlerden biri olduğu için firmaların stratejilerini anlamak adına da girişimci tipolojileri yardımcı olabilmektedir (Dinçer vd., 2012: 256).

Birçok farklı tipolojinin olması, bir kısım tipoloji tanımlarının girişimciliği test etmede yetersiz olması, tipolojilere yönelik araştırmalarda farklı model ve özelliklerini kullanılarak girişimcilerin kategorize edilmesi, girişimci tipolojilerine yönelik eleştirilerin başında gelmektedir. Girişimci tipolojilerine yönelik bir başka eleştiri konusu, tipoloji tanımlamalarının basit olması konusudur. Ayrıca bir girişimci sadece bir tipolojiye değil, birden fazla tipoloji özelliklerine uyabilmekte, çoğunlukla da birden fazla tipolojinin bazı özelliklerinin birleşimi ile tanımlanabilecek özelliklere sahip olmaktadır (Rauch ve Frese, 2000: 120).

Kişilikle ilgili özelliklerin çok çeşitli olması, davranışların neden ve sonuçlarının bireyler arasında önemli farklılıklar göstermesi, bireysel özelliklerden tipolojik sınıflamalara gitmeyi güçleştirmektedir. Başka bir ifade ile tipolojik sınıflamalar, bireysel farklılıkları bir bütün olarak kapsayamamakta, girişimci tek bir kategori altına girememektedir (Öğüt vd., 2006: 432).

Girişimcilik ve girişimciliğin tipolojilerinin belirlenmesinden daha büyük bir zorluk, ülkedeki girişimcilik faaliyetlerinin ölçülmesi noktasında yaşanmaktadır. Girişimciliğin doğrudan ölçülmesinin zorlukları, ampirik çalışmalarda girişimciliğin çeşitli göstergelerle temsil edilmesini gerektirmektedir (Karagöz, 2016: 268). Bu bağlamda tipolojilerin, girişimciliğin ampirik ölçülmesine yönelik yeterli parametreleri sağlayabilir olması gerekmektedir.

SONUÇ

Girişimcilik, öncelikli olarak yeni fikirler üretmek ve üretilen fikirleri uygulamaya koyabilmek anlamına gelmektedir. Yeni fikirlerin üretim faktörleriyle bir araya gelerek üretime dönüşmesi, ekonomik kalkınma ve toplumsal refah düzeyinin artması adına önemlidir (Coulter (2001: 2), girişimciliğin önemini “yenilikçilik-icatçılık”, “yeni işletmelerin doğması ve büyümesi” ve “yeni iş alanları yaratma” olarak açıklamaktadır.

İnsanlık tarihi kadar geçmişe dayanan girişimcilik kavramı özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte daha fazla önem kazanmıştır. 1755 yılında Cantillon tarafından girişimcinin özelliklerinin tanımlanmasıyla literatüre giren girişimcilik kavramı üzerine ilerleyen yıllarda birçok bilimsel çalışma yapılmıştır. Girişimciliğin ekonomik alana katkılarını artırmayı hedefleyen bu çalışmalarda genellikle girişimci özelliklerinin belirlenmesi odak noktasına yerleştirilmiştir.

Girişimcilerin, sahip olduğu karakteristik özellikler göz önünde bulundurularak, türlere göre bir takım farklı sınıflara ayırmak anlamına gelen tipoloji kavramı, deneysel analizler ve kavramsal eşleştirmeler aracılığıyla

farklı girişimci türlerinin birlikte hareket edebilmesine imkân tanımaktadır. Bireyin, girişimcilik eğilimi ve isteğini tayin eden faktörler olarak; iktisadi ve mali kaynaklar, öğrenim düzeyi, iş deneyimi, inanç, rol modeller, aile, kültür ve kişilik özellikleri gibi birçok etken yer almaktadır (Özgüner, 2015: 148). Girişimcileri birbirinden ayıran bu faktörler, girişimcilik tipolojilerini oluşturmaktadır.

