

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/328842236>

GİRİŞİMCİLİK, GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ VE GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Conference Paper · November 2018

CITATIONS

0

READS

1,013

1 author:



[Abdullah Balli](#)

T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi

4 PUBLICATIONS 3 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

GİRİŞİMCİLİK, GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ VE GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Abdullah BALLI
dr1240201073@gmail.com

1. GİRİŞ

Küresel rekabet ortamında koşulların her geçen gün daha da zorlaştığı bir ekonomik çevrede toplumların varlıklarını sürdürebilmeleri, onların gelişmişlik düzeyleri ile doğrudan bağlantılıdır. Uygarlığın zaman yolculuğunda bilhassa, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle beraber, girişimcilik toplumlar nezdinde farklı bir yere sahip olmuştur. Girişimciliğin gelişmesiyle beraber yeni fırsatlar ortaya koyan düşünceler üretim araçları ile bir araya gelerek, çok daha yeni ve gelişmiş mal ve hizmetler ortaya çıkmıştır. Girişimcilik yalnızca ekonomik kalkınmaya vesile olmamış aynı zamanda istihdam oluşturma ve toplumların sosyal olarak da toplumların gelişmesine katkıda bulunmuş ve sosyoekonomik seviyelerinin artmasına imkân sağlamıştır. Neredeyse İnsanlık tarihi kadar eski olan girişimcilik kavramı zaman içerisinde uzun bir yolculuğa çıkmış ve günümüzde de çok daha farklı boyutlarda karşımıza çıkmaktadır (Aşkın, Nehir, Vural, 2011: 55).

İnsanların sahip oldukları kendi düşünce, hayal, istek ve arzularını toplumda başka bir bireye bağımlı olmadan gerçekleştirmek istemeleri, bunun sonucunda da o kişiler tarafından bu istek ve arzularının hayata geçirmek noktasında işletme kurmalarını kaçınılmaz hale getirmiştir. Böylelikle ortaya çıkan her türlü işletme bu girişimin neticesidir ve girişimin özelliklerini yansıtmaktadır. Kimi zaman her ne kadar insanlar belirli bir ücret karşılığı başkalarının yanında çalışmak üzere iş bulamamaları nedeniyle kendi işletmelerini kurmuş olsalar da bunların temelinde yatan neden yine bu kişilerin sahip olmuş oldukları girişimcilik ruhudur. Böylece biz girişimciyi en yalın basit şekliyle; toplumun ihtiyacı olan bazı ürün ve hizmetleri üretmek amacıyla bu işi sahiplenen ve bu amaç için sahip olduğu ekonomik birikimleri riske atan ve emeğini ortaya koyan kişi olarak tanımlayabiliriz (Müftüoğlu, 1994: 74-75).

Girişimcilik, yetenek, düşünce, fiziksel ve ekonomik sermaye ve bilginin birlikte bir arada olmasını zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluk sayesinde, meydana gelen süreç kimi zaman riskli, belirsiz kimi zamanda gelişigüzel olabilir fakat daima dinamik yapıya sahiptir. Girişimcilik kavramı, farklı bireyler açısından farklı anlamlar ifade etmektedir. “Girişimcilik” ve “Girişimci” kavramı ile ilgili olarak bütüncül bir fikir birliği oluşmamıştır (Sexton ve Smilar, 1996: 2).

Girişimci gerek kendisinin sahip olduğu veya kendisi tarafından başkalarından temin etmek suretiyle elde etmiş olduğu ekonomik sermayeyi, kendi fiziksel bilgi, beceri ve yetenekleriyle birlikte bir araya getirmek suretiyle bu üretim faktörlerini en doğru ve verimli bir şekilde kullanarak elde etmiş olduğu ya da elde edeceği kârı en üst düzeyde tutmak isteyecektir. Böylece elde etmiş olduğu bu kazanımları yeniden işletmesine aktarmak suretiyle gerek işletmesinin yaşam döngüsünü sağlamak gerekse de büyüyebilmek adına sahip olduklarından her zaman daha fazlasını elde etme isteği içinde olacaktır. Aksi durumda bu istek, arzu ve hayallerini gerçekleştirmesi mümkün olmayacak ve girişimcilik düşüncesinin esasını oluşturan başarıma isteğinden uzaklaşacaktır.

2. GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

2.1. Girişimci

Girişimci “herhangi bir mal veya hizmet işini üretmek için bir işe girişen, kalkışan kimsedir”. Müteşebbis ise, “ticaret, endüstri vb. alanlarda ekonomik ve beşerî anlamda sermaye koyarak girişimde bulunan bireydir” (Gözek, 2006: 3). Girişimcilik, bireyin sahip olduğu kabiliyet, düşünce, ekonomik faktörler ve bilginin bir arada olmasını zorunlu kılar. Bu birliktelik prosesi, risk taşıyan, muğlak bir çevrede ve bazen de gelişigüzel olabilir ancak her zaman için dinamik bir şekilde meydana gelir. Girişimcilik, bireyler açısından değişik anlamlar ifade etmektedir. “Girişimcilik” ve “Girişimci” kavramı hakkında bütüncül bir fikir birliği veya tanımlamadan bahsetmek mümkün değildir (Sexton ve Smilar, 1996: 2).

Girişimcilik, bir bireyin ya da bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları birlikteliklerin, toplumun gereksinimi olan ürün veya hizmetlerin imal edilmesi ya da dağıtılması sürecini içerisine alan, kazanç elde etme odaklı bir işletmenin inşa edilmesi, varlığının devam etmesi ve daha da gelişmesi için birtakım sorumlulukları üzerlerine almalarına yönelik bir faaliyettir. Girişimci ise, üretim için gereken araçları (üretim faktörlerini, ekonomik ve beşerî sermaye) birbiriyle uyumlu bir şekilde kombin ederek, toplumun gereksinimi olan ürün ve hizmetlerin üretimi için gereken süreçleri hayata geçiren, ihtiyaç duyulan bu ürün ve hizmetlerin meydana gelebilmesi gereken ekonomik sermayeyi temin eden ve elde edilen bu ürün ve hizmetlerin kâra dönüşeceği pazar olanaklarını keşfeden kişi şeklinde ifade edilebilir (Ufuk ve Özgen, 2000). Girişimcilik kavramı konusunda ciddi kazanımları olan Hisrich ve Peters (2001), girişimciyi; “emek, hammadde ve diğer enstrümanları daha büyük değer/imbân yaratacak şekilde bir araya getiren kişi” şeklinde ifade etmektedirler. Girişimciyi, “kaynaklar elde edilmesi veya temini konusunda öngörüle bulunarak işi planlayan, gerçekleştirilmek istenen faaliyetler için gerekli olan insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da kârlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişi” olarak ifade etmek doğru olacaktır (Silver ve David, 1983). Bu sayede girişimci, sahip olduğu ekonomik ve beşerî sermaye ile birlikte çağın gerektirdiği teknolojiyi ve hammadde ve doğal kaynaklarla birlikte doğru bir biçimde bir araya getirerek, toplumun ihtiyacı olan ürün ve hizmetleri üreten kişi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişim kavramı, sahip olduğu spesifik birtakım özellikleri nedeniyle genel anlamda işletme ve ticari işletme kavramlarından farklılık göstermektedir.

