

AZINLIK GİRİŞİMCİLİĞİ VE SOSYAL AĞ DEĞİŞKENLERİNİ ELE ALAN LİTERATÜR İNCELEMESİ VE TARTIŞMA¹

Dr. Meri Taksi Deveciyan *

İstanbul Kültür Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü,
meritaksideveciyan@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9206-0315

Prof. Dr. Fatma Şebnem Arıkboğa

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme Bölümü, sebnema@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-
0002-2923-2994

Öz

Azınlık girişimciliği, bir ülkede yerleşik, çoğunluk nüfustan olmayan işletme sahipliği olarak tanımlanmaktadır. Sosyal ağ kavramı ise, bir grup aktör ve onlar arasında var olan bağlantılarla ifade edilmektedir. Azınlık girişimciliği kavramını sosyal ağ boyutunda ele alan çalışmaları haritalayarak, bütüncül bir çerçeve sunmayı amaçlayan çalışma literatür analizi yapılarak, “azınlık girişimciliği” ve “sosyal ağ” değişkenlerini içeren makalelerin kapsamlı incelenmesi şeklinde tasarlanmıştır. Sosyal ağlar ve azınlık girişimciliği ile alakalı taranan çalışmalar sonucunda, kaynaklara erişim ve sosyal ağ kullanımının en çok, girişimcilik motivasyonunun ise, en az çalışılan değişken olduğu görülmüştür. Çalışmanın azınlık girişimciliği ve sosyal ağ kavramlarını ele alan, uluslararası yazında çok az, ulusalda ise hiç çalışmanın bulunmaması ile bu alanda çalışmak isteyen akademisyenlere yol gösterici olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etnik Girişimcilik, Sosyal Ağlar, Azınlık Girişimciliği, Literatür Analizi

LİTERATURE REVIEW AND DISCUSSION ON MINORITY ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL NETWORK VARIABLES

Abstract

Business owners who are resident in a country, are not from the majority population, are called minority entrepreneurs. The concept of social network, on the other hand, is expressed by a group of actors and the connections that exist between them. The study which aims to present a holistic framework by mapping the studies that deal with the concept of minority entrepreneurship in the social network dimension it was designed as a literature review which is one of the qualitative research methods and a comprehensive examination of the articles

¹ Çalışma 2.yazarın danışmanlığında 1.yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

containing the "minority entrepreneurship" and "social network" variables. As a result of the scanned studies related to minority entrepreneurship and social networks, it was seen that access to resources and use of social networks were the most studied variables, while entrepreneurial motivation was the least studied variable. It is expected that the study will guide academics who want to work in this field, since there are very few studies in the international literature and no studies in the national literature.

Keywords: Ethnic Entrepreneurship, Social Networks, Minority Entrepreneurship, Literature Analysis.

1. Giriş

Son yirmi yıl içerisinde uluslararası literatürde görülme sıklığı artmış olan etnik girişimcilik konusu, çeşitli nedenlerden farklı etnik kökene sahip bireylerin ana yurtlarından göç ederek, yerleştikleri ülkelerde kendi girişimlerini kurmaları şeklinde tanımlanabilmektedir. Azınlık girişimciliği ise, bir ülkenin ana akım nüfusundan olmayan işletme sahipleri olarak ifade edilmekte ve bireye, topluma, bölgeye, ülke ekonomisine katma değer sağlamaktadır. Bundan dolayı, azınlık girişimciliğinin önemini kavramak, tüm paydaşlar açısından kıymetli olmaktadır. Sosyal ağlar ise, bir grup aktör ve onlar arasında var olan sosyal bağlantılarla tanımlanmaktadır. Sosyal ağlar, azınlık girişimcisinin tanıdığı ve ticari çıkarlarını herhangi bir şekilde ilerletebileceği herkesi içermekle birlikte (Menzies, 2000:11), azınlık girişimcilik literatüründe ağırlıklı olarak eş-etnik sosyal ağlar kastedilmektedir (Masarel vd., 2002). Sosyal ağları tartışmak için Aldrich & Zimmer'in (1989), rol seti, eylem seti ve ağ çerçevesi kullanılmaktadır. Rol seti, etnik bir yerleşim bölgesinin varlığı, girişimcinin dil akıcılığı, bireyin kişiliği veya grubun kültürü gibi faktörlere bağlı olmaktadır. Eylem seti, etnik azınlık girişimcilerinin resmi ve gayri resmi örgütlerine ve ittifaklarına bakılarak analiz edilmektedir. Sosyal ağ çerçevesinde ise, sosyal ağın biçimi ve iş başarısıyla ilişkisi hakkında bilgiler ele alınmaktadır (Menzies vd., 2000:11). Girişimcilikte sosyal ağ kavramının ele alınması Birley (1985)'de biçimsel ve biçimsel olmayan sosyal ağların rolünün incelendiği çalışmaya dayanmakta ve aile, akrabalar, arkadaş çevresi gibi biçimsel olmayan sosyal ağların, girişimcilikteki rolünün, meslek birliği üyelikleri, dernek, avukat vb. biçimsel sosyal ağ kaynaklarından daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Benzer şekilde, azınlık girişimciliğinde, azınlıkların rekabet edebilmeleri, pazarlarında büyüebilmeleri için biçimsel olmayan sosyal ağlarının öneminin yüksek olduğuna değinilmekte (Altınay, L., & Altınay, E., 2006:208) ve etnik girişimcilik literatüründe birçok çalışmada sosyal ağların bilgi, sermaye vb. kaynaklara ulaşmada kolaylaştırıcı etkiyle birlikte birçok yarara sahip olduğundan bahsedilmektedir (Fadahunsi vd., 2000; Dubini & Aldrich, 2002; Desmond, 2010). Azınlık girişimciliği için çatı kavram olan etnik girişimcilik boyutunda sosyal ağların önemine değinen çalışmalar olmasına rağmen azınlık girişimciliği bağlamında sosyal ağları ele alan çalışma

