

KİŞİSEL GELİŞİMİN GİRİŞİMCİ TİPLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: ANTALYA-İSPARTA İLLERİNDE BİR İNCELEME*



Gökhan ÖZKUL**
Murat Ali DULUPÇU***

ÖZET

Girişimcilik konusu sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte büyük bir önem kazanmış ve ekonomik gelişmeyi sağlayan temel itici güç olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla da girişimcilik pek çok disiplinden araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Bu ise kavramın çok disiplinli bir alan olarak gelişmesini sağlamış ve literatürde hala girişimcinin kim olduğu ve girişimciliğin ne olduğu konusunda ortak bir fikir birliği bulunamamasına neden olmuştur. Fakat buna rağmen girişimciliğin tanımında ve belirleyici özelliklerinde ekonomik, sosyal ve psikolojik faktörlerin oldukça önemli olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Pek çok yazar, girişimcileri sahip oldukları özelliklere göre çeşitli tipler halinde sınıflandırmaktadır. Bu tipolojiler hem girişimcilerin tanımına ve davranışına, hem de girişimcilikle ilgili teorik yapıya katkı sağlamaktadır. Bunun yanında tipolojiler, girişimci temelli ekonomik kalkınmayı sağlamada politika yapımcılar için mevcut girişimci yapısını ölçmede kullanılabilecek en önemli referanslardan biridir. Kişisel gelişim ise, girişimci düşüncenin daha sağlam temeller üzerine kurulmasını sağlayarak, daha iyi bir girişimci tipinin oluşmasında rol oynayan dikkate değer bir faktördür. Bu çalışma, Antalya ve Isparta'da imalat sanayinde faaliyet gösteren KOBİ'lerde girişimci tiplerinin incelenerek, kişisel gelişimin girişimci tiplerinin oluşumunda etkili olup olmadığının ortaya konulmasını amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Girişimcilik Teorileri, Girişimci Tipleri, Kişisel Gelişim

* Bu çalışmanın teorik bölümleri 6. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresinde (26-28 Aralık 2007) sunulan “Girişimci Tipleri ile Bilgi, Inovasyon ve Ağbağlaşma Arasındaki ilişki” adlı bildiriden kısmen yararlanılarak hazırlanmıştır.

** Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, gozkul@iibf.sdu.edu.tr

*** Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, dulupcu@iibf.sdu.edu.tr

THE EFFECT OF PERSONAL DEVELOPMENT ONTO ENTREPRENEUR TYPES: AN INVESTIGATION IN ANTALYA-ISPARTA PROVINCES

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship has become importance through changing from industrial society to information society and has been begun to find acceptance as driving force that provide economic development. Consequently, entrepreneurship has become a cynosure for many researchers from various disciplines. This has caused to development of entrepreneurship as a multi disciplinary field. Nonetheless, there is no absolute consensus on the definitions of entrepreneur and entrepreneurship. However, it is widely accepted that economic, social and physiological factors have been highly formative for the determination and definition these concepts. Various researchers classify different types of entrepreneurs depending on the properties of them. These typologies extend the discussions about the definition and the theory of entrepreneurship and the behaviors of entrepreneurs. Furthermore, these typologies are one of the most important references for policy makers that being used to determining current entrepreneur structure to stimulate entrepreneur-based economic development. Personal development is also notable factor that playing a role forming better entrepreneur type. This study aims to display that whether personal development is effective for forming entrepreneur types or not by examining entrepreneur types in SMEs in Antalya and Isparta provinces.

Key Words: Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurship Theories, Entrepreneur Types, Personal Development

1.GİRİŞ

Tarihsel açıdan girişimcilik en eski aktivitelerden biridir. Yeni iş imkanlarını keşfetmek veya tanımlamak ve bu imkanları ekonomik kazanç için yeni girişimlerde kullanmak insan yaşamında daima önemli olmuştur. Tarihe baktığımızda, geçmişten bugüne kadar tarihin her aşamasında girişimsel aktivitelerin ne kadar önemli olduğu ile ilgili örnekleri rahatlıkla görebiliriz (Landström, 2005: 3-4).

İçinde bulunduğumuz ve adına bilgi çağı dediğimiz günümüz dünyasında bir yandan teknolojinin hızla gelişmesi, diğer yandan rekabetin giderek küreselleşmesi ve artması ekonomik yapıda önemli değişiklikleri zorunlu hale getirmiştir. Yaşamakta olan bu küresel yeniden yapılanma süreci girişimcilere ayrı bir boyut kazandırmıştır. Çünkü girişimciler günümüzdeki bu küresel yeniden yapılanmanın, bir diğer ifadeyle değişimin, gelişimin ve yeniliğin gerçek özü ve tetikleyicisi kabul edilmektedir.

Günümüzde önemi daha da artan olgular olan girişimci ve girişimcilik orta çağdan günümüze kadar pek çok teorisyen tarafından tanımlanmaya çalışılmış olmasına rağmen hala fikir birliğine varılmış net bir tanımlı bulunmamaktadır.

Girişimci ve girişimcilik kavramları birbirinden farklı olan, fakat birbirleriyle de ilişkili olan olgulardır. Girişimcilik kavramı bir süreci ifade ederken, girişimci o süreçte rol alan baş aktörü ifade etmektedir.

Bu çalışmada sürekli değişen bir olgu olan girişimciliğin teorik çerçevesi hakkında bilgi verilip, girişimciliğin bölgesel kalkınmadaki öneminden bahsedilecektir. Ardından ise Antalya ve Isparta illerindeki girişimci tipleri karşılaştırmalı olarak incelenecek ve kişisel gelişimin girişimci tiplerinin oluşmasında belirleyici olup olmadığı irdelenecektir.

2. GİRİŞİMCİLİĞİN TEORİK ÇERÇEVESİ VE GELİŞİMİ

Aile Ekonomik gelişme sürecinde ana motorlardan biri olarak görülen girişimcilik, disiplinler üstü bir kavram olduğu için farklı bilim insanların ilgi odağı olmuştur. Girişimcilikle ilgili genel kabul gören bir teori bulunmamakla birlikte, girişimciliği çeşitli açılardan ele alan ve ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve bölgesel bilimleri kapsayan birçok farklı yaklaşımlar mevcuttur. Bu yaklaşımların hepsi girişimciliği farklı açılardan ele alıp, girişimciliğin farklı yönlerine ışık tutmaktadırlar.

Psikoloji, fırsatları keşfetme ve değerlendirme safhasında “niçin belirli insanlar fırsatları kovalarken diğerleri böyle bir şeyle uğraşmamaktadır?” sorusunun cevabını aramaktadır. Bu sorunun cevabını ararken ise girişimciye ve özellikle de girişimcinin kişilik özelliklerine odaklanmaktadır (Sciascia ve De Vita, 2004: 27).

Psikologlar, girişimcilikle ilgili bazı insanların sahip olduğu ve diğerlerinde olmayan kalıcı karakteristiklerin bir fonksiyonu olan teoriler önermişlerdir. Bu perspektife göre, başarıya ihtiyaç olma, riske katlanabilme istekliliği, kendine güvenme ve belirsizliklere dayanma gibi kişisel özellikler insanların girişimciliği seçmesini etkilemektedir. Psikolojik yaklaşımlar genellikle girişimcilerin ortaya çıkardıklarına değil, onların fırsatları kendi çıkarlarına kullanma kararlarına odaklanır (Shane, 2000: 449). Bir başka ifadeyle psikolojik yaklaşımlar için, çekici piyasa fırsatlarına cevap vererek kendi işlemlerini kuran kişilerin sayılarını bilmek yeterli değildir. Asıl önemli olan yüzlerce bireyden hangileri yeni girişimler yaratacak ve niçin her insan piyasadaki fırsatları görememekte dirin cevabını bulmaktır (Schaver ve Scott, 1991: 25).