2.2. Girişimcilik Kavramı

Küresel anlamda ekonomik olarak gelişmenin, inovasyonla birlikte iki önemli unsurdan bir tanesi olan girişimcilik, zaman geçtikçe çok daha önemli bir hale gelmektedir. Meydana getirdiği iş olanakları sayesinde istihdama önemli ölçüde katkılar sunan, sahip olunan ekonomik sermayenin verimliliği az olan alanlardan etkinliği ve verimliliği yüksek olan sahalara kaydırılması, yenilikçi ve sürekli değişimin öncüsü olan gelişmelere imkân sağlaması sebebiyle girişimcilik, ülkeler bakımından rekabetin yoğun olarak yaşandığı küresel bir ortamda oldukça önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Fransızca kökenli bir kelime olan ve “bir şey yapmak” anlamına gelen “entreprendre” kelimesinden türemiş olan girişimci kelimesi, ekonomik terim olarak ilk kez 18. yüzyılda, İrlanda asıllı olan ve Paris’te bankacılık yapan Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon, 1755 tarihinde çıkarmış olduğu “Essai sur la nature du commerce en general” isimli çalışmasında, girişimcinin en önemli özelliği olan risk alma üzerinde durmuştur. Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say’da girişimci kavramından literatürde bahsetmiştir. Say Cantillon’un kullandığı girişimci ifadesini bir adım öteye taşıyarak; “girişimcinin risk alma

özelliğinin yanı sıra üretim araçlarının bir araya getirilmesi, örgütlenmesi ve bunların uyumlu bir biçimde yönetilmesi için bireyin sahip olması gereken kişisel özellikler” konusunda önemine dikkat çekmiştir (Hisrich ve Peters, 1995: 6). Cantillon’a girişimciyi, kazanç sağlamak maksadıyla yapılacak olan faaliyet/faaliyetleri düzenleyen ve bunun başarısız olması ihtimaline karşın o faaliyetin riskini üzerine alan kimsedir. İktisadi faaliyetler anlamında girişimcinin önemini, risk üstlenen ve belirsizlik durumlarında nasıl hareket etmesi gerektiğini bilme yeteneği bakımından değerlendirmiştir (Börü, 2006: 1).

Girişimcilik kavramına, girişimciyi yeniliği sunan kişi şeklinde ifade ederek, en ciddi ve en çok tanınan katkıyı Joseph Schumpeter “The Theory of Economic Development” isimli kitabıyla yapmıştır (Aidis, 2003: 4). Joseph Schumpeter, girişimcinin, esasında herkes tarafından aşına olunan çalışma kalıplarından sıyrılıp yeni bir üslup geliştirerek araştırmalarını devam ettirdiğini ifade etmiştir (Kuratko ve Hodgetts, 2001:29). Girişimci yenilik üreten ve daha önceden kullanılmış olan teknolojileri geliştiren kimse şeklinde tanımlamıştır.

Girişimcilik, esasında var olan piyasa fırsatlarını keşfetmek, bunlardan doğru olanını tercih etmek, değerlendirmek ve daha sonra muğlak bir belirsiz bir çevrede inovasyon üretebilme kabiliyetidir. Bu kabiliyete etki eden bir takım esas etkenler vardır (Ferrante, 2005). Bu etkenler; başarıma gereksinimi, kontrol merkezi, risk üstlenme eğilimi, belirsizliğe karşı esneklik, öz güven ve yenilikçiliktir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 59). Diğer taraftan, girişimcilik ile ilgili ifade edilmek istenen farklı bir tutum daha mevcuttur; bu konuda girişimciliği açıklayan iki okuldan bahsedilmektedir. Değişik düşünce ve pratikleri kullanan bu iki okul, “Ekonomi Okulu” ve “Eğitim Okulu” şeklinde sınıflandırılmıştır. Ekonomi okulu savunucuları, girişimcilerin işletmeler inşa ettiklerini ve bu sayede yeni bazı meslek dalları yarattıklarını ve bunun sonucunda da ekonomik anlamda bir değer yaratmak suretiyle toplumların sosyoekonomik seviyelerinin yükselmesi ve refah düzeylerinin artmasında rol oynadıklarını ifade etmektedirler (Casson, 1990: 2). Eğitim okulu savunucuları ise, girişimciliğin çok daha geniş bir kavram ve uygulama alanına sahip olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanında kişilerin girişimci davranış biçimleri sergilemelerinde onları bu yönde hareket etmeleri noktasında güdüleyici bir takım motivasyon araçlarına ihtiyaç duyulduğunu ifade ederek, kişinin üstlenmek zorunda olduğu bir takım sorumluluk ve çözmesi gereken birçok problemin mevcut olduğunu anlatmaktadır. Böylece işletme tipi girişimcilik kavramı, kişilerin işletme bünyesinde birer girişimci gibi hareket ettiği bir işletme olarak görülmektedir. Girişimcilik, bireyin sahip olduğu hayal gücünün kullanmasını, yaratıcı olmasını, sorumluluk üstlenmesini, düşünceleri iyi organize etmesi ve tanımlamasını, karar almasını ve geniş yapılar içinde başkalarıyla ilişkiler kurmasını içerecek şekilde kullanılmaktadır (Bridge vd., 1998: 21).

Schumpeter tarafından geliştirilen girişimcilik kavramı geniş kitleler tarafından destek bulmuştur. Joseph A.Schumpeter’in girişimcilik kavramı tanımlarken “yenilik” kavramını bu düşüncenin merkezine konumlandırmıştır. Schumpeter’e (1961) göre girişimci insanların ihtiyacı olan bir takım yeni ürünler üretmeyi başaran, yeni prosesler oluşturabilen, üretmiş olduğu ürün veya hizmetten kâr elde edebileceği pazarlar bulabilen, üretim için gereken yeni kaynaklar elde edebilen ve yeni oluşum biçimleri meydana çıkarabilen, bu sayede işletme bakımından yeni değişiklikler ve farklılıklar elde ederek var olan ekonomik sistemde radikal değişiklikler yapabilen kimsedir. Bu girişimciliği ise yıkıcı girişimcilik şeklinde tanımlamaktadır (Yıldız, 2007: 3).

Girişimcilikle kavramı hakkında bugün yazında çok çeşitli tanımlamalar olsa da yapılan neredeyse tüm tanımlamaların ortak noktasında; inovatif düşünme, pazarda var olan fırsatları görebilme, yeni bir iş oluşturma, yeni bir ürün geliştirme gibi benzer kısımlarda kesiştiği ifade edilebilir. Fakat girişimci özelliğe sahip bireylerin kendilerine özgü farklı ve değişik karakteristiklere sahip olmaları ve bu doğrultuda değişik girişimcilik şekilleri

göstermeleri, girişimcilik kavramının ifade edilmesinde tam bir bütüncül yaklaşım sağlanamamasına neden olmaktadır. Ciddi başarıyla elde etmiş olan girişimcilerin sahip oldukları benzer özellikler üzerine yapılan araştırmalarda ise genel anlamda “gözlem yapabilme”, “işe ve görevlere bağlanma”, “liderlik yapabilme”, “belirsizlikle baş edebilme”, “risk alabilme”, “objektif olma”, “pratik zekâyâya sahip olma”, “iyimserlik”, “ikna kabiliyetine sahip olma”, “uzlaşma yeteneği”, “proaktif yönetim anlayışı ile çalışma”, “azimli olma” ve “bilgili olma” özelliklerinin açığa çıkarıldığı anlaşılmaktadır (Bozgeyik, 2005: 77-78; Döm, 2006: 27-28; Yıldız, 2007: 6-7)

2.2.1. Girişimciliğin Ekonomik ve Sosyal Açıdan Önemi

Yeni tedarik olanakları, yeni ürün ve prosesler, yeni pazar imkanlarının ve yeni organizasyon biçimlerinin meydana gelmesiyle, geçmişi ve bugünü bir araya getirme başarısını gösteren aktif girişimcileri, ekonomik anlamda kalkınma ve gelişmenin vazgeçilmez birer oyuncusu yapmıştır (Boz, 2007: 8). Bu nedenle, yapısal ve ekonomik anlamda ilerlemenin yanında toplumların refah düzeylerinin artması noktasında da girişimcilik, toplumlar bakımından oldukça önemli bir aktördür (Karimi vd., 2011).