azlığının dikkat çekmesi ile çalışmanın temel konusu, azınlık girişimciliği ve sosyal ağ değişkenlerini birlikte ele alan (tüm zamanlarda) ulusal ve uluslararası literatürün incelenmesi ve tartışılması şeklinde oluşturulmuştur. Çalışmada, söz konusu değişkenleri ele alan çalışmalarda bu değişkenlere ilave hangi kriterlerin ağırlıklı olarak incelendiği, bu çalışmaların hangi ülkelerde yoğunluk kazandığı, yazarları, araştırma yöntemleri, yayımlandıkları yıllar da dahil olmak üzere tespit edilen çalışmalar literatür analizi yöntemi ile tablolandırılmıştır. İncelenen makaleler genelinde, azınlık girişimcilerinin faaliyete geçme kararını verme ve işlerini sürdürmelerinde, sahip oldukları, yararlandıkları, kişisel sosyal ağların önemli bir rolünün olduğu görülmektedir. Literatür analizi ile ele alınan çalışmada ayrıca azınlık girişimciliği ve sosyal ağ kavramlarını birlikte ele alan çalışmaların, değişen paradigmaları incelenmiş ve azınlık girişimcilik araştırmalarının gelişimi izlenmiştir. Böylece azınlık girişimciliği teorisi geliştirilmesi ve gelecekteki azınlık girişimcilik araştırmalarına da veri oluşturabilecek bilgiler verilmesi amaçlanmıştır.

2. Literatür Taraması

Etnik girişimcilik, “yerli nüfustan farklı, etnik veya kültürel kökene sahip insanlar tarafından yönlendirilerek veya üstlenilerek belirli bir alanda faaliyete geçilen “iş” olarak tanımlanmaktadır (De Vries, 2014: 73). Literatürde birçok çalışmada ise, etnik girişimciliğin tanımlanmasında göç kavramı ile alakalı yapılan tanımlamalara rastlanılmaktadır. Bu tanımlardan yaygın kullanılanlarından birinde etnik girişimcilik, ortak bir ulusal tarihi veya göç deneyimini paylaşmış kişiler arasında var olan bir dizi bağlantı ile birlikte düzenli etkileşim olarak ifade edilmektedir (Chaganti ve Greene 2002:126). Bu tanım etkileşim örüntülerine dayandığından, bu alandaki çalışmaların çoğunun odağı etnik gruptur (Baycan-Levent ve Nijkamp, 2009).

Etnik girişimlik literatüründe çoğunlukla göç kavramı ile ilişkilendirilme olmasına rağmen, göçmen girişimcilerin her zaman etnik girişimci olarak (örneğin, Kuzey Avrupa girişimcileri, göçmen girişimciler olarak tanımlanmamıştır), belirli etnik kökenden gelen girişimcilerin de, göçmen girişimci olarak tanımlanmadığı da görülmektedir (Volery, 2007). Ayrıca literatürde göçmen girişimciliği kavramı araştırıldığında, üzerinde sıklıkla durulan, girişimcilik kavramlarının aşağıdaki şekilde dört ana başlık çerçevesinde yoğunlaştığı görülmektedir:

-Etnik girişimcilik (Bonacich, 1993; Zhou, 2004 ; Volery, 2007),

-**Göçmen girişimciliği** (Labrianidis ve Hatziprokopiou, 2010; Ram ve Villares-Varela ,2017).

-**Azınlık girişimciliği** (Hisrich ve Brush, 1986; Bates ve Johnson, 2007) ve

-**Diaspora girişimcilik** (Riddle vd., 2010; El, 2016)

Literatürde azınlık girişimciliği kavramı, ev sahibi ülkede çoğunluk nüfus dışındaki, işletme sahibi/sahiplerinin, azınlık girişimcisi olarak adlandırıldığı görülmektedir. Azınlık girişimciliği terimi, girişimcilik niyetine etki eden, itici ya da çekici faktörlerin etkisi ile yaşam sürülen ülkede mevcut nüfustan olmayanların kurdukları iş olarak ifade edilebilmektedir (Chaganti ve Greene, 2002: 127).

Genel olarak belli göçmen ya da etnik grupların, azınlıkların, sosyo-ekonomik hareketlilik arayışlarında, en etkili stratejilerden biri olarak, küçük işletme sahipliğini benimsedikleri ve diğerlerinden daha girişimci kişilik özelliklerine sahip oldukları ifade edilmektedirler (Zhou, 2004: 1041). Aslında etnik girişimcilik kavramı, iç içe geçmiş, çok yönlü bir olgu olarak kültür, din, dil veya sosyo-ekonomik statü farklılıklarının ifadesidir. Etnik gruplar, KOBİ, iş veya gayri resmi faaliyetleri destekleyebilecek, yoğun grup içi bağları olan, parçalanmış ve bazen izole edilmiş nişlerde çalışma ve yaşama eğilimindedir (Masurel vd., 2002: 238).

Literatürde Chan ve Cheung, (1985)'te, Kuzey Amerika'da etnik girişimciliğin ortaya çıkışını, tarihsel olarak kurumsal ayrımcılık, azınlık grupları için istihdam fırsatlarının eksikliği ve vasıfsız göçmenlerin toplumun alt kademelerde kümelenildiği bir "kültürel iş bölümü" ile bağlantılı olduğu varsayımı ile yapısal model çerçevesinde açıklamaktadır (Chan ve Cheung, 19: 143).

Etnik girişimcilikle alakalı araştırmaların bir kısmı, azınlıklar arasında girişimciliğe yol açan konulara yoğunlaşmıştır. Belirli bir etnik grubun üyeleri, onları etnik bir ürün/hizmet sağlama gibi niş bir pazar talebini karşılayacak şekilde konumlandırılan özel bilgiye sahip olabilirler. Literatürde aynı çalışma, Latinlerin mevcut Latin müşterilerinin, işçi ve tedarikçilerinin mekansal olarak yoğunlaştığı alanlarda işletme kurma (girişimcilik faaliyeti) şanslarının daha çok olduğunu göstermektedir. Bu gibi çekici faktörlere ek olarak, etnik azınlıkları girişimci faaliyete iten faktörler de bulunmaktadır. Etnik girişimcilerin ayrıca sınırlı dil yeterliliği ve kendilerini ev sahibi topluma kabul ettirmede, çektikleri zorluklar nedeni ile, düşük ücretli işgücü piyasalarından kaçmak/korunmak için girişimciliği seçtikleri ifade edilmektedir (Smith ve Mannon, 2020).