Sosyoloji, girişimciliği anlamak için makro seviyede bütünleştirici bir bakış açısı ile etnik ve kültürel fenomenlere odaklanmaktadır (Sciascia ve

De Vita, 2004: 27). Bu anlamda Reynolds, girişimcilikte sadece kişilik özellikleri teorilerinin yetersiz olduğunu, bireylerin kararlarını gerçekleştirmesinde etkili olan sosyal içeriğinde önem verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla da sosyal içerik bir girişimcinin fırsatları değerlendirme koşullarının tanımlanmasında oldukça önemlidir (Reynolds, 1991: 61-62). Sosyoloji, girişilen girişimsel aktivitelerin toplumu nasıl etkilediğini ve toplumda girişimciliğin rolünü anlamaya çabalayarak girişimcilik bilimine oldukça önemli bir katkı sağlamıştır (Landström, 2005: 44).

Girişimcilikle ilgili ekonomik yaklaşımlara bakıldığında, genellikle ekonomik gerçeklik için açıklayıcı bir değişken olarak girişimcilik düşüncesi ve girişimcinin rolü üzerinde durmaktadır (Formaini, 2001:3).

Girişimcilik teorisi modern ekonominin en zayıf halkalarından biridir. Bu konu hakkında literatürde bir yoğunluk ve çeşitlilik olmasına rağmen; girişimcilik, iktisatçılar tarafından henüz tam olarak anlaşılmadığı bir çok kere vurgulanan bir fenomen olarak kalmaya devam etmektedir (Montanye, 2006: 549).

Ekonomik teoride girişimci kavramını kullanan ilk kişi 18. yüzyıl başlarında Fransa’da yaşayan İrlanda asıllı bir ekonomist olan Richard Cantillon’dur (Gabel, Pyka ve Hanusch, 2003: 495). Cantillon’un 1755 yılında basılan “*Essai sur la nature du commerce en general*” adlı eseri, girişimcilik tarihinde bir dönüm noktasıdır. Çünkü Cantillon bu eserinde girişimciyi ekonomik sisteme merkezi bir şahsiyet olarak yerleştirmiştir (Hebert ve Link, 2006: 589).

Cantillon, ekonomideki aktörleri : i. Toprak sahipleri, ii. Girişimciler, iii. İşçiler olmak üzere üç grupta sınıflandırmıştır. Buna göre ekonomide, i. ve iii. grup oldukça pasif olarak karakterize edilirken, girişimciler merkezi bir rol oynamaktadır (Gabel, Pyka ve Hanusch, 2003: 495). Cantillon 18. yüzyıl Avrupa’sında oluşmaya başlayan piyasa ekonomisini tanımlarken, girişimciyi toprak sahipleri ile işçiler arasındaki arabulucu olarak ifade etmiştir (Hebert ve Link, 2006: 589). Bu bağlamda Cantillon, girişimciyi henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlamıştır (Sciascia ve De Vita, 2004: 4). Özetle Cantillon, girişimciliğin risk alma ve risk üstlenme vasfını öne çıkarmıştır (Alada, 2001).

Adam Smith ise girişimci ile kapitalisti özdeşleştirmiştir. Smith’e göre kapitalist, temel kaynakları başarılı bir endüstriyel girişimde birleştiren mülkiyet sahibi yöneticidir. Smith, kapitalistleri gelişmeyi ve toplumun

refahının dağılımını sağlayan temel unsurlar olarak tanımlamıştır (Tosunoğlu, 2003: 30-31). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere Smith, girişimci ile kapitalisti özdeşleştirmiştir (TÜSİAD, 2002: 35).

Girişimci kavramı Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say tarafından da kullanılmıştır. Say, girişimciyi ekonomik kaynakları düşük verimlilikteki bir alanın dışına ve yüksek verimlilikteki bir alanın içine kaydıran kişi olarak tanımlamıştır (Drucker, 1995: 19). Say, girişimci ile sermayedar arasındaki farkı ortaya koymuştur. Say'a göre sermayedar para tedarik eden ve finansal risk alan kişi iken, girişimci ise, üretim faktörlerini yeni zenginlikler yaratacak biçimde bir araya getiren kişidir (Çonkar ve İlter, 2004: 2). Say, girişimciliği üretim faktörlerinin içine alarak girişimciliğin anlamını genişletmiştir (Philipsen, 1998: 3-4). Say'dan sonra, klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerinin yanına, dördüncü üretim faktörü olarak girişimcilik dahil edilmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 6).

Neo-Klasik iktisatçılar girişimciliğin denge teorilerini kurmuşlardır. Denge teorileri, piyasada fiyatların birçok aktörün ortaklaşa kararından oluştuğunu varsaymaktadır. Denge çerçevesinde, herkes bütün fırsatların farkında olduğu için ve bütün işlemler mükemmel bir şekilde koordine edildiği için, hiç kimse girişimsel bir kar oluşturan bir durum keşfedemeyebilir. Denge çerçevesi insanların, diğerlerinin göremediği fırsatların farkına varmasına izin vermediği için, denge teorisi girişimci olmayı tercih eden bireyleri tanımlayarak girişimciliği açıklar. Denge teorisi herkesin bütün girişimsel fırsatların farkında olduğunu ve girişimci olmayı fırsatlar hakkındaki bilgiden ziyade insanların temel özelliklerinin belirlediğini varsayar (Shane, 2000: 449).

Neo-Klasik modelin alışılmış açıklamasında, bütün aktörler tam bilgiye ve açıkça belirlenmiş ekonomik amaçlara sahiptirler. Firmalar üretim fonksiyonları veri iken, kar maksimizasyonunu sağlayan üretim paketini seçerler. Girdi düzeyini seçerek, firma tüm karar değişkenlerinin optimal değerini sağlayan hesaplamayı yapar ve bu değerler kar maksimizasyonunu sağlayan iş kararlarını oluşturur. Benzer şekilde, tüketiciler de bütçeleri veri iken, beklenen fayda düzeylerini maksimize edecek tüketim paketini seçerler. Denge noktasında, malın arzı ile talebini birbirine eşitleyen tek bir fiyat vardır. Bu denge fiyatında tüm piyasalar temizlenmiş olur. Ekonomik çevrede dışsal bir değişme olmadıkça, optimal değerler de sabit kalacaktır. Ardından hesaplamalar tekrarlanır, değerler tekrar bulunur ve yeni bir şok ortaya çıkana kadar tekrar sabit kalır. Burada, belirsizlik olmayan bir dünyada ulaşılan denge durumlarına dikkat çekilmektedir. Ayrıca kredi piyasaları mükemmel bir şekilde işlediği için, özsermaye de zorunlu değildir. Neo-Klasik model, sahip olduğu üretim fonksiyonuyla rasyonel tercihler ve

tam bilgi mantığıyla birlikte, aktif girişimci için bir yer bırakmamaktadır. Bu modelde firma kendi kendisini işletir, dolayısıyla da girişimci önemini yitirmiştir (Praag, 2005: 16-17).

Girişimcilik teorisine, muhtemelen en önemli ve en bilinen katkı “*The Theory of Economic Development*” adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlayan Joseph Schumpeter tarafından yapılmıştır (Aidis, 2003: 4). Schumpeter girişimciyi yeni bir firmanın kurucusu olarak ve yerleşmiş alışkanlıkları bozan ve yapılan eski biçimlere karşı gelen bir yenilikçi olarak tanımlar (Brouwer, 2002: 89). Schumpeter, girişimci ve inovasyon (yenilik) arasındaki mükemmel (benzersiz) ilişkiyi vurgulayarak daha önceki bir çok teoremin aksine ekonomik gelişme sürecinde girişimciye önemli bir rol yüklemiştir. Schumpeter, girişimciyi ekonomik gelişmenin güç kaynağı olarak düşünür ve onun fonksiyonu yenilik yapmak veya yeni kombinasyonlar gerçekleştirmektir (O’Farrell, 1985: 568).