Dünya Girişimcilik Platformu'nun 29 ülke ile ilgili olarak yapmış olduğu bir çalışmada, girişimcilik alanında diğer ülkelere nazaran çok daha yüksek düzeyde faaliyet gösteren ülkelerin, var olan ortalama ekonomik büyüme seviyesinin üstünde ilerleme gösterdiğini açığa çıkarmaktadır (TÜSİAD, 1999). Girişimciliği ülke ekonomisine kazandırma anlamında en iyi olarak görülen ülke ABD, başka toplumların elde etmek istedikleri bir örnek teşkil etmektedir (Yıldız, 2007: 12).

Coulter (2001: 2), girişimciliğin önemini “yenilikçilik-icatçılık”, “yeni işletmelerin doğması ve büyümesi” ve “yeni iş alanları yaratma” şeklinde ifade etmektedir. Girişimcilik, toplumların işsizlik problemlerine çözüm üretmek için de hayati bir unsurdur. Drucker (1998) yapmış olduğu çalışmada, ABD’de 1965-85 yılları arasında ülke nüfusu 129 milyondan 180 milyona çıkarken, çalışanların nüfusu ise 71 milyon seviyesinden 106 milyon seviyesine ulaşmıştır. Geçen 20 yıllık sürede meydana getirilen 35 milyonluk iş olanaklarının 24 milyonu yalnızca 1974-84 yılları arasında ortaya çıkan yeni meslek ve işlerdir. Drucker bu istihdam artışının nedenini girişimciliğe bağlamaktadır. İşsizlik konusuna çözüm üretmek konusunda güzel sonuçlar veren “girişimci ekonomi”, ABD’nde 1993 ve 1996 yılları arasında 8 milyon yeni iş olanağının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Daha da önemlisi ise kurulan yeni işletmelerin yalnızca %5’lik bir kısmı ortaya çıkan yeni iş olanaklarının %77’sini teşkil etmektedir (Küçük, 2005: 67).

Girişimciliğin iki temel fonksiyonu bulunmaktadır. Bunlardan birincisi sosyal diğeri ise ekonomik fonksiyonudur. Girişimcilik, ülkelerin ekonomilerinde yeni imkânları yaratmada, ekonomik anlamda gelişmeye ivme kazandırmakta, yeni endüstriyel alanların oluşmasında (Carree ve Thurik, 2003; Van Praag ve Versloot, 2007), refah seviyesinin artmasında ve bu gelişmelerin toplumun her kesimine yayılarak orta sınıfın kalkınmasında (İlhan, 2005), bölgeler arasında var olan gelişmişlik düzeylerindeki uçurumun ortadan kalkmasında (Özkul ve Dulupçu, 2007) fonksiyoneldir. Geliştirilen yeni teknolojiler sayesinde toplumun yaşam kalitesini artıracak yeni ürün ve hizmetlerin toplumun yararına bir şekilde arz edilmesinde ise (Acs and Varga, 2005), katma değer oluşturmada, toplumda inovatif bir prosesin harekete geçirilmesinde, risk alınmasında, yeniliklere açık ve lider vasfı sebebiyle, ülkelerin toplumların değişim ve gelişim aşamalarında girişimcilik, sosyal bir fonksiyon üstlenir (Bozkurt vd., 2012: 234) işlevseldir.

2.2.2. Temel Girişimcilik Türleri

Girişimcilik türleri, tutum şekli ve içeriklerinden bağımsız bir şekilde, girişimcilik isteğinin başlamasına vesile olan birey ya da bireylerin karakteristiği sayesinde uygulamaya konulan alanlarla hakkında temel bir kıymetlendirme şeklinde ifade edilebilir. Bahse konu bu kıymetlendirme sürecinde, girişimciliğin içeriklerinin esas alındığı ancak fakat farklı içeriklerle bir arada kullanılmasına da imkân tanıdığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda temel bazı girişimcilik türleri aşağıda belirtilmiştir;

- Orijinal Girişimcilik: Özerk bir şekilde girişimciliği, orijinal şekliyle ilk kez meydana getiren yeni girişimcilik şeklidir. Bu girişimcilik sınıflandırmasında, girişimcilerin öncelikle sahip oldukları kendi güç, kabiliyet, algı, sezgi, hüner, ustalık, deneyim, bilgi gibi yetkinliklerinden ilham alarak, hayallerini düşlerini gerçeğe dönüştürmek üzere harekete geçtikleri ve ilk kez sıfırdan başlayarak oluşturulan girişimlerdir. İlk defa ve orijinal olma özelliği bu girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici ve ayırt edici bir faktördür. Gerek girişimin kendisi hem de girişimcisi orijinaldir. Girişimciler faaliyetlerini sürdürmek için en iyi yöntemi kendileri keşfeder ve uygularlar (Top, 2006: 8).
- İç Girişimcilik: İç girişimcilik, bir örgütsel ağ veya bir kurulu işletme içinde süper bireylerin, (sahip oldukları yeteneklerini ispatlamış) diğer kişilerle iletişim içerisine girerek birtakım ilişkiler geliştirmek suretiyle bunları kendi kabiliyet yetenek ve değerleriyle harmanlayıp değerlendirerek kendilerini tanıyıp keşfetmeleri ve kendilerinin farkına varmaları ile başlayan, bir başka girişimciliğin içinde ortaya çıkan bir girişimcilik türüdür. Girişimci adaylarının kendi kendilerini keşfetmelerinin yanı sıra bu girişimci adaylarının içinde buldukları işletme ve iş ağları tarafından ve bilhassa ilk ve eski girişimciler tarafından da keşfedilen girişimci şeklidir. İç girişimcilikte, işletmeyi ilk olarak hayata geçiren girişimcilerle işletme dahilinde filizlenip ortaya çıkan bu kimliğin kimi zaman harici olarak (finans, yönetim vb.) güçlendirilmesi, desteklenmesi ve teşvik edilmesi de gerekmektedir (Kasouf, 2003: 1) İç girişimcilik, işletme içerisindeki yaratıcı insanlara düşünce ve fikirlerini rahat bir biçimde ifade edebilecek bir çevre formatına dönüştürmek olarak da söz edilebilir (Bozgeyik, 2005: 83). İç girişimcilik, hali hazır işletme içerisinde ortaya çıkarak işletmenin yapılırsa olarak küçük veya büyük olmasından ayrı bir konsepttir (Antoncic ve Hisrich, 2003: 8).