Yukarıda yer verilen makalelerde ele alınan, itici ve çekici faktörlere bakılacak olursa ise; insanları bir işe girmeye yönlendiren faktörlere (karar verme niyetinde) itici veya çekici faktörler denildiğini görmekteyiz. İtici faktörleri azınlık girişimciliği boyutunda; işveren ayrımcılığı ve bunlar gibi işgücü piyasası engelleri nedeniyle girişimcilik sürecine rasyonel bir yanıt olarak tanımlayabiliriz. Söz konusu bu bariyerler/engeller ya da itici faktörler, girişimciliğe ait fırsat maliyetlerini düşürmekte ve bu sektörlerdeki ayrımcılığa karşı koymak için artan girişimcilik faaliyetlerine yol açmaktadır (Clark ve Drinkwater, 2000, s.604). Diğer taraftan çekici faktörler ise; girişimcileri girişime başlamak için motive eden faktörlerdir. Çekici faktörler olarak, başarı ihtiyacı ve bağımsızlık arzusu gösterilebilmektedir (Fatoki ve Patswawairi, 2012: 134).

Etnik azınlık girişimciliği üzerine yapılan araştırmalar, çoğunlukla iki bileşenden oluşan “sosyal ağların” önemini vurgulamaktadır: kişisel ağ ve girişimci ile aynı etnik kökenden gelen, ortak etnik kökene sahip oyuncuların kültürel boyutu (Masarel vd., 2002: 239). Sosyal ağ kavramı, birtakım aktörler (bireyler ve kuruluşlar) ve bu aktörler arasındaki bağlantılar tarafından tanımlanmakta ve bireylerin girişimcilikte başarı sağlayabilmeleri için gerekli olan çeşitli kaynaklara ulaşmasına olanak sunmaktadır. Bu nedenle, olası ilişkiler veya ağların sayısı neredeyse sınırsız hale gelmekte, ancak ağların verimliliği veya yoğunluğu, erişilebilirliği ve merkeziliği ağı oluşturan kişilere bağlı olarak değişmektedir (Fadahunsi vd., 2000: 230). Aslında burada sosyal ağ kavramı ile, eş-etnik sosyal ağlar kastedilmekte ve ağırlıklı olarak, azınlıkların sosyal ağlarının temel noktasını, “aile” ve “topluluk” kavramları oluşturmaktadır. Etnik topluluk ve aileye odaklanan etnik sosyal ağlar, etnik sahipli işletmelerin çalışmasında önemli bir role sahiptirler. (Masarel vd., 2002: 242). Eş-etnik sosyal ağlar kavramı ile de, aynı etnik kökenden işçilerin işe alımı sağlanmakta (sosyal ağlar aracılığıyla), etnik temelli mal veya hizmetin de (özellikle etnik gettolarda) tedarik edilmesi kolaylaştırılmaktadır (etnik kökenli kaynaklar aracılığıyla). Ayrıca, etnik girişimciler açısından, eş-etnik sosyal ağlar, aile üyeleri ve arkadaş toplulukları için duygusal destek kaynakları yaratan zengin rol modellerinin, mentorların da, kaynağı olarak kabul edilmektedir (Lee, 2009).

3. Yöntem

Azınlık girişimciliği araştırmalarını, sosyal ağ kavramı ile birlikte ele alan literatürdeki çalışmalarını haritalamak amacıyla **tüm zamanlarda**, Google Akademik veri tabanında “azınlık girişimciliği” ve “sosyal ağ” kelimeleri birlikte İngilizce dilinde, (“minority entrepreneurship” and “networks”), makale başlığında aratılmış ancak çok az (4 adet) çalışmaya ulaşılmıştır. Araştırma sayısını genişletebilmek için de “azınlık girişimciliği” ve “sosyal ağ” kelimeleri

makalenin herhangi bir yerinde olacak şekilde aratılmış (minority entrepreneurship, networks) ve ulaşılan çalışmalardan konu ile alakalı olanlar incelenerek seçilmiş ve tablolatırılmıştır. Tam metinlerine ulaşamayan, azınlık girişimciliği ve sosyal ağ değişkenlerini birlikte konu edinmeyen makaleler analize dahil edilmemiştir. Amaç, azınlık girişimciliği kavramını sosyal ağlar bağlamında ele alan çalışmaların genel değerlendirmesini yapmak, sosyal ağların azınlık girişimciliği boyutunda önemini ortaya koymak olduğundan, uluslararası yazından elde edilen 15 makale literatür taraması ile değerlendirilmiş, elde edilen makalelerin yazarları, yayımlandıkları yıllar, bulguları, araştırma yöntemleri, kullanılan değişkenler, yayımlandıkları ülkeler gibi kriterler incelenmiştir.

Tablo 1: Uluslararası literatürde azınlık girişimciliği ve sosyal ağ değişkenlerini birlikte ele alan çalışmalara genel bakış

Makale No	Yıl	Yazar	Bulgu	Araştırma Yöntemi
1	1994	Ram, M.	Çalışmaya göre; etnik sosyal ağlar, rekabet açısından bir avantaj kaynağı olarak etnik ticaret faaliyetinin başlatılması, geliştirilmesinde güçlü bir öneme sahiptir. İngiltere'nin Wolverhampton kentinde, Asya kökenli 50 işverenle yapılan röportajla veri toplanan çalışma, Sosyal ağların önemini, iş hayatında görülmekte olan ırkçılık bağlamında değerlendirilmesi düşüncesinden dayanak almaktadır. Ayrıca "aile" işletme yönetiminde güçlü bir öneme sahip olmasına rağmen aileye verilen önceliğin 'rasyonel' organizasyon yapısının oluşmasını engellediğinden bahsedilmektedir.	Nitel
2	1999	Ramachandran V. & Shah M., K.	Makale Afrika'da özel sektörde faaliyet gösteren Azınlık girişimcilerin rolüne odaklanmaktadır. Kurumsal Gelişim Bölgesi Programından (RPED) alınan verilerin kullanılması ile yerli Afrika firmalarının büyüme oranları ile Kenya, Zambiya, Zimbabve ve Tanzania'daki Asya veya Avrupa kökenli girişimcilere ait firmaların büyüme oranları karşılaştırılmaktadır. Firma büyüklüğü ve yaşı, çeşitli girişimci özellikleri ve sektör ve ülke farklılıkları kontrol edildikten sonra, Azınlık girişimcilerine ait firmaların yerli şirketlere ait Afrika firmalarına kıyasla daha hızlı büyüme gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, Azınlık girişimcileri tarafından oluşturulan bilgi ve finans ağlarının, üyeler için kredi, bilgi ve teknolojiye erişim sağladığını savunan teorilerle tutarlı bulunmuştur.	Nicel
3	2000	Fadahansi, A., Smallbone, D., & Supri, S.	Kuzey Londra'da yerleşik 82 azınlık işletmesinden toplanan ampirik veriler kullanılarak, etnik azınlık işletmelerinin geliştirilmesinde, sürdürülebilirliklerinin sağlanmasında, sosyal ağ oluşturmanın rolü üzerinde durulmaktadır. Çalışma, sosyal ağ kavramıyla hem gönüllü hem gerekli iş temelli bağlantılar da dahil olacak şekilde, resmi/gayri resmi sosyal ağların kullanımına dayanan geniş bir ağ tanımlaması kullanılmaktadır. Ayrıca çalışmada, sermaye artırımı, istihdam sağlama, müşteri edinme ile iş desteğine ulaşma noktasında, ağ oluşturmanın rolü ele alınmaktadır.	Nicel