Schumpeter, bir girişimci için yeniliğin beş farklı çeşidini ve yönünü listelemiştir (Schumpeter, 1934:66):

- Yeni bir mal oluşturma veya bir malın kalitesini artırma
- Yeni bir üretim metodu oluşturma
- Yeni bir pazara açılma
- Hammaddeler veya ara malları için bazı yeni arz kaynaklarını kullanma
- Bazı yeni organizasyonel endüstriler başarma.

Schumpeter, inovasyonu büyümenin bitmek tükenmek bilmeyen bir kaynağı olarak görür. Rekabete dayalı kapitalizm, bütün sosyal sınıflardan bireyleri girişimciliğe doğru teşvik ettiği için yeniliğin gücü bozulmadan olduğu gibi kalır (Brouwer, 2001: 149-150).

Schumpeter’in girişimcilik alanına katkısını anlamak için şunun altını çizmek gerekir. Schumpeter’in bahsettiği bu yenilik çeşitleri zaten piyasada var olan ve girişimcinin kontrolü altında olan kaynaklardan gelen yeniliklerdir. Bu durumda yenilik bir icadın sonucu değildir. Girişimciler icatçı olabilirler, fakat bir yeniliğin doğması için icat gerekli değildir. Bu nedenle girişimci bir icatçı değildir, fakat normal bir kapitalist de değildir (Sciascia ve De Vita, 2004: 6-7).

Schumpeter çalışmasında piyasayı dengeli bir sistem olarak kabul eder ve girişimciliği denge durumunu bozan bir süreç olarak ele alır (Sciascia ve De Vita, 2004: 6). Schumpeter için piyasadaki yeni fırsatları

değerlendirme kabiliyeti ekonomide dengesizlik yaratan merkezi bir girişimsel aktivitedir (Philipsen, 1998: 4).

Knight, Cantillon'un girişimcilik teorisini genişletmiştir. Knight'e göre girişimcinin ana misyonu, gelecekteki şartlar hakkında tam bilgiye sahip olmaksızın neyin yapılması gerektiğini ve nasıl yapılması gerektiğini karar vermektir (Nijkamp, 2003: 398). Knight'ın girişimci tanımında belirsizlik, temel bir unsur ve başlangıç noktası olduğu için Schumpeter, Knight'la uyuşmamaktadır. Schumpeter, girişimciyle kaynak sahibi arasında ayırım yapmadığı için Knight'ı eleştirmiştir. (Philipsen, 1998: 4). Knight'ın girişimcisi bütün belirsizliğe katlanarak toplumda birikime katkı sağlar (Praag, 2005: 23-24).

Kirzner açısından girişimcilik bilginin eksik dağılımıdır. Kirzner, asimetrik bilginin varlığının piyasada dengesizliği oluşturmaya öncülük ettiğini vurgulamıştır (Top, 2006: 53-54). Bu yüzden Schumpeteryen görüşü tam tersine çevirmiştir ve girişimciyi dengesizlik avantajını elde eden dengeleyici bir aktör olarak düşünmüştür (Sciascia ve De Vita, 2004: 9). Kirzner, girişimsel piyasa sürecinin sistematik açıdan dengeyi sağlama eğilimini yansıttığını iddia eder (Adaman ve Devine, 2002: 336-337). Çünkü denge durumuna asla kendi kendiliğine varılmaz. Kirzner'e göre girişimcinin diğerlerinden daha önce kar fırsatlarını algılaması gerekir (Praag, 2005: 23-24).

Mark Casson ise, özellikle Knight, Schumpeter ve Kirzner tarafından girişimci teorisine yapılan katkıları seçerek önemli bir sentez yapmak istemiştir. Casson, girişimciyi kıt kaynakların koordinasyonu hakkında yargısal kararlar almada uzmanlaşmış birileri olarak tanımlar (Casson, 2003: 20).

Baumol, girişimciliğin iktisat teorisinden uzaklaştığını iddia eden ilk iktisatçılardan biridir. Baumol, girişimciyi piyasaya yeni bir şey sunan kişi olarak görmektedir. Firma teorisi de dahil olmak üzere mikro iktisadın girişimciliği dışlayan bir model olduğunu söyleyen Baumol, girişimciliğin tanımlanmasının imkansız olduğunu ancak örneklerle açıklanabileceğini savunmaktadır (Oğuz: 2005: 150).

Neo-Schumpeteryen veya Evrimci çerçeveye göre, girişimcilik piyasa ekonomisi içerisinde teknolojik sistem ile iş fırsatlarını kullanma arasındaki bağlantıyı ortaya çıkarır (Gabel, Pyka ve Hanusch, 2003: 493). Neo-Schumpeteryen ekonomi bilgiye, inovasyona ve girişimcilğe güçlü bir vurgu yapmaktadır. İnovasyondaki bu vurgu, alternatif ekonomik yaklaşımlara göre çok farklıdır. Genel olarak Neo-Schumpeteryen yaklaşımın

altını çizdiği temel ilkenin yenilik, yani inovasyon olduğu söylenebilir (Hanusch ve Pyka, 2005: 2).

Neo-Schumpeteryen iktisat, doğrusal (lineer) yenilik modelini kabul etmemektedir. Yeniliğin icattan yayılmaya kadar olan tüm aşamaları arasında grift geri beslemelerin var olduğunu, bu aktivitelerin sistemik özellikler içerdiğini ve bu sistem içerisindeki aktörler arasında sürekli bir bilgi akışının olduğunu savunmaktadır. Neo-Schumpeteryen iktisat ekonomik büyümeyi açıklarken sadece ekonomik faktörleri değil, ekonomik olmayan faktörleri de kullanmaktadır. Neo-Schumpeteryen iktisatçılara göre sosyal sistem teknoloji, ekonomik ve sosyal kurumlardan oluşmaktadır. Bunların her birisi kendi iç dinamiklerine ve açıklayıcı süreçlerine sahip olmakla birlikte karşılıklı olarak güçlü bir etkileşim içerisindeyler (Oğuztürk, 2003: 23-24).

Sonuç olarak girişimcilik ekonomik literatürde çok karmaşık ve son derece zor bir konudur. Çünkü hala ekonomik teoride, insan davranışlarını bütünleştirmek için ikna edici bir yaklaşım yoktur.

3. GİRİŞİMCİLİĞİN BÖLGESEL KALKINMADAKİ YERİ VE ÖNEMİ

İnsan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığının azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığının artmaya başladığı günümüz bilgi çağında girişimciler yerel, bölgesel ve ulusal kalkınmanın olmazsa olmaz aktörleri durumundadır. Tarihsel süreç içinde girişimcilik özelliklerine sahip olan bireylerin sadece kendi işletmelerinin başarısında değil, yöresel, bölgesel ve ulusal kalkınmada da etkin bir rol sahibi oldukları görülmektedir (İraz, 2005:229).

Girişimcilik faaliyetleri bir toplumun gelir seviyesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Fakat bununla birlikte girişimcilik sadece bir toplumun gelir seviyesini anlatmamaktadır. Bunun yanında değişimi harekete geçiren güçtür (Cuervo, 2005:293). Bir başka deyişle yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırmaktadır. Ayrıca yeni endüstrilerin doğmasını yol açmakta, rekabet baskısı yaratarak verimliliği arttırmakta, hızla büyüyen sektörler yaratmakta ve sonuç olarak ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır. Girişimcilerin yürütmüş olduğu yatırım projeleri milli gelirde artış sağlamakta, yeni iş olanakları yaratarak istihdamı arttırmakta, piyasalara yeni ürün ve hizmetlerin sunulmasını sağlamakta ve rekabeti artırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi artırmaktadır (Arıkan, 2004: 62-63).