Genel olarak, mevcut bir işletme bünyesinde girişim ve yenilikçi faaliyetlerin bir araya gelerek meydana çıkmasını sağlayan iç girişimcilik kavramının özünde, girişimcilik düşüncesinin işletme içerisine doğru çevrilmesi yer almaktadır. Kısaca iç girişimcilik, mevcut olarak faaliyet gösteren büyük bir organizasyonun içerisinde klasik bir girişimci gibi davranma veya böyle davranmaya yönelik bireylerin motive edilmesidir. İşletme girişimciliği olarak da ifade edilen iç girişimcilik; var olan bir işletmeyi, risk alma, yenilik ve aktif rekabet davranışları yoluyla harekete geçirmeye ve yeniden canlandırmayı, var olan bir organizasyon içerisinde yeni bir girişim yaratmaya yol açan girişimsel faaliyetleri, örgütün ana fikrini yenilemeyi ve örgüte dönüştürmeyi kendisine düstur edinir. Bu nedenle iç girişimcilik kavramının boyutları; var olan bir işletme içerisinde yeni bir girişim yaratma, dışsal girişimcilik düşüncesini, tutumunu ve davranışını işletme içerisindeki bireylere empoze etme, örgütsel dönüşümü hayata geçirme, yapılan inovasyonlar aracılığıyla endüstrinin yapısını değiştirme gibi yenilik, risk ve aktif davranış içeren birçok etkinliği bünyesinde barındırır (Naktiyok, 2004: 35).

- Kurumsal Girişimcilik: Kurumsal girişimcilik, 1929 yılında dünyada baş gösteren ekonomik buhran ile İkinci Dünya Savaşı yıllarının sonuna kadar süren olağanüstü

durumlar sebebiyle ortaya çıkan bir girişimcilik türüdür. Sonraki süreçlerde iktisadi bakımdan faydalı yönleri olduğundan geliştirilen bir girişimciliktir. Esas olarak büyük işletmelerin veya küçük işletmelerin kendi aralarında küçük girişimcileri organize eden üst girişimcilik şeklidir. Daha çok olağanüstü koşulların gerekli kıldığı bir model olarak ortaya çıkmışsa olsa da iki ana ekonomik amacın gerçekleştirilmesinde teşvik edilmişlerdir. Birinci amaç zorlu ekonomik koşullar altında ezilen KOBİ'lere destek olmak ve onların varlıklarını sürdürmelerine destek katkıda bulunmaktır. Bunun yanında, girişimcilik ruhunu canlı tutmak ve toplumun değişim yönündeki taleplerine cevap veren yeni girişimciliği özendirmek ve geliştirmek için bir misyonu yerine getirmektir. Günümüzde de iyi örgütlenmesi halinde aynı misyonu başarı ile yerine getirmektedir. İkinci amaç ise ülkenin ekonomik çıkarlarını uzun dönemli olarak garanti altına alacak yeni girişimlerin kurulmasını kolaylaştırmaktır. Bir başka ifade ile milli girişimciliğin geliştirilmesi ve milli geleceğin inşa edilmesidir (Top, 2006: 12).

Kurumsal girişimcilik; esas itibariyle işletmelerin ister küçük isterse büyük işletmeler olsun, bünyelerinde küçük girişimleri yapılandığı bir üst girişimcilik türüdür (Top, 2006: 8-9).

- **Profesyonel Girişimcilik:** İşletmelerin işletme bünyesinde yer alan yapılan faaliyetler konusunda bilgi ve beceri sahibi olan bir kişiye veya işletme dışından o alanda gerekli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olan bir kişiye devir yoluyla geçmesi ya da satılmasıdır. Profesyonel boyutta girişimcilerden birisi bulunduğu işletmeyi bırakırken diğer yeni girişimci ise işletmeyi devir almaktadır (Top, 2006: 12). Bilhassa 1980 ekonomik krizi döneminde işletmeler girmiş oldukları zor durumlardan kurtulmak adına, işletmelerini yeniden organize ederek yeni teknoloji ve yeni yönetim becerileri ile donatıp, var olan büyük ekonomik kaybın önüne geçme gayretleri esnasında yaygın hale gelmiştir. Büyük işletmeler ve özellikle iyi idare edilemeyen KOBİ'lerin önceden kendileri tarafından yürütmüş olduğu faaliyetlerin birini, birkaçını veya bazılarını o bölümleri ile birlikte o alanda yetkin ve donanımlı yöneticilere kiralanmaları veya satılmalarıdır. Başka bir deyişle stratejik anlamda bir değişimin ve esneklik faktörünün yeniden kazandırılmasının, odaklanmanın doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan farklı girişimcilik şeklidir (Top, 2006: 14). İşletmelerin yeni anamal grupları ya da şirket içerisindeki ehil yöneticiler tarafından yeniden organize edilerek el değiştirmesi veya devir alınmasını kapsayan bir tür girişimciliktir (Top, 2006: 12-14).
- **Teknik Girişimcilik:** Yenilik ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin (Ar-Ge) finansal açıdan desteklenmesini ve idare edilmesini de içine alan ve daha çok teknolojik konularda meydana gelen bir ekip girişimciliği işidir. Daha çok yüksek teknolojiye sahip, eğitim seviyeleri yüksek, bilgili ve deneyimli girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak ifade edilir. Teknik bilgisi fazla olan girişimcilerin kendi kariyerlerini doğru bir biçimde hayat geçirdikleri girişimcilik şeklidir. Teknik girişimcilik bir anlamda ekip veya teknik ortaklık girişimidir. Karşılıklı menfaatlerin karşılık olarak birbirlerine taahhüt edildiği bir girişimciliktir. Bu tür girişimcilik bir grup tarafından inşa edilmektedir (Top, 2006: 16).
- **Sosyal Girişimcilik:** Sosyal girişimcilik, ekonomik hayat bir hareketlilik kazandırarak önemli pek çok sosyal ve çevresel problemlerin çözülmesinde katalizör görevi görmektedir (Glancey ve McQuaid, 2000). Sosyal girişimciliğin gelişmesi için hem çevreden bu yönde bir istek gelmekte hem de sosyal girişim arzı her geçen gün dünyada hızla artmaktadır. Çevreden gelen istekleri şu şekilde özetlemek mümkündür: çevre ve sağlık alanında artan krizler, artan ekonomik eşitsizlik, kamu hizmet sunumunda devletin yetersiz kalışı, sivil toplum örgütlerinin artan rolü, kaynak bulma yarışı ve serbest piyasa ideolojisi karşısında devletin geri çekilmesi. Sosyal

girişimlerin gelişmesinin arkasındaki nedenleri de şu şekilde sıralayabiliriz: kişi başına düşen küresel zenginliğin artış göstermesi, sosyal hareketlilikteki ivmelenme, demokratik devletlerin sayısındaki ve çok uluslu işletmelerin gücündeki artış, daha yüksek eğitim seviyesi ve artan iletişim (Nicholls, 2006: 2). Sosyal girişimciliğin diğer bir fonksiyonu ise girişimcilik, yenilikçilik, sürdürülebilirlik, gelişim ve ilerlemeyi baz alan; toplumların ekonomik problemlerinden sağlık alanına, çevre ile ilgili sorunlardan birey temel hak ve özgürlüklerine kadar pek çok alanda var olan sorun veya sorunlardan hareket ederek, kalıcı ve gözle görülür çözüm odaklı çalışmalara üretme fonksiyonu şeklinde edilmektedir (Olsen ve Galamidi, 2009: 26).