4	2003	Menzies, T. V., Brenner, G. A., & Filion, L. J.	Derleme makale olarak oluşturulan çalışmada amaç, etnik sosyal sermaye ile birlikte sosyal ağlar kavramlarını ele alan önermeler geliştirmektir. Çalışmada 1988-1999 yılları arasındaki etnik girişimci ve Azınlıklarla alakalı literatür taraması sonucunda, 80 çalışma konulara göre yer almıştır. Çalışma sonucunda, eş-etnik emek, eş-etnik pazar ve eş-etnik finansman kaynakları da kapsayacak şekilde, etnik sosyal sermayenin güçlü olarak kullanımında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, iş başarısı noktasında önemli olduğu düşünülen yoğun eş-etnik sosyal ağların varlık ve kullanımı ile alakalı kanıtlar görülmüştür. Bazı etnik grupların ise etnik kaynakları kullanmaktan kaçındığı/ yoğun ağlardan yoksun olduğu, ağırlıklı olarak, resmi olmayan aile ağlarının kullanımını tercih ettiği görülmüştür.	Nitel
5	2004	Smith-Hunter, A. E., & Boyd, R. L.	Makalede, beyaz Irktan ve Azınlık kadın girişimcilerinin karşılaştırmalı çalışması, çeşitli girişimcilik teorileri ile açıklanmaya çalışılmaktadır. Anket verilerinin analizi, girişimcilik teorilerinin, kadınların işletme sahipliğinde ırksal farklılıklara göre değişimini açıklayabilmektedir. Özellikle teoriler, Azınlık kadınlarının iş sahibi olma konusundaki yüksek istekleri ile bu kadınların kullanabileceği resmi/biçimsel ağların, girişimci kaynakların yetersizliği arasındaki boşluğa dikkat çekerek bu farklılıklara ışık tutmaktadır.	Nicel
6	2006	Altınay, L., & Altınay, E.	Bu makale, Londra, Birleşik Krallık'ta catering sektöründe Türkçe konuşan etnik Azınlık işletmelerinin büyümesini etkileyen değişkenleri değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Rapor, Kıbrıslı Türk, Kürt ve Türk restoran işletme sahipleriyle 111 yüz yüze yapılandırılmış görüşmeye dayanmaktadır. Bulgular, İngilizce konuşmada sahip olunan akıcılığın, resmi/biçimsel kanallar yoluyla işe alım, işin gelişimi/büyümesi bakımından olumlu bir etkinin varlığını göstermektedir. Makale, müşteri odaklı, emek yoğun bir sektörde etnik Azınlık yiyecek içecek girişimcileri için büyümenin, rekabet avantajı elde etmeleri için sayılan bileşenlerden etkilendiğine vurgu yapmaktadır.	Nicel
7	2006	Fuller-Love, N., Lim, L., & Akehurst, G.	Çalışmada, kadınların kurduğu perakendeci küçük işletmeler ele alınmaktadır. Çalışmaya göre, kadın girişimciler sosyalleşme noktasında erkek girişimcilerden daha rahat sosyal ağ kurmakta ve sosyal ilişki geliştirmektedirler. Ayrıca çalışmada, sosyal ağların sayısında, yoğunluğunda, sosyal ağın üyeleri arasındaki etkileşim derecesinde, iş ağı üyelerinin sahip oldukları iş felsefeleri, yaşam değerleri konularındaki görüşlerini paylaşma derecesi açısından güçlü bir fark bulunmamaktadır. Çalışma kapsamında dört odak grup görüşmesi yapılarak, küçük aile işletmesi sahibi kadınlardan veri toplanmıştır.	Nitel
8	2007	Deakins, D., Ishaq, M., Smallbone, D., Whittam, G., & Wyper, J.	Çalışma, İskoçya İdaresi Etnik Azınlık İşletmelerince (EMB) görevlendirilen kapsam belirleme çalışması ve bunların İskoçya'daki belirgin öneminden bahsetmektedir. Sosyal sermayenin sahip olduğu rol ve önemi, İskoçya EBM'leri için az çalışılmış bir konu iken, güçlü gayri resmi ağların varlığı sebebiyle de kabul edilmesi kolay olmuştur. Çalışmaya göre, güçlü yerel sosyal ağlara ait bağların, etnik azınlık işletme topluluklarını desteklemeye ayrıca ilave kaynaklara erişimde var olabilecek zorlukları aşmaya hizmet eden hem sınıf hem de etnik bir kaynağı oluşturduğu ileri sürülmüştür.	Karma