Girişimcilik faaliyetleri sonucu yeni firmaların doğması ürün piyasasındaki rekabetin seviyesini yükselterek kaynakların etkili bir şekilde kullanılması için temel bir itici güç durumundadır (OECD, 2003: 38). Girişimcilerin sürekli fırsatları kovalamaları kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını yani, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlarına aktarılmasını sağlamaktadır (TÜSİAD, 2002: 42).

Girişimcilik üretim sürecini ve bu süreçte inovasyonun kullanımını ve yayılımını hızlandırmaktadır. Bu inovasyon süreci büyümenin güçlendirilmesinde de temel teşkil etmektedir (OECD, 2003: 38). Girişimcilik ile yapılan araştırmalarda özellikle küçük girişimsel firmaların yenilik faaliyetlerinde sürükleyici bir lokomotif görevi gördüğünü göstermektedir. Çünkü girişimsel küçük firmalar bilginin diğer firmalara, diğer sektörlere ve diğer bölgelere taşmasını ve yayılmasını sağlayan mekanizmalardan biridir. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetleri bilginin yayılmasını kolaylaştırıp, ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır (Audretsch ve Thurik, 2001: 14-16).

Girişimcilik bölgesel kalkınmada da önemli bir rol üstlenmektedir. Bölgesel veri ve analizlere bakıldığında, bölgesel bir kalkınma stratejisi olarak girişimciliğin teşvik edilmesi gerektiği çıkarımı yapılabilir. Bölgesel kalkınma stratejilerinin en önemlilerinden biri girişimciliğin, yatırım yapmayı cezp etme çalışmaları yoluyla canlandırılmasıdır (OECD, 2003: 39). Hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte olan ülkelerin yaşamış olduğu temel sorunlarda biri bölgelerarası gelişmişlik farkları sorunudur. Geri kalmış bölgeleri canlandırmak için yegâne çare olarak ise girişimcilik görülmektedir. Azgelişmiş bölgeler için, sermayenin bu bölgelere kaydırılarak, yatırımların gelişmeye ve büyümeye elverişli olması için, bu bölgelerin cazip hale getirilmesi gerekmektedir. Bunun içinde bu bölgelerde girişimcilik faaliyetlerin artırılması için devletlerin ve uluslararası kuruluşların gerekli altyapı yatırımlarının yapılmasına yönelik teşvik etmesi ve destek vermesi gerekmektedir (Çelik, 2006: 469-470).

Girişimcilik faaliyetleri bölgelerde yeni firmaların doğmasını sağlamaktadır. Yeni firmaların doğmasının ise yerel ekonomik kalkınmaya istihdam, vergi geliri artışı, bölgesel cazibenin yükselmesi ve bölgesel canlanma ve en önemlisi hizmet sunumun artışına paralel bölgesel gelirin bölge içinde kalması gibi stratejik etkiler sağlamaktadır (OECD, 2003:43-45).

4. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ TİPOLOJİ TARTIŞMALARI

Girişimsel süreç karmaşık, girişimcilik çok farklı türden insanları kapsamaktadır. Fakat geçmiş yıllardaki girişimcilik araştırmaları ile ilgili çalışmaların temel yönelimi ve bir çok çalışma girişimcileri oldukça dar bir modelde kullanmışlardır. Bu anlamda girişimsel farklılıkları ayırmaya oldukça az dikkat edilmiştir (Landström, 2005: 275). Fakat son yıllarda girişimcilikle ilgili tipoloji tartışmaları alandaki bu eksikliği gidermek için oldukça önem arz etmektedir. Bu anlamda literatüre bakıldığında birçok araştırmacı farklı farklı girişimci tipleri öne sürmektedir. Literatürdeki bu tipoloji farklılığı, girişimcilerin demografik özellikleri, psikolojik özellikleri veya iş stratejileri gibi farklı özelliklerinin kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Rauch ve Frese, 2000: 118).

Girişimciler bir takım yönleriyle birbirlerine benzememektedirler. Farklılıklar onların sadece geçmişlerini kapsamamaktadır. Bunun yanında onların motivasyonunu ve firmalar için beklentilerini de kapsamaktadır. Tipolojiler girişimciliği anlamak için son derece önemlidir. Çünkü girişimciler çoğunlukla niteliksel olarak birbirlerinden farklı kombinasyonlardan meydana gelmektedir. Ek olarak tipolojiler potansiyel girişimci profillerinin kontrol edilebilirliğini azaltmaktadır. Dolayısıyla tipolojiler girişimcilerin tanımında oldukça az detay verebilirken karmaşık bir fenomen içerisindeki modelleri tanımlamaya imkan veren düzenleme yönünde bir çeşitlilik sağlamaktadır. Ayrıca girişimsel davranışın ve performansın tahmini belirli tipolojilere dayandırılarak daha iyi yapılabilir (Landström, 2005: 275).

Tipolojiler bizim küçük ölçekli girişimler hakkındaki bilgimizi geliştirmektedir. Çünkü onlar girişimcilerin tanımına ve girişimcilerin davranışına katkı sağladığı gibi teorik yapıya da katkı sağlamaktadır (Rauch ve Frese, 2000: 120). Girişimcilerin farklı niteliksel özelliklere sahip olması, girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir. Girişimci tipolojisi girişimcilerin hangi açılardan eksik olduğunu ve hangi yönlerden stratejik üstünlüklerinin bulunduğunu sergilemektedir. Dolayısıyla da her bölgede veya ülkede girişimci tipolojisinin oluşturulması politika yapıcılar için önemli bir kaynak niteliğindedir (Dulupçu ve diğerleri, 2007: 74).

Girişimcilikle ilgili literatürde birçok tipolojiler ortaya konmuştur. Bunlar arasında muhtemelen en bilineni Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu sınıflandırmadır. Norman Smith, 1967 yılında yapmış olduğu çalışmasında girişimcileri "esnaf girişimci" (craftsman entrepreneurs) ve

“fırsatçı girişimci” (opportunistic entrepreneurs) olarak iki tipe ayırmıştır. Esnaf girişimci; işçilik deneyiminden gelmiş, düşük bir eğitim seviyesine sahip, yönetim becerisi olmayan ve finansal kaynakları kişisel birikimleri ile akraba ve arkadaşlarından aldığı paralarla sınırlı olan bir girişimci tipidir. Esnaf girişimciler esnek olmayan katı firmalara sahip olma eğilimindedirler. Buna karşın fırsatçı girişimci; orta sınıf bir geçmişe sahip, daha geniş bir eğitim almış, yönetim deneyimi olan, yeni fırsatları görebilen, çok yenilikçi ve çok çeşitli stratejiler geliştirebilen, çok çeşitli finansal kaynaklar kullanan bir girişimci tipidir (Rauch ve Frese, 2000: 118). Smith girişimci tipi ve firma tipi arasındaki ilişkiyle de ilgilenmiştir. Smith, esnaf bir girişimci tarafından yönetilen bir firmanın tüketici gruplarındaki değişikliklere katı, ürünlerin küçük, üretim ekipmanlarını bulunmuş olduğu yerden tedarik ettiğini, pazarının yerel veya bölgesel olduğunu keşfetmiştir. Buna karşın fırsatçı girişimcilerin ise daha çok adaptive bir firmayla işe başlama eğiliminde olduklarını öne sürmektedir (Landström, 2005: 44).

Norman Smith’in oluşturmuş olduğu bu girişimci tipolojisinden sonra yapılan farklı tip ayırmaları da bulunmaktadır. Fakat genel olarak bütün bu ayırmalar Smith’in oluşturmuş olduğu esnaf girişimci ve fırsatçı girişimci ayırımını temel almaktadır. Dolayısıyla da Antalya ilinde bir girişimci tipolojisi oluşturabilmek adına ön değerlendirme yapabilmek için, öncelikle mevcut girişimcileri Smith’in öne sürmüş olduğu bu 2 tür girişimci tipine göre sınıflandırmak anlamlı olacaktır.