- Çevreci Girişimcilik: Bir başka girişimcilik türü de çevreci girişimciliktir. Çevre ile ilgili problemlere çözüm üreterek bu problemlerin bünyesindeki bazı fırsatları meydana çıkaran bir girişimciliktir. 1990'lı yıllardan itibaren çevreye olan hassasiyetler, kirliliğe karşı alınan önlemler yeni iş olanaklarının da hayatımıza kazandırılmasında rol oynamaktadır. Özellikle atıkların değerlendirilmesinde, yeniden dönüştürülmesinde, çevreyi koruyan doğal üretim yöntemlerinin geliştirilmesinde (doğal tarım), başta hava, su toprak kirliliğini önleyici teknikler geliştirmede yeni girişimcilik fırsatları sunmaktadır. Çevreci girişimciler, insanların çevreye atmış oldukları çöplerini, atıklarını bu girişimcilik yoluyla yepyeni ve temiz yeni ürünlere dönüştürürler (Top, 2006: 17-18).
- Girişimci Girişimcilik: Bu girişimcilik türünde geçmiş yaşantısında birtakım konularda girişimcilikle ilgili faaliyetlerde bulunmuş ve akabinde işletmelerini elden çıkarmış deneyimli girişimcilerin, kendilerine piyasaya yeni çıkan girişimcileri birer fırsat şeklinde görmesi neticesinde ortaya çıkan girişimcilik türüdür. Fiziki anlamda işletmelerin yeni girişimcileri ile alınıp satıldığı yani bir nevi el değiştirdiği girişimci girişimciliği olarak da ifade edilebilir. Küreselleşmenin hızla artması ile birlikte gelişen yeni teknolojileri uyarlayan cesur girişimcilerin ve fırsatların sürekli olarak değiştiği dinamik bir çevrede icra edilen bir girişimcilik türüdür. Girişimci girişimciliği birlikte iş yapmanın, iş birliği yapmanın ve özellikle ortak iş yapma kültürünün ilerlemesinde de önemli bir yere sahiptir. İyi projesi olan, iyi fikri olan ve sağlam bir yenilik geliştirip de bunları hayat geçirme noktasında zorluk yaşayan girişimciler için rasyonel bir ortak, iyi bir finansör, yeni bir motivasyon, iyi bir organizatör, cesur ve sağlam bir arkadaştır (Top, 2006: 16-17).

3. TİPOLOJİ KAVRAMI VE GİRİŞİMCİ TİPOLOJİLERİ

3.1. Tipoloji Kavramı

Tipoloji kelimesinin sözlük anlamı, nesnelerin türlere göre sınıflandırılmasıdır (Taylor ve Walley, 2003: 7). Sistematik ya da sınıflandırma bilimi, tipolojilerin geliştirilmesi veya olayların birtakım sınıflara dahil edilmesidir. Tipolojiler, deneysel tahliller ya da kavramsal olarak nitelendirilmesi sayesinde çoğaltılırlar. Tipolojiler, farklılık ve değişiklikleri tasnif etme imkânı verir. Bu sayede, çalışma yapan bilim insanları olaylarla ilgili kapsamı, içinden çıkılması zor durumlarda kolaylıkla fark edebilirler (Woo vd., 1991: 95).

Bireyin girişimci olmasının ardında yatan ve girişimci olmasına sebep olan asıl amacını tayin eden, ekonomik ve iktisadi kaynaklar, eğitim, iş tecrübesi, inanç, rol modeller, aile, kültür ve bireyin karakteristik nitelikleri gibi birçok etken mevcuttur (Özgüner, 2015: 148). Bireylerin girişimci olmalarını birbirinden ayıran bu etkenler, girişimci tipolojilerini meydana getirmektedir.

Kişilerin başarılı birer girişimci olmalarının ardında yatan esas niteliklerin neler olduğu incelenecek olursa; gayretli, bilgili, istekli, tutkulu, mantıklı, risk alabilen, kişileri ve

olayları idare edebilme yeteneğine sahip, insan ilişkilerinde başarılı, tarafsız, öz güveni olan, yeniliklere ve sürekli gelişime açık olan kişiler olduğu ifade edilebilir (Abdullaeva, 2007: 21). Ayrıca bireyin sahip olduğu girişimci nitelikleri olarak inovasyona açık olma, değişim merkezli olma, imkanları görebilme, yaratıcılık, yüksek seviyede iletişim yeteneğinin olması, proaktiflik, başarı isteği, belirlediği yolda azimli olarak yürümesi, sorunlara pratik çözümler üretebilme ve yüksek duygusal zekâ olarak ifade edilebilir (Bozkurt ve Alparlan, 2013: 10-11).

Bahsedilen girişimci niteliklerini kendi bünyesinde barındıran girişimciler ortak özelliklere sahip olmaları sebebiyle aynı grup içerisinde yer alırlar. Bu nedenle girişimcilik yazınında değişik girişimci tiplerinden bahsedilmekte, değişik girişimci tipleri ve alt gruplar içerisinde kategorize edilmektedir. Değişiklikler, yazında girişimcilere dair demografik, psikolojik veya iş stratejileri gibi farklı niteliklerin değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır (Rauch ve Frese, 2000: 118).

Bireylerin yaşamış oldukları toplumların etkisi, aile, sosyal yaşam, okul vb. daha birçok faktör sebebiyle değişik karakteristiklere sahip olmaları, tüm girişimcileri içine alacak şekilde bir tipolojik tanımlamayı ve mutlak bir ayırım yapmayı imkânsız hale getirmektedir. Girişimcilerin bu bakımdan birbirinden farklı olduğu ve bu girişimcilerin yapmış oldukları girişimcilik faaliyetleri de birbirinden farklılık göstermektedir. Aynı zamanda tipolojiler, girişimcilerin taşımış oldukları bazı normları, genel faaliyet yapılarını, düşünme biçimlerini ve faaliyete geçmeden önce sergiledikleri tutumu anlamak, meydana getirdikleri süreçleri anlayabilmek için bir rehber niteliği taşımaktadır (Filion, 1998:3).

3.2. Girişimci Tipolojileri

Literatüre bakıldığında tipoloji ile ilgili pek çok savın ortaya konulduğu anlaşılmaktadır. Bunlar içerisinde en fazla tanınan tipolojik sınıflandırma, Smith'in (1967) yılında ortaya koymuş olduğu esnaf girişimci (craftsman entrepreneurs) ve fırsatçı girişimci (opportunistic entrepreneurs) sınıflandırmasıdır. Esnaf girişimci, eğitim seviyesi düşük, sosyal bilinç ve iştirakçi yönü zayıf, içerisinde bulunmuş olduğu sosyal ortamda karşılaşılan sorunlarla mücadele etme noktasında başarısız olacağı düşüncesi olan, ekonomik kaynakları kısıtlı girişimciyi ifade etmektedir. Fırsatçı girişimci ise daha yüksek bir eğitim seviyesine sahip, daha yüksek bir sosyal bilinç ve iştirakçi yönü kuvvetli olan, içerisinde bulunmuş olduğu sosyal ortamda karşılaşılan sorunlarla mücadele etme noktasında başarılı olacağına inanan, yalnızca bugünü değil geleceği planlayan ve inovasyona dönük araştırma ve yönlendirme isteği olan, değişik ekonomik kaynakları temin edebilen ve değişik yönetim stratejileri üretebilen girişimci olarak ifade edilmektedir (Smith ve Miner, 1983: 326). İşletme yapısı bakımından incelendiğinde esnaf girişimciler, daha sert bir işletme yapısını kullanırken fırsatçı girişimci ise daha esnek bir işletme yapısı içinde olmayı tercih etmektedir (Rauch ve Frese, 2000: 119). Esnaf girişimcilerin yönetmiş oldukları işletmeler daha çok el sanatları, basit üretim teknikleri gibi yöntemlerle elde edilen küçük çaplı işlerle meşgul oldukları, üretim için kullanmış oldukları enstrümanları çoğunlukla buldukları lokasyondan sağlayan, yerel ve bölgesel ürün pazarlarını tercih eden ve tüketicinin istek ve taleplerinin karşılanması noktasında sert bir tutum içerisinde olan girişimci şeklindedir. Ancak fırsatçı girişimcilerin yönetmiş oldukları işletmelerse, uluslararası pazarları tercih etmekte, sunmuş olduğu ürün çeşitliliği fazla olan girişimcilerdir (Dulupçu vd., 2007: 76). Esnaf ve fırsatçı girişimci tipleri ile ilgili Smith'in tanımladığı olduğu nitelikler 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	Geçmiş, geleceği ve bugünü bir bütün olarak ele alır.