9	2009	Kwong, C. C., Thompson, P., Jones-Evans, D., & Brooksbank, D.	Birleşik Krallık'ın Küresel Girişimcilik Monitörü'ne göre bir yetişkin nüfus anketinden elde edilen veriler kullanılarak, dört ana etnik kadın Azınlığın durumunu incelemek için iki aşamalı bir yaklaşım benimsenmiştir. İlk aşama, sosyal ağların önemini, fırsat algısını ve yeni başlayan girişimcilik faaliyetlerine katılma olasılığına karşı riskten kaçınmayı belirlemek için ikili bir lojistik yaklaşımı benimsemek olarak gösterilmektedir. Analizin ikinci aşamasında ise, bu algısal değişkenlerdeki farklılıklar, belirlenmeye çalışılmaktadır. Çalışma sonucunda, farklı etnik gruplar arasında, kadın girişimcilik faaliyetleri, girişimciliğe karşı olan tutum ve işe başlama aşamasında sahip oldukları sosyal sermaye konusunda bazı önemli olabilecek farklılıklar bulgulanmıştır.	Nicel
10	2009	Kitching, J., Smallbone, D., & AthaydeR.	Etnik diaspora tabanlı sosyal ağların ticari olarak sömürsüne odaklanan çalışmada Londra şehrinde azınlıklara ait dört girişimden toplanan nitel veriler kullanılmıştır. İngiltere ve ötesindeki diaspora tabanlı sosyal bağlantılar ve bunların politikaya olan etkileri tartışılmaktadır. Çalışma sonucuna göre, diaspora tabanlı sosyal ağların daha güçlü düzeyde iş rekabeti sağladığı sonucuna varılmıştır. Azınlık girişimleri, etnik hizmet ve ürün sağlayanlar açısından Pazar ve kaynaklara kolay erişim sağlamaktadır. Diaspora tabanlı sosyal ağları etkin bir biçimde kullanmak, sadece girişimcilerin bunu yapma yeteneklerine ve motive olma derecelerine değil, aynı şekilde mevcut diaspora özellikleri (büyüklükleri, coğrafi ve sektör içi konumlarına) ve girişimcilere sağlamış olduğu kaynak ve fırsatlarla da alakalıdır. Bazı durumlarda ise, diaspora tabanlı sosyal ağlarla etkileşim, özellikle var olan kaynak ve pazarları kısıtladığında, rekabet etme gücünü de kısıtlayabilmektedir.	Nitel
11	2010	Jones, T., Ram, M., & Theodorakopo ulos, N.	Çalışmada, Ulus ötesi girişimcilik olgusu hakkındaki mevcut literatür, etnik Azınlıkların diasporik ağlarını girişimci aktiviteyi kolaylaştırmak için bir dizi değerli görülen kaynağa ulaşmak için kullandığının belgelendiği öne sürülmektedir Makale, Leicester'deki 'ulus-ötesi' iş faaliyeti dinamiklerini geliştirerek 'aşırı çeşitlilik', ulus-ötesi ve girişimcilik kavramları arasındaki bağlantıyı incelemektedir. Makaleye göre; aile ve eş-etnik sosyal ağlar, finansal ve sosyal sermayenin kullanılabilirliğini ve etkileşimini etkilese de küreselleşmenin neo-liberal tasvirlerinde çok önemli bir konuma sahip olarak görülmemektedir.	Nitel
12	2012	Wang, C. L., & Altinay, L.	Etnik girişimcilik teorisi ile sosyal yerleşiklik yaklaşımına dayanan çalışma, Azınlık girişimcisi küçük işletmelerinin (EMSB), çeşitli sosyal ağlara erişimi, azınlık girişimcilerinin yönelimi (EO) ve firma büyümesi arasındaki ilişkileri araştırmaktadır. Londra'daki Çin ve Türk menşeli azınlık küçük işletme girişimcileriyle yapılan 258 yüz yüze yapılandırılmış görüşmeyle ulaşılan nicel verilerden hareketle, bulgular aile ve eş-etnik tavsiye ve emeğin firmaların EO üzerinde güçlü bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Çin'in ait EMSB'leri, Türk EMSB'lere kıyasla daha güçlü bir girişimcilik eğilimi içerisinde görünmekte ve büyüme anlamında da farklı yollar izlemektedir.	Nicel

			Çalışma sonucunda, Londra'daki Çin ve Türk EMSB'ler örneğine dayanarak, EO yapısının üç orijinal boyutunun tek bir faktöre dönüştüğü bulunmuştur. Bu bulgunun, Frese ve arkadaşlarının (2002) Namibya'daki küçük firmalara dayanan tek faktörlü EO ile tutarlı olması, etnik azınlık ve çoğunluktaki küçük işletmelerin EO'larının şirketten büyük ölçüde etkilenmesi anlamında benzer olduğunu göstermektedir.	
13	2015	Barr, M. S..	Yeni ve küçük işletme sahipleri genellikle sermayeye erişim eksikliği, akran desteği, yatırım ve iş fırsatları için yetersiz iş ağları ve bir işletmenin hayatta kalması, büyümesi için gerekli tüm temel becerilerin bulunmaması gibi belirli zorluklarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Kadınlar ve Azınlık girişimcileri genellikle daha büyük engellerle karşılaşmaktadır. Azınlık ve kadın girişimciliği oranının artırılması, ırk ve cinsiyet, servet boşluklarını azaltmaya, gelir ve servet eşitsizliğini azaltmaya ve sosyal hareketliliği artırmaya yardımcı olabilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri daha heterojen hale gelirken, Azınlık ve kadın girişimciler tarafından artan işletme oluşumu, genel olarak girişimcilik oranını iyileştirmek için kritik öneme sahiptir. Dolayısıyla, bir ülke olarak büyümek, iş yaratacak, gelir ve servet eşitsizliğini düzelterek, ilerleme kaydedilmesi için, Azınlık ve kadın girişimcilerin başarılı olmasına yardım etmenin gerekliliği ortaya çıkmıştır.	Nitel
14	2018	Bates, T., Bradford, W. D., & Seamans, R.	Çalışmada, 1970'ler öncesinde, azınlık girişimlerinin büyüklük ve kapsamının az olduğu ve sadece belirli bazı endüstri nişlerinde kümelenmiş olarak varlık gösterdiklerinden bahsedilmektedir. Günümüzde ise azınlık işletme sayısının artmış olduğu anlatılmaktadır. Hatta 2015 senesinde ülke çapında yeni faaliyete başlayan firmaların yaklaşık olarak %40'ının azınlıklar tarafından kurulmuş olduğu belirtilmektedir. Çalışma, ana akım toplumda, farklılaşan tutumlar sebebi ile geleneksel bariyerlerin azaltılmakta olduğunu ve bununla birlikte, yakın büyüklük, kapsama sahip küçük azınlık, beyaz ırk şirketleri arasında gerçek bir fırsat eşitliği yaratılmadığından söz etmektedir. Çalışmada genel olarak, 21.Yüzyıl Amerika'sında azınlık girişimciliği konusu literatür taraması yöntemi ile anlatılmaktadır.	Nitel
15	2019	Sithas, M. T. M., & Dissanayake, D. M. R.	Çalışma sosyal ağların, girişimcilik faaliyetini oluşturma, yaratmak ve geliştirmek için gerekli olan dış kaynaklara büyük erişim sağladığı düşüncesinden yola çıkmaktadır. Etnik Azınlık girişimcileri, çeşitli bariyerler nedeniyle girişim yaratma ve geliştirme konusunda bazı zorluklarla karşı karşıya gibi görünmektedir, ancak sosyal ağlar onlara bu engelleri aşmalarında fırsatlar sunmaktadır. Makale, etnik Azınlık girişimciliği ve firma performansı ile bağlantılı deneysel çalışmalarda sosyal ağların nasıl bulunduğunu araştırmaya çalışmaktadır. Ayrıca, sosyal ağların etnik Azınlık girişimciliğiyle ilişkili olarak nasıl araştırıldığını sentezleyen kavramsal bir inceleme olarak mevcut bilgiye katkıda bulunmaktadır.	Nitel