5. ANTALYA-İSPARTA İLLERİNDE GİRİŞİMCİ TİPLERİNİN İNCELENMESİ

5.1. Araştırmanın Kapsamı ve Özellikleri

Çalışmanın amacı; Antalya ve Isparta illerinde imalat sanayi sektöründeki girişimci tiplerini tespit ederek, kişisel gelişimin girişimci tipleri üzerinde etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Böylelikle iki ilde de imalat sanayi alanında girişimci tipolojisi oluşturmaya yönelik bir ön değerlendirme yapılarak, girişimciliğin nasıl artırılabilmesine ilişkin yapılacak daha sonraki çalışmalara bir altyapı hazırlamak hedeflenmektedir.

Çalışma, Ocak-Ağustos 2007 tarihleri arasında girişimcilerle yapılan yüz yüze görüşmeler ve bu esnada uygulanan anket yöntemine dayanmaktadır. Bu bağlamda görüşülen girişimcilere bir tutum anketi uygulanmıştır.

Araştırmanın anakütlesini Antalya ve Isparta illerinde imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren ve KOSGEB veritabanına kayıtlı olan tüm firmalar oluşturmaktadır. KOSGEB'in 2006 yılı TR61 Antalya Alt Bölgesi (Antalya, Isparta, Burdur) Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporundan alınan verilere göre; Antalya'da 645, Isparta'da ise 216 imalat sanayi firması bulunmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise 2 ilden de rasgele seçilen Antalya'dan 71, Isparta'dan da 50 olmak üzere toplam 121 firmadan oluşmaktadır. Çalışmada örneklem olarak anakütlenin % 10'u hedeflenmiş olup, firma yoğunluğu düşük olan Isparta'da bu oranın % 20'nin üstünde olması hedeflenmiştir. Buna göre firma yoğunluğu yüksek olan Antalya'da anakütlenin % 11'ine, firma yoğunluğu düşük olan Isparta'da ise anakütlenin % 23,1'ine ulaşılmış olup, toplamda anakütlenin % 14,05'ine ulaşılmıştır.

5.2. Girişimci Tipleri ile İlgili Araştırma Bulguları

Bu bölümde Norman Smith'in 1967 yılında yapmış olduğu sınıflandırmaya göre Antalya ve Isparta illerinde girişimci tipolojisi oluşturulmaya çalışılacaktır. Norman Smith, girişimcileri "*esnaf girişimci*" ve "*fırsatçı girişimci*" olarak iki tipe ayırmıştır.

Araştırmada girişimci tiplerinin belirlenmesinde girişimcilerin eğitim seviyesi, işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği, firma yapısı, riske girme eğilimi, fırsatları görebilme düzeyi, belirsizlik durumlarına bakışı, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma süreci dikkate alınmıştır.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak olan ilk değişken girişimcilerin "eğitim seviyesi"dir. Girişimcilerin eğitim seviyesi yükseldikçe fırsatçı girişimci olma meyilleri artarken, eğitim seviyeleri düştükçe esnaf girişimci olma eğilimi artmaktadır. Girişimcilere beşli bir ölçekte (master/doktora, lisans, ön lisans, lise, ilköğretim) eğitim seviyelerinin ne olduğu sorulmuştur. Bu anlamda master/doktora diyenler 1'i, lisans diyenler 2'yi, ön lisans diyenler 3'ü, lise diyenler 4'ü ve ilköğretim diyenler 5'i işaretlemiştir. Buna göre ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar. Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama eğitim seviyesi 2,92 ile ön lisans seviyesinin biraz üstünde olup, bu ildeki girişimciler eğitim seviyelerine göre fırsatçı girişimci özelliği taşımaktadırlar. Isparta'daki girişimcilerin ortalama eğitim seviyesi ise 3,42 ile ön lisans seviyesinin altında kalmış olup, lise seviyesine yakındır. Dolayısıyla da Isparta'daki girişimciler eğitim seviyelerine göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak ikinci değişken girişimcilerin “çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimleri”nin olup olmamasıdır. Girişimcilerin çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi arttıkça esnaf girişimci olma meyilleri artarken; çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi azaldıkça fırsatçı girişimci olma eğilimi artmaktadır. Girişimcilere beşli bir ölçekte (yok, 1 yıldan az, 1-2 yıl, 2-5 yıl, 5 yıldan çok) çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimlerinin olup olmadığı sorulmuştur. Bu anlamda “yok” diyenler 1’i, “1 yıldan az” diyenler 2’yi, “1-2 yıl” diyenler 3’ü, “2-5 yıl” diyenler 4’ü ve “5 yıldan çok” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre yine ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar. Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi 3,14 ile 1-2 yılın biraz üstünde olup, bu ildeki girişimciler çıraklık, kalfalık, ustalık deneyimi göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar. Isparta’daki girişimciler ise 3,38 ortalamayla Antalya’daki girişimcilerle hemen hemen aynı özelliği taşımaktadırlar.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak üçüncü değişken girişimcilerin daha önceden bir “yönetim deneyimlerinin/tecrübeleri”nin olup olmamasıdır. Girişimcilerin yönetim deneyimi arttıkça fırsatçı girişimci olma meyilleri artarken; yönetim deneyimi azaldıkça esnaf girişimci olma meyilimi artmaktadır. Girişimcilere beşli bir ölçekte (5 yıldan çok, 2-5 yıl, 1-2 yıl, 1 yıldan az, yok) daha önceden bir yönetim deneyimlerinin/tecrübelerinin olup olmadığı sorulmuştur. Bu anlamda “5 yıldan çok” diyenler 1’i, “2-5 yıl” diyenler 2’yi, “1-2 yıl” diyenler 3’ü, “1 yıldan az” diyenler 4’ü ve “yok” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre yine ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar. Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama yönetim deneyimi 3,42 ile 1-2 yılın biraz altında olup, bu ildeki girişimciler yönetim deneyimine göre yine esnaf girişimci özelliği taşımaktadırlar. Isparta’daki girişimciler ise 3,94 ortalamayla yaklaşık olarak 1 yıldan az olan bir yönetim deneyimine sahiptirler. Dolayısıyla da Isparta’daki girişimcilerde esnaf girişimci özelliği taşımaya meyillidirler.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak dördüncü değişken girişimcilerin sahip oldukları “finansal kaynak çeşitliliği”dir. Girişimcilerin finansal kaynak çeşitliliği arttıkça fırsatçı girişimci olma meyilleri artarken; finansal kaynak çeşitliliği azaldıkça esnaf girişimci olma meyilimi artmaktadır. Girişimcilere kullanmakta olduğu finansal kaynaklar beşli bir ölçekte (çok çeşitli, çeşitli, normal, sınırlı, çok sınırlı) sınıflandırılmıştır. Bu anlamda finansal kaynak çeşitliliği, “çok çeşitli” olanlar 1’i, “çeşitli” olanlar 2’yi, “normal” olanlar 3’ü, “sınırlı” olanlar 4’ü ve “çok sınırlı” olanlar 5’i