Kaynak: Dulupçu vd., 2007: 76.

Girişimcilerin ayrı cinsten bir grup olduğunu, farklı gruplar içerisinde yer alan girişimcilerin değişik karakteristikleri nedeniyle birbirinden ayrıştığı, bu nedenle girişimcilerin değişik tipolojiler dahilinde ayrışması gerektiği Collins, Moore ve Unwalle'nin 1964 tarihinde yapmış oldukları çalışma sayesinde gün yüzüne çıkmıştır. Bilim insanları, girişimci ve ile yöneticinin birbirinden farklı olduğunu şu şekilde ifade etmektedir. Yönetici, belirli bir sistem dahilinde bulunan ve bulunduğu düzen içerisinde kendisine belirli bir kariyer elde etme isteği olan kişi olarak tanımlanırken, girişimci ise belirli bir sistem dahilinde kendisini her an bir zorlukla karşılaşacakmış gibi hisseden ve bağımsızlığını elde etme arzusu içinde olan kişileri girişimci olarak ifade edilmektedir (Özkul, 2008: 133).

Girişimciler, Filley ve Aldag (1978: 579-580) tarafından yapılan "Characteristics and Measurement of an Organizational Typology" isimli araştırmada üç ana başlıkta altında toplanmıştır. Bunlardan ilki esnaf (craftsman), risk almayan, adaptasyon seviyesi düşük, lüks bir yaşam şekli arzulayan, sabit işletme sahibi bireylerdir. Diğer bir girişimci ise promosyon (promotion), şeklinde isimlendirilmiş, değişik yarışma çeşitlerini benimsemiş ve gayri resmi bir biçimde örgütlenmiş işletme firma sahibi kişilerdir. Son girişimci şekli ise yönetici (admirator) tipidir. Bu tarz girişimcilerin sahip oldukları işletmeler çok daha büyük çaplı işletmeler olup, alanlarında uzman olup merkezi olarak yönetilmektedir. Filley ve Aldag'ın yapmış olduğu 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	Yardımsaver 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 sahip oldukları iş deneyimleri bakımından, büyüme, bağımsız ve esnaf yönelimli girişimciler olmak üzere üç başlık altında toplamışlardır. Buna göre pazarda mevcut olan büyük çaplı iş olanaklarını kollayan girişimciler, büyüme yönelimli (growth-oriented) girişimcilerdir ve beş yıllık bir periyotta %30'un üstünde büyüme yönünde eğilimleri vardır. Yalnızca kendileri için çalışmak isteyen, başkaları adına iş yapmaktan imtina eden, genellikle kendi namlarına faaliyet gösterebilecekleri iş sahalarına yönelen girişimcileri, bağımsızlık yönelimli (independence-oriented) girişimciler olarak ifade etmektedir. Düşük eğitim seviyesinde olup bir takım özel işlerle meşgul olmak isteyen bu nedenle kendi işletmelerini hayata geçiren girişimciler ise esnaf yönelimli (craftsman-oriented) girişimciler olarak tanımlanmaktadır (Özkuş, 2008: 134).

Birçok araştırmacı tarafından zaman içerisinde yapılan değişik tipoloji sınıflandırmaları mevcuttur. Bunlardan; Fillion (1998:2), Rauch ve Frese (2000: 119-120), Levander vd. (2001: 8), Verheul vd. (2004: 7), De Jorge Moreno vd. (2007: 36-38) tarafından geliştirilen 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, kişinin sahip olduğu karakteristik nitelikleri ile mantıksal ve fiziksel özelliklerinin bir arada kıymetlendirilmesi bağlantılıdır. Bireylerin sahip oldukları karakteristik yönleri kişiler arasında farklılık göstermesi, kişisel tutumlarının sebepleri ve sonuçları arasında ciddi farklılıklar bulunması, kişisel niteliklerden hareket ederek tipolojik sınıflandırma yapmayı güçleştirmektedir. Belirli bir girişimci tipolojisi ile ilgili yapılan sınıflandırmada, kişinin içe ya da dışa dönük tutum ve fikirlerinin kişinin fiziksel, psikolojik ve kişilik özellikleri birlikte etkisinin olduğu düşünülmektedir. Böylece girişimci tipolojilerine dair yapılan sınıflandırmada kişinin kazanımları, eğitim düzeyi vb. değişkenlerin yanı sıra karakteristik nitelikleri de göz ardı edilmemesi gereken bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimci kişilerin sahip oldukları ortak karakteristiklerinde ilk sırada yüksek seviyede başarıya olan ihtiyaç duygusu gelmektedir. İnovasyon ile ilgili yapıcı davranış biçimleri gösteren bu kişilerin esas olarak sıradan ve basit işlerden hoşlanmadıkları, oldukça farklı bir düşünce ve fikir yapısına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Girişimcilikle konusunda yapılan betimlemelerin tepe noktasında bulunan inovatif olma, gerek girişimci gerekse firma bakımından piyasada kendisine bir sağladığı rekabet avantajının devamlı olması bakımından girişimciye bir özgüven aşılacaktır. Bunun yanında uluslararası pazarlarda girişimcinin önemli bir aktör olmasına da neden olmaktadır (Öğüt vd., 2006: 432).

Kimanzi (2015), girişimcilerin her birinin sahip oldukları karakteristiklerin birbirinden değişik ve eşsiz özellikler taşıdığını belirtmektedir. Girişimcilerin bulunduğu ortak payda “iş”tir ve bu sayede girişimci bireyler yapmış oldukları faaliyetleri aracılığıyla kendilerine özgürlük yaratma istegindedirler. Kimanzi, yapmış olduğu çalışmasında girişimci tipolojilerini şüpheci, taklitçi, araştırmacı, kararlı ve başarılı olmak üzere 5 başlık altında toplamıştır:

- Şüpheli girişimci: Bahsedilen girişimci tipinde girişimciler, başkaları tarafından elde edilen başarıları fark ederek derhal araştırmaya koyulan ve irdeleyen girişimci şeklidir. Başarılı olmuş olan bu girişimcilerin yapmış oldukları faaliyetleri araştırıp, elde edilen bu sonuçta bir “şans” veya geçmişten bir miras faktörünün olup olmadığına bakarlar. Hemen her konuda daima belirli bir şüphe ve kuşku duydukları için bu girişimci tipinin başarıyı elde etmek şansı azdır.
- Taklitçi girişimci: Belirli bir konuda başarı elde etmiş olan girişimcilerin kullanmış oldukları yöntem ve usulleri taklit ederek başarılı olmaya çalışan girişimci tipidir. Başkalarının kullanmış oldukları başarı hikayelerinin kendileri içinde geçerli olacağı düşüncesi ile hareket ettikleri için özgür olmaktan uzaktırlar ve başarı elde etme ihtimalleri azdır.
- Araştırmacı girişimci: Bu girişimci tipi ise öğrenme konusunda istekli bir profil çizmektedir. Yapmayı planladığı faaliyet/faaliyetleri hayata geçirmek için ya da var olan işlerini daha da geliştirmek adına muhtemel tüm ihtimalleri ve hal tarzlarını inceler ve sorgularlar. Böyle bir girişimci profilinin başarıyı elde etmesi, yapmış olduğu incelemeler neticesinde elde ettiği verileri, yapmayı planladıkları faaliyetleri gerçekleştirip gerçekleştirilmemelerine bağlıdır.
- Kararlı girişimci: Planlamış olduğu her türlü faaliyet ve projeyi tereddüt etmeden hayata geçiren girişimci tipidir. Bu tarz girişimciler, sahip oldukları işletmelerini geliştirmek adına yapabilecekleri tüm azami gayreti gösterme eğiliminde oldukları görülür.
- Başarılı girişimci: Girişimcilik serüveninde neredeyse bütün noktalardan geçmiş, aşılması gereken prosesler hakkında malumat sahibi olan, kendisinin başarılı olmasını sağlayacak birtakım yenilikleri bulan, yüksek bir iletişim becerisi sayesinde, ticari ilişkiler kurmuş olduğu kişilerle ne şekilde temas kurması gerektiği konusunda yeterince bilgi sahibi olan, en fırtınalı havalarda bile gemiyi sağ salim limana ulaştırmayı bilen ve bu konuda kendisini de sürekli eğiten girişimci tipidir. Onlar için en değerli şey zamandır ve bu vakti nasıl ve ne şekilde kullanması gerektiği konusuna önem verirler.

Yapılan sınıflandırmalar içerisinde bir diğer girişimci tip “yeşil girişimci”dir. Toplumsal hayatın sürdürülebilir olmasına geçişte yeşil girişimcilerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu tipoloji bünyesinde olması gereken bazı özellikler, bir kâr oryantasyonu ve yeşile yönelimdir. Bu noktada yeşil ifadesi ile kâr merkezli olmak koşuluyla çevresel ve ekolojik sürdürülebilirliğe doğru ilerleme anlatılmak istenmektedir (Taylor ve Walley, 2003: 11-12).

Girişimci tipolojilerinden biri olan sosyal girişimciler, toplumsal problemlerin bertaraf edilmesi yönünde inovatif tutum sergileme noktasında liderdirler. Sosyal girişimciler, temel hak ve özgürlükler, insan, çevre, doğa, hayvanlar gibi birçok konuda duyarlı ve toplumun hassas konularından biri olan sağlık ile ilgili konulara dair problemlerden yola çıkarak sürdürülebilir, sosyal etki meydana getiren ve inovasyon odaklı çalışmalara ortaya koyarak sosyal dönüşüme önemli katkılarda bulunmaktadır. Bölgesel değişim ve dönüşüm alanında ilk sırada bulunan sosyal girişimcilere küresel bazda Ashoka örnek verilebilir (Kayalar ve Arslan, 2009: 5760). 1980 tarihinde Drayton tarafından kurulan Ashoka'nın kuruluş amacı sosyal bir bakış açısıyla girişimcilere fon temin etmektir. Ashoka'dan önces ise sosyal girişimcilik alanında bazı örnekler verilebilir. Adams tarafından 1889 tarihinde kurulan Hull House fakir insanlara yardım etmek amacıyla kurulmuştur. Yine benzer şekilde Strickland tarafından 1968 tarihinde kurulan Manchester Craftsmen's Guild, sanat aracılığıyla iletişim programları geliştirmek amacıyla kurulmuştur. Diğer bir örnek ise 1976 tarihinde Bangladeş'teki fakirlikle baş etmek ve kadın girişimcileri desteklemek ve kalkındırmak için hayata geçirilen Grameen Bank bunlardan bazılarıdır (Mair ve Marti, 2006: 36). Sosyal girişimciliğin diğer bir

işlevi ise sosyal değişime ivme kazandırmak, sosyal problemleri çözme ve yenilik yapma hedefleri ile fırsatların kıymetlendirilmesi bakımından var olan kaynakları birlikte kombine edebilme prosesi olarak tanımlanabilir. Diğer bir fonksiyonu ise hiyerarşik oluşumlarda rekabet üstünlüğü elde etme ve sosyal görevleri uygulamaya koyabilme fırsatını vermektedir (Kayalar ve Arslan, 2009: 59).

Fauchart ve Gruber (2011: 936) toplumsal kimlik teorisi aracılığıyla, işletmeyi kuran bireylerin kişilikleri, tutumları ve sergiledikleri davranışları ile ilgili olarak yaptıkları çalışma neticesinde, girişimcilerin yeni bir işletme kurma proseslerinde ve bunlardan elde edilen sonuçları bakımından değişik anlamları açıklayan bir tipoloji ileri sürmüşlerdir. Bu doğrultuda girişimcileri 3 başlık altında toplamışlardır. Bunlar; girişimcilerin kurucu kimlikleri Evrimciler (Darwinistler), Topluluk Üyeleri ve Misyonerlerdir. Bahsedilen girişimci tipolojilerinden birden fazlasının niteliklerine sahip olan bireyle ise melez adı verilen gruba dahil olurlar. Evrimci girişimciler, daha çok rekabet odaklıdır ve diğer işletmelerle olan rekabet üzerine yoğunlaşırlar, işletmelerini kendi kişisel menfaatleri çerçevesinde idare ederler. Topluluk Üyesi girişimciler, işletmelerini karşılıklı fayda elde etme stratejisi üzerine kurarlar bu nedenle belirli bir kesime destek olmak temeline dayalı bir davranış sergilerler. Yeni kurulacak olan işletmeler, mensubu oldukları kesime destek olacak sosyal varlıklardır. Misyoner girişimciler ise işletmelerini, toplumun genel yararına belirli bir neden doğrultusunda hizmet veren siyasal nesnelere olarak görürler.

Bilişimci girişimcilik, Ögüt vd. (2006: 434) tarafından farklı bir tipoloji olarak değerlendirilmektedir. Bilişimci girişimcilik, dijital ekonomik dönüşüme dayanak olan bilgi esaslı teknolojileri anlamayı ve etkin bir biçimde uygulamayı, teknolojinin sahip olduğu saklı gücü algılamayı ve teknoloji duygusuna egemen olmayı gerektirmektedir. Girişimcilik sürecinin hemen her aşamasında etkili bir bilgi yönetimini gerekli kılmaktadır.

Ekogirişimcilik ve biyogirişimcilik gibi farklı girişimcilik tipolojileri de bulunmaktadır. Ekogirişimcilik, işletmelerin sahip oldukları teknik donanımlar veya yönetim sistemlerinden daha ziyade bireyin sahip olduğu kişisel beceri ve kabiliyetleri sayesinde meydana gelen küresel yenilikler ile pazarda başarı elde etmesi olarak tanımlanabilir. Biyogirişimcilik ise insanoğlunun yaşam kalitesinin artırılması için, gerekli ihtiyaçlar doğrultusunda, gerekli olan teknolojik ve akademik girişimcilere ulaşmak, bu kişilerle koordinasyon ve iş birliği sağlanmasını özendirmek ve bilgiyi ticarileştirmek maksadıyla lüzum olunan ekosistem ve altyapıyı temin etmek için uygulamaya konulan faaliyetler bütünüdür (Savrul ve Akyüz, 2016: 171).