Ülkemizde girişimci tipolojilerine yönelik yapılan bir çalışma ise sanayi sektöründe faaliyet gösteren ve 2010-2012 yılları arasında en az bir kez İSO 1000 kayıtlarına girmiş Kayseri ilinde faaliyet gösteren 32 firma ile niteleyici bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Kayseri’deki girişimci profili ağırlıklı olarak “Esnaf Girişimci” biçimindedir. Bu girişimci tipinin temel özellikleri; küçük yaştan itibaren işiyle yoğrulması, dolayısıyla kısıtlı eğitim imkanları olabilmesi, genellikle bir başka firmada profesyonel iş deneyimi olmaması, işin geliştirilmesi konusunda esnek olmayan yönetim biçimini benimsemesi, ürün ve ekipman konusunda sınırlı açılımları tercih etmesidir. Ayrıca, mali kaynakları çeşitlendirmekten ve bunun paralelinde belirsizlik durumlarında risk almaktan kaçınmak, uzun vadeli fırsatları değerlendirmek konusunda da mesafeli durmak da esnaf girişimcinin özellikleri arasındadır (OGUZTİMUR Şenay, “Kayseri’deki Büyük Ölçekli İmalat Sanayisi Girişimcilerinin Girişimci Tipolojileri Bakımından Değerlendirilmesi”, Megaron, S:1 (2013), s.175-178). Çalışma neticesinde elde edilen bulgular ışığında, Kayseri ilindeki girişimci tipolojisi bakımından “Esnaf girişimci” profili özellikleri taşıdığı anlaşılmaktadır.

Bunun yanında, aynı coğrafik bölge içerisinde hatta birbirine çok yakın komşu iller olan Isparta, Burdur ve Antalya illerindeki girişimci tipolojilerine yönelik yapılan çalışmada, Isparta ilindeki girişimcilerin % 62’sinin, Burdur ilindeki girişimcilerin % 75’inin “Esnaf Girişimci” özellikleri gösterdiği fakat buna karşılık Antalya ilindeki girişimci tipolojisinin ise % 65’inin “Fırsatçı Girişimci” olduğu anlaşılmaktadır. Her ne kadar birbirlerine çok yakın olan bu illerin demografik yapı bakımından ve kültürel açıdan benzer özellikler göstermesi beklenirken bir ilin diğerinden farklı girişimci tipoloji özelliğine sahip olması, girişimci tipolojilerinin belirlenmesinde yapılacak olan çalışmanın önemini bir kez daha ortaya koymaktadır (ÖZKUL Gökhan, (2008). Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek lisans Tezi, Isparta.)

İnsanlar arasında birçok farklılığın bulunması, girişimciliğin sınıflandırılmasında kesin çizgilerle tanımlama yapmayı olanaksız kılmaktadır. Bu nedenle bir girişimci, ortaya koyduğu özellikler ile birden fazla sınıflandırmaya girebilmektedir. Herhangi bir tipolojiye uyan girişimci, ortak özellikler yüzünden diğer tipolojidekilerle benzerlik gösterse de

aralarındaki farklılıkların tespit edilmesi, bütüncül ve anlamlı tanımlamalara ulaşabilmek adına faydalıdır.

Bu çalışma, girişimcilik tipolojilerine yönelik yapılan çalışmalarını derleyerek bir araya getirmektedir. Çalışmanın, Türkiye’de girişimcilik tipolojilerine yönelik bundan sonra yapılacak çalışmalara yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Konuyla ilgili ayrıntılı çalışmaların yapılması, Türkiye’deki girişimcilerin başarı oranlarının yükseltilmesi adına da önemli görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdullaeva, F. (2007). *Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Acs, Z. J. and Varga, A. (2005). Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change. *Small Business Economics*, 24(3), 323-334.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(2), 155-173.
- Aidis, R. (2003). Entrepreneurship and Economic Transition. Tinbergen Institute Discussion Paper, University of Amsterdam, Erişim: file:///C:/Users/Teknotek/Downloads/SSRN-id385420.pdf, (25.08.2016).
- Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying The Intrapreneurship Concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Aslan, Ş. ve Atabey, A. (2009). Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi. *Journal of Azerbaijani Studies*, 1-17.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 1-21.
- Boz, H. (2007). *Etnik Girişimcilik, Almanya’da Faaliyet Gösteren Türk Kökenli Girişimciler Üzerine bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Antalya.
- Bozgeyik, A. (2005). *Girişimcilere Yol Haritası*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir

- Araştırma. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 1(15),1-27.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2): 57-78.
- Bozkurt, Ö.Ç. ve Alparslan, A.M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Börü, D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi: M. Ü. İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları.
- Bridge, S., O'Neil, K. ve Cromie, S. (2003). Understanding enterprise, entrepreneurship and small business (2nd ed.). Palgrave/Macmillan.
- Carree, M. A. and Thurik, A. R. (2003). The Impact Of Entrepreneurship On Economic Growth. In *Handbook Of Entrepreneurship Research* (pp. 437-471). Springer US.
- Casson, M. (1990). *Internalisation Theory and Beyond*. University of Reading.
- Coulter, M. K. (2001). *Entrepreneurship in Action*. Prentice Hall, U.S.A.
- De Jorge Moreno, J., Castillo, L. L., ve Masere, E. D. Z. (2007). Influence of Entrepreneur Type, Region and Sector Effects on Business Self-Confidence: Empirical Evidence From Argentine Firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(1), 25-48.
- Dinçer, M. A. M., Yıldırım, M. ve Dil, E. (2012). Firmanın Tercih Ettiği Stratejinin Belirlenmesinde Girişimci Tipinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2), 241-261.
- Döm, S. (2006). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Drucker, P. F. (1998). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 76(6), 149-157.
- Dulupçu, M. A., Sungur, O., Demirgil, H., Şentürk, C., Özkul, G. ve Ezgn, A. (2007). *Yenilik, İşbirliği ve Girişimcilik: Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya-Burdur Isparta, BBS TR61) KOBİ'lerinin Tutumlarının Değerlendirilmesi*. TOBB Yayınları.
- Dutz, M. A., Ordovery, J. A. and Willig, R. D. (2000). Entrepreneurship, Access Policy And Economic Development: Lessons From Industrial Organization. *European Economic Review*, 44(4), 739-747.

- Fauchart, E. and Gruber, M. (2011). Darwinians, Communitarians, And Missionaries: The Role of Founder Identity in Entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957.
- Ferrante, F. (2005). Revealing Entrepreneurial Talent. *Small Business Economics*, 25(2), 159-174.
- Filion, L. J. (1998). Two Types of Entrepreneurs: The Operator and the Visionary: Consequences for Education. Montréal: École des hautes études commerciales, Working paper.
- Filley, A.C. ve J. Aldag (1978). Characteristics and Measurement of an Organizational Typology. *Academy of Management Journal*, 21(4), 578-591.
- Gözek, S. (2006). *Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarık Ekonomisi Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. D. (2001). *Creativity and The Business Idea*. *Entrepreneurship*. New York: Mcgraw Hill, 164-93.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship–Starting Developing and Managing a New Enterprise*, Richard D, Irwin. INC, USA.
- İlhan, S. (2005). Bazı Değişkenler Açısından Elâzığ’da Girişimci Profili. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 217-248.
- Karagöz, K. (2016). Girişimcilik-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(2), 264-292.
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J. ve Mulder, M. (2010). Entrepreneurship Education In Iranian Higher Education: The Current State and Challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.
- Kayalar, M. ve Arslan, E. T. (2009). ASHOKA’ya Üye Sosyal Girişimcilerin Türkiye ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması, *SDÜ Vizyoner Dergisi*; 1(1), 56-76.
- Kimanzi, C. (2015). The 5 Types of Entrepreneurs, Erişim: <https://www.entrepreneur.com/article/244210>, (20.03.2016).
- Kuratko, D. F. ve Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship–A Contemporary Approach*. New York, Delmer Publishing.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Levander, A., Raccuia, I. ve Hamrefors, S. (2001). Entrepreneurial Profiling-stimuli, Reaction, Action A Cognitive Approach to Entrepreneurship.