işaretlemiştir. Antalya ilindeki girişimcilerin ortalama finansal kaynak çeşitliliği 3,86 ile sınırlı düzeye yakındır. Antalya’da ki girişimcilerin kaynak çeşitliliğinin sınırlı olması bu anlamda onların esnaf girişimci olma özelliği taşıdığının bir göstergesidir. Isparta’daki girişimciler ise 3,32 ortalamaıyla Antalya’ya göre daha iyi bir kaynak çeşitliliğine sahiplerdir. Fakat bu ildeki girişimcilerin de finansal kaynak çeşitliliği çok iyi olmadığı için, finansal kaynak çeşitliliğine göre esnaf girişimci özelliği taşımaktadır.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak diğer değişkenler girişimcilerin firma yapısı, riske girme eğilimi, fırsatları görebilme düzeyi, belirsizlik durumlarına bakış açısı, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma sürecidir. Bu değişkenlerin girişimci tipleri üzerindeki etkisini ölçebilmek için girişimcilere katılıp katılmama konusunda beşli bir ölçekte (hiç katılmıyorum, kısmen katılmıyorum, kararsızım, kısmen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) cevap verebilecekleri çeşitli sorular sorulmuştur. Bu anlamda bu sorulara “hiç katılmıyorum” diyenler 1’i, “kısmen katılmıyorum” diyenler 2’yi, “kararsızım” diyenler 3’ü, “kısmen katılıyorum” diyenler 4’ü ve “kesinlikle katılıyorum” diyenler 5’i işaretlemiştir. Buna göre 1’e yakın cevap veren girişimciler fırsatçı girişimci tipine yakın iken, 5’e yakın cevap veren girişimciler esnaf girişimci tipine daha yakındır. Dolayısıyla da ortalama 3 olduğu için ortalamanın altında kalanlar fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik taşıırken, ortalamanın üstünde olanlar ise esnaf girişimci olma özelliği taşımaktadırlar.

Antalya ilindeki girişimcilerin firma yapısı 2,92 ile ortalamanın altında olduğu için esnek bir yapı arz etmektedir. Dolayısıyla da firma yapısına göre bu ildeki girişimciler fırsatçı girişimci olmaya daha yakındırlar. Isparta’daki girişimciler ise finansal kaynak çeşitliliğinde olduğu gibi firma yapısında da Antalya’ya göre daha iyi olup, 2,18 ortalamaıyla daha esnek bir yapıya sahiptirler ve bu yüzden de fırsatçı girişimci özelliği taşımaktadırlar.

Girişimcilerin riske girme eğilimine bakıldığında, Antalya’daki girişimciler 2,13 ortalamaıyla “bir işin başarısızlığa uğrama olasılığı varsa o işe hiç girilmemelidir” sorusuna kısmen katılmıyorum’a yakın bir cevap vererek, fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedirler. Isparta’daki girişimciler ise riske girme konusunda Antalya’daki girişimcilere göre daha temkinli olup, 3,14 ortalamaıyla esnaf girişimci tipine daha yakındırlar.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak yedinci değişken girişimcilerin fırsatları görebilme düzeyidir. Fırsatları görebilme düzeyi yüksek olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, fırsatları görebilme düzeyi düşük olan girişimciler ise esnaf

girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir. 3,68 ortalamayla Antalya'daki girişimciler fırsatları görebilme düzeyi açısından esnaf girişimci tipine yakın bir özellik taşımaktadırlar. Isparta'daki girişimciler ise, fırsatları görebilme açısından 4,44 ortalamayla Antalya'dakilere göre daha kötü olup yine esnaf girişimci tipi özelliği taşımaktadırlar.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak sekizinci değişken girişimcilerin belirsizlik durumlarına bakış açısıdır. Antalya'daki girişimciler 2,75 ortalamayla belirsizlik durumlarının kendileri için yeni fırsatların yarattığı anlamına gelen bir cevap vermişlerdir. Dolayısıyla da Antalya'daki girişimciler bu konuyla ilgili fırsatçı girişimci tipi özelliği arz etmektedirler. Isparta'daki girişimciler ise bu konuyla ilgili olarak 3,10 ile ortalamanın biraz üstünde oldukları için yine esnaf girişimci olmaya daha yakındırlar.

Girişimciler yeniliğe bakışı açısından değerlendirildiğinde, yeniliğe bakışı yüksek olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, yeniliğe bakışı düşük olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir. Girişimcilerin yeniliğe bakışını ölçmeye yönelik “yeni stratejiler oluşturmak ve yeni bir şeyler üretmektense, mevcut durumu muhafaza etmek daha önemlidir” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, her iki ilde de yeniliğe bakışın yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla da her iki ildeki girişimcilerin de yeniliğe bakış açısından fırsatçı girişimci tipine yakın bir düşünce yapıları vardır.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak diğer bir değişken girişimcilerin kişisel yapısıdır. Esnek bir yapıya sahip olan girişimciler fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken, katı bir yapıya sahip olan girişimciler ise esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir. Antalya'daki girişimciler 2,61 ortalamayla esnek bir kişilik yapısına yakın oldukları için, fırsatçı girişimci tipi özelliği taşımaktadırlar. Isparta'daki girişimciler ise Antalya'dakilere göre katı bir kişisel yapıya sahiptirler. Dolayısıyla da 3,08 ortalamayla esnaf girişimci tipine yakın bir özellik arz etmektedirler.

Girişimci tipolojisini oluşturmada kullanılacak son değişken girişimcilerin karar alma sürecidir. Kararlarını sadece bugüne yani günün şartlarına göre alan girişimciler esnaf girişimci olma yönünde bir özellik arz ederken; kararlarını alırken özellikle geleceği düşünmekle beraber geçmiş, geleceği ve bugünü bir bütün olarak değerlendirip buna göre kararlarını oluşturan girişimciler ise fırsatçı girişimci olma yönünde bir özellik arz etmektedir. Antalya'daki girişimciler 2,25 ortalamayla kararlarını geleceğe odaklanarak almakla birlikte, geçmiş ve bugünü de düşünüp buna göre hareket etmektedirler. Dolayısıyla da fırsatçı girişimci tipine daha yakındır.

Isparta'daki girişimciler ise kararlarını alırken daha çok günün şartlarına uygun olarak hareket etmektedirler. Bir diğer ifadeyle günü kurtarmaya yönelik ve bugün nasıl ayakta kalabilirim düşüncesiyle hareket etmektedirler. Yani karar alma sürecine göre değerlendirildiğinde Isparta'daki girişimciler esnaf girişimci tipine daha yakındırlar.

Girişimci tipini belirlemeye yönelik yukarıda bahsedilen 11 temel değişken bütünlük olarak değerlendirildiğinde Antalya'daki ve Isparta'daki girişimcilerin hangi girişimci tipine daha yakın olduklarına yönelik bir çıkarım sağlanabilir.