4. SONUÇ

Girişimcilik, esas itibarıyla yeni fikir ve düşünceler üreterek bunları hayata geçirebilmeyi ifade etmektedir. Ortaya çıkan bu düşüncelerin üretim araçlarıyla doğru bir şekilde organize olması halinde, ekonomik ilerleme ve sosyoekonomik kalkınma beraberinde refah seviyesinin de yükselmesine olanak sağlayacaktır (Coulter (2001: 2), toplumlar için girişimcilik, “inovasyon-keşfetme”, “yeni işletmelerin ortaya çıkması ve gelişmesi” ve “yeni iş olanakları üretme” şeklinde ifade edilmektedir.

Uzun bir geçmişe uzanan girişimcilik kavramı, bilhassa insanların makine toplumundan bilgi toplumuna geçiş süreciyle beraber ivme kazanmış ve önemi artmıştır. İlk olarak 1755 tarihinde Cantillon'un ortaya atmış olduğu girişimcinin özelliklerinin ifade edilmesiyle yazında geçen girişimcilik kavramının zaman içerisindeki serüveni esnasında bir çok akademik ve bilimsel çalışmaya konu olmuştur. Girişimciliğin başarı düzeyinin artırılarak ekonomiye kazandırılması amaçlanan bu araştırmalarda daha çok bireyin sahip olduğu girişimci özellikler araştırmanın esasını oluşturmuştur.

Nesneleri sahip oldukları özelliklerine göre bir takım sınıflandırmalara tabi tutmak olan tipoloji kavramı, girişimci bireylerin sahip olduğu kişisel özellikleri dikkate alarak, deneysel araştırmalar ve kavramsal eşleştirmeler vasıtasıyla değişik girişimci türlerinin beraber hareket etmelerine olanak sağlamıştır. Kişinin, girişimcilik eğilimi ve isteğini belirleyen etkenler olarak; ekonomik kaynaklar, eğitim seviyesi, iş tecrübesi, inanç, rol modeller, aile, kültür ve bireysel karakteristikleri olarak sıralanabilir (Özgüner, 2015: 148). Bireyleri birbirlerinden ayıran bu temel farklılıklar sayesinde, girişimci tipolojileri meydana gelmektedir.

Türkiye’de girişimci tipolojileri anlamında gerçekleştirilen bir çalışma ise sanayi alanında faaliyet gösteren ve 2010-2012 döneminde en az bir defa İSO 1000 kayıtlarına girmiş Kayseri şehrindeki 32 işletme ile çalışma yapılarak nitelendirici bir araştırma ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışma neticesinde, Kayseri’deki girişimci profili daha çok “Esnaf Girişimci” olarak tespit edilmiştir. Esnaf girişimcinin başlıca özellikleri; çocuk yaşlardan itibaren yapmış oldukları işlerle uğraşması, bu nedenle belirli ve düşük bir eğitim olanaklarına sahip olması, çoğunlukla başka bir işletmede ileri düzeyde bir iş tecrübesinin olmaması, işletmesinin büyümesi hususunda katı bir yönetim anlayışı sergilemesi, ürün ve ekipman konusunda kısıtlı olanakları benimsemesidir. Bunun yanında ekonomik ve finansal kaynak kullanımını geniş bir yelpazeye yaymaktan imtina etmek ve bu nedenle muğlak bir ortamda risk üstlenmekten sakınmak, uzun vadeli olanakları kullanmaktan kaçınmak da esnaf girişimcinin sahip olduğu vasıflardandır (OĞUZTİMUR Şenay, “Kayseri’deki Büyük Ölçekli İmalat Sanayisi Girişimcilerinin Girişimci Tipolojileri Bakımından Değerlendirilmesi”, Megaron, S:1 (2013), s.175-178). Elde edilen bulgular doğrultusunda, Kayseri şehrindeki girişimcinin, tipolojik yönden “Esnaf girişimci” karakteristiğini yansıttığı ifade edilmektedir.

Bireylerin birbirlerinde farklı özelliklere sahip olmaları, girişimci tipolojilerinin oluşturulmasında net ve tam bir ayırımın yapılmasını imkânsız hale getirmektedir. Bundan dolayı, bir girişimci, sahip olduğu karakteristikler bakımından birden fazla tipoloji içerisinde yer alabilmektedir. Girişimci bir bireyin taşıdığı özellikler başka bir tipolojiye uyan farklı bir girişimci ile benzer özellikler ihtiva etse de aralarındaki farklılığın doğru tespit edilmesi, tam ve sağlıklı tanımlamalar elde edebilmek için yararlı olacaktır.

Bu çalışma, girişimcilik, girişimcilik türleri ve girişimcilik tipolojileri bakımından yapılmış olan araştırmaları derleyerek bir araya getirmektedir. Çalışmanın, Türkiye’de girişimcilik türleri ve tipolojilerine dair yapılması düşünülen araştırmalara ışık tutacağı değerlendirilmektedir. Girişimcilik kültürünün iyi anlaşılması için girişimin temeli olan girişimcinin iyi analiz edilerek anlaşılması, politika yapıcılar tarafından uygulamaya konulması düşünülen bir takım faaliyetlerin ve girişimcinin de başarı oranını artırması noktasında yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- 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.
- 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.

- 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 Alparıslan, 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 Alparıslan, 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. (1998). 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 SelfConfidence: Empirical Evidence From Argentine Firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(1), 25-48.
- 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.
- 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.
- Glancey, K. & McQuaid, R. (2000) Entrepreneurial economics. New York: St. Martin's Press, Inc.
- Gözek, S. (2006). *Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler*. Yayınlanmamış 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 Elazığ'da Girişimci Profili. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 217-248.
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H. J. ve Mulder, M. (2011). Entrepreneurship Education In Iranian Higher Education: The Current State and Challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48(1), 35-50.
- Kasouf, Checkery J.. "Opportunity Assessment: A framework Integrating Positive Psychology and Environmental Variable". Working Paper. 2003, ss.1.

- 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 Profilingstimuli, 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.
- Naktiyok, Atılhan. İç Girişimcilik. İstanbul: Beta Basım, 2004, s.35
- Nicholls, A. (2006). Introduction. İçinde A. Nicholls (Der.) Social entrepreneurship: new models of sustainable social change: 1-35. New York: Oxford University Press.
- 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.
- Oguztimur, S. (2013). The Evaluation Of Large Scale Manufacturing Industry Entrepreneurs In Kayseri In Terms Of Entrepreneur Typologies. MEGARON / Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal, 8(3), 175-178. <https://doi.org/10.5505/megaron.2013.76476>
- 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, Bışkek.
- Özgüner, M. (2015). Girişimcilik Tipleri ve Kişilik Tipleri İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Route Educational and Social Science Journal*, 2(1), 148160.
- Özkan, Ş. 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-BurdurIsparta 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.
- 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.

- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keřif Süresi*, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Ufuk, H. ve Özgen, Ö. (2000). *Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili: Ankara Örneęi*, 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 İnterpretation 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.