Kaynak: Deveciyan, Taksi, M., 2021 Doktora tezi²

² Makale isimlerine, kaynakçada yer aldıkları için tekrar tabloda yer verilmemiştir.

4. Bulgular Ve Tartışma

Çalışmada, tablo 1' de gösterildiği gibi, ele alınan makalelerden birisinde, etnik sosyal ağlar, genel olarak etnik girişimcilik faaliyetinin başlatılması, geliştirilerek büyütülmesi ve “rekabet üstünlüğü” oluşturma anlamında kritik öneme sahip olarak adlandırılmaktadır. Yine aynı makale, 50 Asyalı azınlık girişimcisi ile yapılan röportaj ile ailenin, iş yerinin yönetimindeki öneminden bahsetmekte, ancak aile kavramına verilen önceliğin de 'rasyonel' örgütlenme biçimlerinin oluşması açısından bir dezavantaj olabileceğini vurgulamaktadır (Ram, 1994). Londra'daki 82 azınlık girişiminden ulaşılan ampirik verilerin kullanıldığı Fadahunsi vd., (2000)'de ise, etnik azınlık işletmelerinde sosyal ağ oluşturma rolü açıklanmaya çalışılmakla birlikte biçimsel ve biçimsel olmayan sosyal ağların kullanılmasına da odaklanılmaktadır. Yine incelediğimiz makaleler arasında azınlık girişimciliğinde karşılaşılan engelleri, dezavantajları ele alan Bates vd. (2018)'de ise, 50 yıl öncesine göre azınlık girişimciliğinde karşılaşılan engellerin daha az olduğu ileri sürülmektedir. Makale geçmişte giriş engelleri olan birçok sektörde şu anda uzmanlaşan azınlıkları örnek olarak göstermektedir. Ayrıca güçlü insan sermayesi sahibi olmak, (1) iş finansmanına erişmeyi, (2) toptan üretimi, finans, sigorta ve gayrimenkul gibi geleneksel yüksek engelli iş kollarına girmeyi kolaylaştırır denilmektedir (Bates vd., 2018).

Literatür taramamızda etnik sosyal sermaye ve sosyal ağlarla ilgili önermeler geliştirmek maksadı güden çalışmalardan birinde ise; sosyal sermaye, etnik ve / veya topluluk kuruluşlarına ait olmanın yanı sıra, ortak etnik çalışanlar, pazarlar, tedarikçiler, topluluk sermaye kaynakları, tavsiye ve bilgi kullanımı ile gösterilir şeklinde ifade edilmektedir. Ayrıca aynı makalede, etnik tabanlı ağların, etnik sosyal sermayenin ayrılmaz bir parçası olduğuna değinilmektedir (Menzies vd., 2003).

Yukarıdaki tablo 1'e göre incelenen makalelerimizden olan, Deakins vd. (2007)'ye göre ise İskoçya'daki etnik azınlık işletmeleri için sosyal sermayenin rolü araştırılmıştır. Makaleye göre güçlü biçimsel olmayan ağlar nedeniyle de, sosyal sermayenin rolünün, kabul edilmesi mümkün olmuştur. Yapmış olduğumuz literatür taramasında yer alan Fuller-Love vd., (2006) ve Kwong vd.(2009)'de ise, azınlık girişimciliğinde demografik faktörlerden cinsiyet üzerinde durulmuş ve kadınların girişimcilik kabiliyetleri incelenmiştir. Bunlardan birisinde kadın girişimciler, başkalarıyla ilişki kurma konusunda erkeklerden daha iyi sosyal ağ kurma becerisine sahip olarak betimlenmektedirler. Makalenin asıl dayanağı kadınların, erkek meslektaşlarından ne ölçüde farklı olduklarıdır. Farklılıkların gözlemlendiği iki alan ise, büyüme ve istihdam etme konularıdır. Kadın girişimciler, erkek girişimcilere benzer büyüme

beklentilerine sahip olsalar da, gerçekte erkek girişimcilerin kurmuş olduğu, yeni işletmelerden daha yavaş büyüme göstermekte ve daha az çalışan istihdam etmektedirler (Fuller-Love vd., 2006). Kadınların girişimcilik eğilimini inceleyen diğer bir makalede ise, cinsiyet açısından girişimciliğe karşı tutum ve bir işe başlarken sahip olunan sosyal sermaye ile alakalı önemli farklılıklar bulunmuştur (Kwong vd., 2009).

İncelemiş olduğumuz on beş makaleye dayanarak, demografik faktörler, sosyal sermaye, biçimsel/biçimsel olmayan ağlar, yakın/uzak ağlar, güçlü/zayıf ağlar, eş-etnik kaynaklara erişim, büyüme hızı karşılaştırması (etnik/etnik olmayan), eş-etnik işgücü/kaynaklara erişim, sosyal ağ kullanımı, girişimcilik motivasyonu gibi değişkenleri ele alıp almamaları açısından aşağıdaki şekilde tablolştırılmıştır.