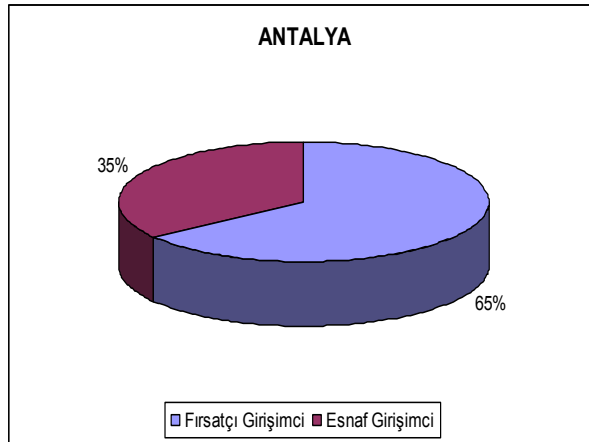
Tablo 1. Girişimci Tipleri

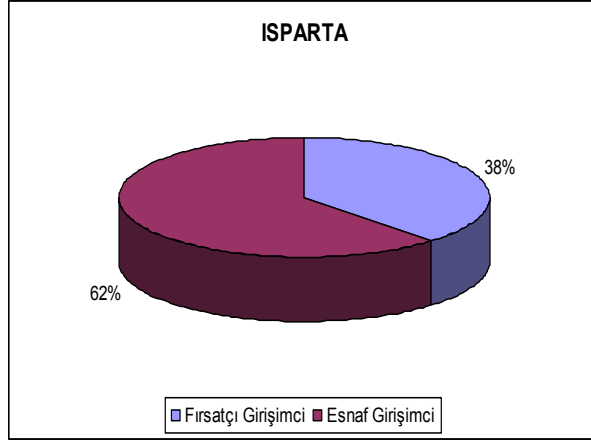
	ANTALYA		ISPARTA	
	Ortalama	Girişimci Tipi	Ortalama	Girişimci Tipi
Eğitim Seviyesi	2,92	Fırsatçı Girişimci	3,42	Esnaf Girişimci
İşçilik Deneyimi	3,14	Esnaf Girişimci	3,38	Esnaf Girişimci
Yönetim Deneyimi	3,42	Esnaf Girişimci	3,94	Esnaf Girişimci
Kaynak Çeşitliliği	3,86	Esnaf Girişimci	3,32	Esnaf Girişimci
Firma Yapısı	2,92	Fırsatçı Girişimci	2,18	Fırsatçı Girişimci
Riske Girme	2,13	Fırsatçı Girişimci	3,14	Esnaf Girişimci
Fırsatları Görebilme	3,68	Esnaf Girişimci	4,44	Esnaf Girişimci
Belirsizlik Durumları	2,75	Fırsatçı Girişimci	3,10	Esnaf Girişimci
Yeniliğe Bakışı	1,69	Fırsatçı Girişimci	1,84	Fırsatçı Girişimci
Kişisel Yapısı	2,61	Fırsatçı Girişimci	3,08	Esnaf Girişimci
Karar Alma Süreci	2,25	Fırsatçı Girişimci	3,38	Esnaf Girişimci
ORTALAMA	2,85	Fırsatçı Girişimci	3,20	Esnaf Girişimci

Antalya'daki girişimciler işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği ve fırsatları görebilme açısından esnaf girişimci tipine daha yakın özellikler sergilerken; eğitim seviyesi, firma yapısı, riske girme eğilimi, belirsizlik durumlarına bakış açısı, yeniliğe bakışı, kişisel yapısı ve karar alma sürecine göre ise fırsatçı girişimci tipine yakın özellikler sergilemektedir. Bir diğer ifadeyle girişimci tipolojisini oluşturmaya yönelik sorulmuş olan 11 temel değişkenin 7'sine Antalya'daki girişimciler fırsatçı girişimci tipine yakın bir cevap verirken, diğer 4 değişkene ise esnaf girişimci tipine yakın cevap vermiştir. Dolayısıyla da Antalya'daki girişimciler genel olarak fırsatçı girişimci tipine yakın bir özellik arz etmektedir. Bu anlamda Antalya'daki girişimcilerin yaklaşık olarak % 65'i fırsatçı girişimci niteliğinde iken kalan % 35'i esnaf girişimci niteliğindedir.

Isparta'daki girişimciler ise firma yapısı ve yeniliğe bakışı açısından fırsatçı girişimci tipine yakın cevaplar verirken, eğitim seviyesi, işçilik deneyimi, yönetim deneyimi, finansal kaynak çeşitliliği, riske girme eğilimi, fırsatları görebilme düzeyi, belirsizlik durumlarına bakış açısı, kişisel yapısı ve karar alma sürecine göre esnaf girişimci tipine yakın cevaplar vermektedir. Yani Isparta'daki girişimciler 11 değişkenin 2'sinde fırsatçı girişimci çıkarken, kalan 9'unda esnaf girişimci çıkmaktadır. Dolayısıyla da bu ildeki girişimciler esnaf girişimci tipine daha yakın özelliklere sahiptir. Isparta'daki girişimcilerin % 62'si esnaf girişimci niteliğinde iken, % 38'i fırsatçı girişimci niteliğindedir.

Şekil 1. Girişimci Tiplerinin Dağılımı





5.3. Girişimci Tipleri ile İlgili Araştırma Hipotezleri

Bu kısımda, kişisel gelişimin girişimci tiplerinin üzerinde etkisi olup olmadığı T-Testi kapsamında test edilecektir. Buna göre; araştırma kapsamında test edilecek temel hipotez ve alternatif hipotezler şu şekildedir:

1. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları aşağıda Tablo 2.'de yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alan 21 girişimci bulunurken, herhangi bir eğitim, kurs veya sertifika almayan 50 girişimci bulunmaktadır. Eğitim alan girişimcilerin, sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,6457 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, herhangi bir eğitim, kurs veya sertifika almayan girişimcilerin puan ortalaması ise 2,9368'dir. Bu bağlamda; Antalya'da girişimcilikle ilgili eğitim kurs, sertifika alanların fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Isparta'daki girişimcilerin girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alıp alıp almamaları durumuna bakıldığında ise 9 girişimci girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika almışken, 41 girişimci

almamıştır. Girişimcilikle ilgili eğitim alanların girişimcilik puanlarının ortalaması 2,9189 iken, almayanların 3,2639'dur. Bu bağlamda; Isparta'da da, girişimcilikle ilgili eğitim alanlar Antalya'daki gibi fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Tablo 2. Girişimcilikle İlgili Eğitim Almanın Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Eğitim, Kurs, Sertifika	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	21	2,6457	,3486	7,606E-02
	HAYIR	50	2,9368	,5699	8,060E-02
ISPARTA	EVET	9	2,9189	,7494	,2498
	HAYIR	41	3,2639	,6247	9,757E-02

Eğitimin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 3.'de yer almaktadır. Buna göre; Antalya'da Sig. 2 tailed değeri 0,033'tür. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin girişimcilikle ilgili eğitim, kurs, sertifika almalarının fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur) reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; girişimcilik ile ilgili eğitim, kurs veya sertifika alanlar ile almayanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; eğitim alanlar ile eğitim almayanlar arasında -0,2911'lik bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Girişimcilikle İlgili Eğitim Almanın Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	8,09	,00	,033	-,2911	,1341
ISPARTA	,831	,366	,154	-,3450	,2382

Isparta'da ise Sig. 2 tailed değeri 0,154'dür. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta'da girişimcilikle ilgili eğitim, kurs veya sertifika alanlar ile almayanlar arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

2. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi vardır.

Antalya’da yabancı dil bilen girişimci sayısı 40 iken, yabancı dil bilmeyen girişimci sayısı 31’dir. Yabancı dil bilen girişimcilerin, sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,6870 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, yabancı dil bilmeyen girişimcilerin puan ortalaması ise 3,0619’dur. Bu bağlamda; Antalya’da yabancı dil bilen girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Isparta’daki girişimcilerin yabancı dil bilip bilmemeleri durumuna bakıldığında ise 18 girişimci yabancı dil bilen, 32 girişimci yabancı dil bilmemektedir. Yabancı dil bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 3,0056 iken, bilmeyenlerin 3,3122’dur. Bu bağlamda; Isparta’da da, yabancı dil bilen girişimcilerin bilmeyenlere göre fırsatçı girişimci olmaya yatkın oldukları söylenebilir.

Tablo 4. Yabancı Dil Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Yabancı Dil	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	40	2,6870	,4917	7,774E-02
	HAYIR	31	3,0619	,5071	9,108E-02
ISPARTA	EVET	18	3,0056	,6860	,1617
	HAYIR	32	3,3122	,6196	,1095

Yabancı dil bilmenin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları bakıldığında, Antalya’da Sig. 2 tailed değeri 0,002’tür. Bu rakam, 0,05 değerinden küçük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin yabancı dil bilmelerinin fırsatçı girişimci olmalarında etkisi yoktur) reddedilmiştir ve H_a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Mean Difference rakamına bakıldığında; yabancı dil bilenler ile bilmeyenler arasında -0,3749’luk bir fark olduğu görülmektedir.

Isparta'da ise Sig. 2 tailed değeri 0,113'tür. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta'da yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 5. Yabancı Dil Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	,739	,393	,002	-,3749	,119
ISPARTA	,676	,415	,113	-,3066	,189

3. Hipotez:

H_0 = Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur.