- Entrepreneurial Profiling, Stimuli Reaction, Action. A Cognitive Approach to Entrepreneurship, Stockholm Schools of Economics, Seminar Presentation: January 19th.
- Mair, J. ve Martı, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight. *Journal of World Business*, (41), 36-44.
- Müftüoğlu, T. (1994). *İşletme İktisadı*. Ankara.
- Olsen, S. ve Galamidi, B. (2009). Managing Social and Environmental Impact: A New Discipline For A New Economy. *Journal Of World Affairs*, 15(2), 43-56.
- Öğüt, A., şendoğdu, A. ve Yılmaz, N. (2006). *Bilişimci Girişimcilik Tipolojisi Açısından Bilgi Yönetiminin İlkeleri. Uluslararası Girişimcilik Kongresi. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi, 25-27 Mayıs 2006, 431-436, Bişkek.*
- Özgüner, M. (2015). Girişimcilik Tipleri ve Kişilik Tipleri İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Route Educational and Social Science Journal*, 2(1), 148-160.
- Özkan, ř. F. Gündoğdu, Ö. S. E. ve Aksu, H. (2010). Türkiye’de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 58(4), 145- 172.
- Özkul, G. (2008). *Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi Kobi’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Özkul, G. ve Dulupçu, M. A. (2007). Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 67-92.
- Rauch, A. ve Frese, M. (2000). Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings. (Eds.) C.L. Cooper ve I.T. Robertson, *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Chichester: Wiley, 101-142.
- Rauch, R. ve Frese, M. (2009). *Toward A Psychology Of Entrepreneurship: An Action Theory Perspective*. Now Publishers Inc.
- Savrul, B. K. ve Akyüz, D. (2016). Türkiye Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Mevcut Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Çözüm Önerileri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1), 165-185.

- Schumpeter, J. A. (1961). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, New York, Oxford University Press.
- Sexton, D. L. ve Smilor, R. W. (1996). *Entrepreneurship 2000*. Kaplan Publishing.
- Silver, A.D. ve David, A. (1983). *The Entrepreneurial Life: How to go for it and get it*. John Wiley & Sons.
- Smith, N. R. ve Miner, J. B. (1983). Type of Entrepreneur, Type of Firm, and Managerial Motivation: Implications For Organizational Life Cycle Theory. *Strategic Management Journal*, 4(4), 325-340.
- Taylor, D. W. and Walley, E. E. (2003). Manchester Metropolitan University Business School Working paper Series.
- Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Baskı Yayınları.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süresi*, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- TÜSİAD (Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği), (2002). Türkiye’de Girişimcilik, Lebib Yalkın Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/2002-12/340, İstanbul.
- Ufuk, H. ve Özgen, Ö. (2000). *Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili: Ankara Örneği*, Ankara: KOSGEB Yayınları.
- Van Praag, C. M. ve Versloot, P. H. (2007). What is The Value of Entrepreneurship? A Review of Recent Research. *Small Business Economics*, 29(4), 351-382.
- Verheul, I., Uhlaner, L. ve Thurik, R. (2004). *Business Accomplishments, Gender and Entrepreneurial Self-image. Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, Max Planck Institute.
- Woo, C. Y., Cooper, A. C. and Dunkelberg, W. C. (1991). The Development And Interpretation of Entrepreneurial Typologies. *Journal of Business Venturing*, 6(2), 93-114.
- Yıldız, S. (2007). *Girişimcilik*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.