Tablo 2. Uluslararası literatürde yapılan çalışmalar ve ele alınan kriterler

Makalelerde İncelen Değişkenler/Makale No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Cinsiyete (kadın) özgü Özellikler					X		X		X				X		
Sosyal Sermaye	X			X	X		X	X	X		X			X	X
Formal/İnformal Ağlar	X		X	X	X	X	X	X	X	X					X
Yakın/uzak-Güçlü/Zayıf Ağlar	X	X	X	X	X	X		X	X			X			X
Kaynaklara Erişim	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Büyüme(girişim)/Büyüme Hızı Karşılaştırması Etnik-Etnik Olmayan/Ekonomik Büyümeye Katkı(Ülke)		X				X	X				X	X	X		X
Eş Etnik İşgücü/İşgücüne erişim			X	X	X	X					X	X		X	
Sosyal Ağ Kullanımı	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Girişimcilik Motivasyonu	X				X	X									

Ayrımcılık/Bariyerler/dezavantaj					X		X		X		X		X	X	
----------------------------------	--	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	---	---	--

Uluslararası literatürde tüm zamanlarda sosyal ağ ve azınlık girişimciliği kavramlarını birlikte ele alan makaleler incelendiğinde; yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere içerdikleri kriterlere göre (ele aldığımız değişkenlerden birisinin sosyal ağlar olmasından dolayı) kaynaklara erişim ve sosyal ağ kullanımına makalelerin tümünde yer verildiği görülmektedir. Biçimsel/biçimsel olmayan sosyal ağlar ve yakın/uzak, güçlü/zayıf ağ kriterlerinin ise incelenen on beş makaleden on tanesinde ele alındığı görülmektedir. İncelenen makaleler arasında en az ele alınan kriterin ise girişimcilik motivasyonu (sadece üç makalede) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. İncelenen makalelerin yıllara göre dağılımı

MAKALE NO	YILLAR												
	1994	1999	2000	2003	2004	2006	2007	2009	2010	2012	2015	2018	2019
R1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
R6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
R7	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
R8	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
R9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
R10	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
R11	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
R12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
R13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
R14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
R15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOPLAM	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1

Yukarıda yer alan tablo 3'e göre incelenen makalelerin ağırlıklı olarak 2006 ile 2009 yılları arasında yayınlandığı görülmektedir.

Tablo 4. İncelenen makalelerin ülkelere göre dağılımı

Ülkeler /Makale No	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10	R 11	R 12	R 13	R 14	R 15	Toplam
İngiltere	X		X			X	X		X	X	X	X				8
Kenya/ Afrika		X														1
Kanada				X												1
ABD					X								X	X		3
İskoçya								X								1
Sri Lanka															X	1

Yukarıdaki tablo 4' e göre ise; uluslararası literatürde incelenen makalelerden sekiz tanesinin İngiltere'de yayınlanmış olduğu görülmektedir. İngiltere bu anlamda Azınlık girişimciliği alanındaki çalışmaların yoğunlaştığı ülkelere birisidir diyebiliriz. İngiltere'den sonra en çok azınlık girişimciliği ve sosyal ağlar kavramlarını birlikte ele alan makalenin ise Amerika'da yayınlandığı anlaşılmaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Bir ülkede yerleşik genel nüfustan olmayan azınlıklar, zaman içerisinde gerek kendi istekleri gerek zorunluluklar ile mekânsal yer değişimleri yaparak, ülkeler hatta bölgeler arasında farklılık gösteren, girişimcilik açısından önemi büyük olan kültürlerini, sosyal sermaye ve sosyal ağlarını da kendileri ile birlikte taşımışlardır. Çalışmamızda uluslararası yazında çok az yer bulmuş olan azınlık girişimciliği literatürünü sosyal ağlar kavramı ile birlikte ele alan tüm zamanlarda yayınlanmış konu ile alakalı olarak tespit edilen on beş makale incelenmiştir. Çalışmanın bu alandaki akademik çalışmaları artırması ve bu alanda çalışmak isteyen akademisyenlere yol göstermesi beklenmektedir. Özellikle çalışmamızda ele alınan makaleler arasında azınlık girişimciliği ve sosyal ağ kavramlarını birlikte ele alan makalelerde en az incelenen kriterlerden olan girişimcilik motivasyonunun bu alanda çalışmak isteyenler için literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yine incelenen makaleler arasında hiç

ele alınmamış olan girişimcilik niyeti kavramı da, azınlık girişimcilik faaliyetinin anlaşılması noktasında literatüre katkı sağlayabilecek dikkat çeken kriterlerden biri olarak tespit edilmiştir. İncelenen makaleler arasında göze çarpan noktalardan birisi de; makalelerin çoğunluğunun İngiltere’de yayınlanmış olmasıdır.

Çalışma ile on beş makalenin incelenmesi sonucunda: sosyal ağların azınlık girişimciliğinde önemli bir rol üstlendiği, hem kişisel hem de, topluluk temelli sosyal ağların, azınlık girişimcilerinin ihtiyaç duyduğu kaynakları harekete geçirmek ve girişimcilik aktivesini kolaylaştırmak için kullanıldığı, biçimsel olmayan sosyal ağlardan olan aile kavramının azınlık girişimciliğinde, girişimcilik sürecinde kullanımının daha yaygın olduğu, azınlık girişimcilik faaliyetinin başlatılması noktasında özellikle eş-etnik sosyal ağların (biçimsel olmayan) güçlü öneme sahip olduğu, azınlık girişimciliğinde sosyal ağ kurma yeteneği bakımından kadın girişimcilerin, erkeklere göre daha etkin olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın etik yönü

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Bu araştırmanın etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalardan olduğunu beyan ederim.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada, sonuçları veya yorumları etkileyebilecek herhangi bir maddi veya diğer asli çıkar çatışması olmadığını beyan ederim.

Yazar katkı oranı

Çalışmanın tüm aşamaları yazarlar tarafından eşit katkı ile tasarlanmış ve hazırlanmıştır.

Kaynakça

- Aldrich,H. & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D.L. Sexton and R.W.Smiler, eds. *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger, p. 3-23
- Altınay, L. & Altınay, E. (2006). Determinants of ethnic minority entrepreneurial growth in the catering sector. *The Service Industries Journal*, 26(2), 203-221. <https://doi.org/10.1080/02642060500369354> (Erişim Tarihi:12.05.2020).

- Barr, M. S. (2015). Minority and women entrepreneurs: Building capital, networks, and skills. *University of Michigan Law School*, 78(3), 2-25.
- Bates, T., Jackson III, W. E. & Johnson Jr, J. H. (2007). Advancing research on minority entrepreneurship. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 613(1), 10-17. <https://doi.org/10.1177/0002716207303405> (Erişim Tarihi:12.05.2020).
- Bates, T. (2011). Minority entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 7(3–4), 151-311.
- Bates, T., Bradford, W. D. & Seamans, R. (2018). Minority entrepreneurship in twenty-first century America. *Small Business Economics*, 50(3), 415-427.
- Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of business venturing*, 1(1), 107-117.
- Bonacich, E. (1993). The other side of ethnic entrepreneurship: A dialogue with Waldinger, Aldrich, Ward and associates. *International Migration Review*, 685-692.
- Chaganti, R. & Greene, P. G. (2002). Who are ethnic entrepreneurs? A study of entrepreneursapos; ethnic involvement and business characteristics. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 126-143. <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00045> (Erişim Tarihi:10.05.2021).
- Chan, J. B. & Cheung, Y. W. (1985). Ethnic resources and business enterprise: A study of Chinese businesses in Toronto. *Human Organization*, 44(2), 142-154.
- Deakins, D., Ishaq, M., Smallbone, D., Whittam, G. & Wyper, J. (2007). Ethnic minority businesses in Scotland and the role of social capital. *International Small Business Journal*, 25(3), 307-326.
- Desmond, N. (2010). Networking in Ireland’s Ethnic Enterprises: Entrepreneurship and Opportunity. *Cambridge Scholars Publishing*.
- De Vries, H. P. (2014). Does it really matter? Understanding the impact of engagement and beliefs on immigrant ethnic minority entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 21(1), 72-81. <http://dx.doi.org/10.1080/13215906.2014.11082077> (Erişim Tarihi:14.05.2021).
- Dixon, J. E. (2003). *Pathways to success: Exploring the personal networks of female and minority entrepreneurs*. The University of Texas at Austin.

- Dubini, P.& Aldrich, H. (2002). Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process. *Entrepreneurship: Critical perspectives on business and management*, 217-228.
- Elo, M. (2016). Typology of diaspora entrepreneurship: Case studies in Uzbekistan. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 121-155. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10843-016-0177-9> (Erişim Tarihi:14.05.2021).
- Fadahunsi, A., Smallbone, D. & Supri, S. (2000). Networking and ethnic minority enterprise development: insights from a North London study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(3), 228-240.
- Fatoki, O., & Patswawairi, T. (2012). The motivations and obstacles to immigrant entrepreneurship in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 32(2), 133-142. <https://doi.org/10.1080/09718923.2012.11893059> (Erişim Tarihi:18.06.2021).
- Fuller-Love, N., Lim, L. & Akehurst, G. (2006). Guest editorial: female and ethnic minority entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 429-439.
- Hisrich, R. D. & Brush, C. (1986). Characteristics of the minority entrepreneur. *Journal of Small business management*, 24, 1.
- Jones, T., Ram, M. & Theodorakopoulos, N. (2010). Transnationalism as a force for ethnic minority enterprise? The case of Somalis in Leicester. *International journal of urban and regional research*, 34(3), 565-585. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2010.00913.x> (Erişim Tarihi:18.06.2021).
- Kitching, J., Smallbone, D. & Athayde, R. (2009). Ethnic diasporas and business competitiveness: Minority-owned enterprises in London. *Journal of ethnic and migration studies*, 35(4), 689-705.
- Kwong, C. C., Thompson, P., Jones-Evans, D. & Brooksbank, D. (2009). Nascent entrepreneurial activity within female ethnic minority groups. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Labrianidis, L. & Hatziprokopiou, P. (2010). Migrant entrepreneurship in Greece: diversity of pathways for emerging ethnic business communities in Thessaloniki. *Journal of International Migration and Integration/Revue de l'integration et de la migration internationale*, 11(2), 193-217. <http://dx.doi.org/10.1007/s12134-010-0134-8> (Erişim Tarihi:28.06.2021).

- Lee, H. (2009). *Dimensions of Entrepreneurship – A Study of First and Second Generation Ethnic Chinese in Melbourne* (Doctora Tezi), Swinburne University of Technology.
- Masurel, E., Nijkamp, P., Tastan, M. & Vindigni, G. (2002). Motivations and performance conditions for ethnic entrepreneurship. *Growth and Change*, 33(2), 238-260.
- Menzies, T. V., & École des hautes études commerciales (Montréal, Québec). Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter. (2000). *Transnational entrepreneurship and bootstrap capitalism: Social capital, networks and ethnic minority entrepreneurs*. École des hautes études commerciales, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter.
- Menzies, T. V., Brenner, G. A. & Fillion, L. J. (2003). Social capital, networks and ethnic minority entrepreneurs: transnational entrepreneurship and bootstrap capitalism. *Globalization and entrepreneurship: Policy and strategy perspectives*, 125-151.
- Ram, M. (1994). Unravelling social networks in ethnic minority firms. *International Small Business Journal*, 12(3), 42-53.
- Ram, M., Jones, T. & Villares-Varela, M. (2017). Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice. *International Small Business Journal*, 35(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177%2F0266242616678051> (Erişim Tarihi:28.06.2021).
- Ramachandran, V., & Shah, M. K. (1999). *Minority entrepreneurs and firm performance in sub-Saharan Africa*. *The Journal of Development Studies*, 36(2), 71-87.
- Riddle, L., Hrivnak, G. A. & Nielsen, T. M. (2010). Transnational diaspora entrepreneurship in emerging markets: Bridging institutional divides. *Journal of International Management*, 16(4), 398-411.
- Sithas, M. T. M., & Dissanayake, D. M. R. (2019). Social network and ethnic minority entrepreneurship: A theoretical review and practices. *Archives of Business Research*, 7(6), 1-8. <https://doi.org/10.14738/abr.76.6613> (Erişim Tarihi:28.06.2021).
- Smith-Hunter, A. E., & Boyd, R. L. (2004). Applying theories of entrepreneurship to a comparative analysis of white and minority women business owners. *Women in Management Review*.
- Smith, R. A. & Mannon, S. E. (2020). Ethnic Entrepreneurship Without Ethnicity: Latino Entrepreneurs in Northern Utah. *Sociological Spectrum*, 1-15.
- Volery, T. (2007). Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship*, 1, 30-41.

- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies, and conceptual advancements 1. *International migration review*, 38(3), 1040-1074.
- Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA, 3, 23.
- Wang, C. L., & Altinay, L. (2012). Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the UK. *International Small Business Journal*, 30(1), 3-23. <https://doi.org/10.1177%2F0266242610366060> (Erişim Tarihi:2.07.2021).