H_a = Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi vardır.

Yapılan analiz ile ilgili olarak gruplandırma sonuçları göre; Antalya'da bilgisayar kullanmayı bilen girişimci sayısı 64 iken, bilgisayar kullanmayı bilmeyen girişimci sayısı 7'dir. Bilgisayar kullanmayı bilen girişimcilerin, sorulan sorular yardımıyla hesaplanan girişimcilik puanlarının ortalaması 2,8130 olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, bilgisayar kullanmayı bilmeyen girişimcilerin puan ortalaması ise 3,1957'dir. Bu bağlamda; Antalya'da bilgisayar kullanmayı bilen girişimcilerin fırsatçı girişimci olmaya daha yatkın oldukları söylenebilir.

Isparta'daki girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilip bilmemeleri durumuna bakıldığında ise 40 girişimci bilgisayar kullanmayı bilenken, 10 girişimci bilgisayar kullanmayı bilmemektedir. Bilgisayar kullanmayı bilenlerin girişimcilik puanlarının ortalaması 3,1137 iken, bilmeyenlerin 3,5540'dır. Bu bağlamda; Isparta'da bilgisayar kullanmayı bilen girişimciler, bilgisayar kullanmayı bilmeyenlere göre fırsatçı girişimci olmaya daha eğilimlidirler.

Tablo 6. Bilgisayar Kullanmayı Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (Grup İstatistikleri)

	Bilgisayar Kullanma	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ANTALYA	EVET	64	2,8130	,5287	6,608E-02
	HAYIR	7	3,1957	,4213	,1592
ISPARTA	EVET	40	3,1137	,6656	,1052
	HAYIR	10	3,5540	,4892	,1547

Bilgisayar kullanmayı bilmenin, fırsatçı girişimci olma üzerinde istatistiksel açıdan önemli bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeye yönelik olarak yapılan t testi sonuçları aşağıda Tablo 7’de yer almaktadır. Buna göre; Antalya’da Sig. 2 tailed değeri 0,069’dur. Bu rakam, 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi (Girişimcilerin bilgisayar kullanmayı bilmelerinin fırsatçı girişimci olmaları üzerinde etkisi yoktur) kabul edilmiştir. Buna göre; yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Isparta’da ise Sig. 2 tailed değeri 0,056’dır. Bu rakam, yine 0,05 değerinden büyük olduğu için, analizde H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; Isparta’da yabancı dil bilen ve bilmeyen girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 7. Bilgisayar Kullanmayı Bilmenin Fırsatçı Girişimci Olmaya Etkisi (T-Testi)

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	Sig. (2 tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ANTALYA	,514	,476	,069	-,3827	,2071
ISPARTA	1,276	,264	,056	-,4403	,2250

6. SONUÇ

Günümüz dünyasında bir ülkenin veya bölgenin sosyal ve ekonomik kalkınması için, girişimcilik ruhuna sahip bireylerin toplumda kendilerini gerçekleştirebilmeleri gerekmektedir. Çünkü girişimcilik artık yenilik, rekabet, verimlilik, kalite ve istihdam kavramlarıyla birlikte kullanılmaktadır. Yani girişimciliğin artması demek; yeniliğin, rekabetin, verimliliğin, kalitenin ve istihdamın artması, dolayısıyla da ekonomik kalkınmanın hızlanması demektir. Bu yüzden girişimciliği arttırmaya yönelik uygulanan politikalar oldukça önem arz etmektedir.

Girişimciler farklı niteliksel özelliklere sahiplerdir. Girişimciler arasındaki bu farklılıklar, girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için oldukça önem arz etmektedir. Girişimci tipolojisi girişimcilerin hangi açılardan eksik olduğunu ve hangi yönlerden stratejik üstünlüklerinin bulunduğu sergilemektedir. Dolayısıyla da her bölgede girişimci tipolojisinin oluşturulması politika yapımcılar için önemli bir kaynak niteliğindedir. Çalışmada incelenen Antalya'daki girişimcilerin tip özelliklerine bakıldığında, girişimciler genel olarak fırsatçı girişimci tipi özelliği arz etmektedirler. Fakat yine de tam anlamıyla bölgedeki girişimcileri fırsatçı girişimci olarak nitelendiremeyiz. Çünkü sadece girişimcilerin esnaf girişimci tipi özelliklerine göre fırsatçı girişimci tipi özellikleri biraz daha ağır basmaktadır. Bir bakıma Antalya'da girişimciliğin gelişmesine yönelik bir kıpırdama vardır. Dolayısıyla da bölgede girişimciliğin gelişmesi için öncelikle kamunun bu yönde teşvik edici tedbirler alması gerekmektedir.

Isparta'daki girişimcilere bakıldığında ise girişimciler esnaf girişimci tipi özelliği arz etmektedirler. Yani bu bölgedeki girişimciler yeni bir şeyler üretmek, yeni alanlara açılmak, hep fırsat peşinde koşmak yerine sadece mevcut durumlarını koruma mücadelesini vermektedirler. Girişimcilerin bu yapısı ise ilin ekonomisine bariz bir şekilde yansımaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı ilde sanayi sektöründen çok tarım ve hizmet sektörü gelişmiştir. Oysaki bölgesel kalkınmanın en hızlı yollarından biri girişimciliğin gelişmesi ve sanayileşmedir.

Kişisel gelişim girişimci tipinin oluşmasında rol oynayan önemli faktörlerden biridir. Kişisel gelişime yönelik alınan eğitim ve kurslar, girişimci düşüncenin olgunlaşarak daha sağlam temeller üzerine kurulmasını sağlamaktadır. Girişimcinin yabancı dil, bilgisayar kullanma, iş fikrini hayata geçirme, yöneticilik ve liderlik gibi alanlarda almış olduğu çeşitli eğitimler daha analitik düşünmesine ve bu şekilde davranmasını sağlamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre Antalya’da formal eğitimleri dışında girişimcilğe yönelik eğitim alan ve almayan girişimciler arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre eğitim alan girişimciler daha fazla fırsatçı girişimci tipi özelliği sergilemektedir. Yine yabancı dil bilen girişimciler de fırsatçı girişimci tipi özelliği taşımaktadırlar. Bu iki unsur kişisel gelişimin girişimci tipinin şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bilgisayar kullanma açısından değerlendirildiğinde ise, kişinin bilgisayar kullanmayı bilmesinin veya bilmemesinin onun girişimci karakteri üzerinde ayırt edici bir etkisi olmadığı görülmektedir. Isparta’da ise üç unsurunda kişilerin girişimci tipi üzerinde ayırt edici etkisinin olmadığı görülmektedir. Bölgesel gelişmede etkili olan unsurlar da muhtemelen girişimcilik üzerinde etkili olmaktadır. Hatta bu perspektifte bölgesel kültürel özelliklerin de girişimciliğin doğasını etkilediğinden bahsedilebilir. Nitekim Isparta ve Antalya’nın ağbağlaşma ve işbirliği özelliklerini inceleyen bir çalışmada (Dulupçu ve diğerleri, 2007) Isparta’nın bu değişkenler açısından Antalya’nın gerisinde kaldığı gözlenmiştir. Bu bağlamda aile işlemciliği ve bölgesel işbirliği atmosferi gibi unsurların girişimcilerin bireysel gelişimlerine rağmen pozitif etki doğurmasının önünde engel olduğu kanısını güçlendirmektedir. Elbette ki girişimcilik gibi kompleks bir olguyu sadece birkaç faktöre dayanarak açıklamak mümkün değildir. Ancak gözlemlenen olgulardaki farklılıklar Isparta’daki girişimcilerin farklılaşması konusunda yol gösterici olduğu da bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- ADAMAN, Fikret ve DEVINE, Pat; (2002), “A Reconsideration of the Theory of Entrepreneurship: A Participatory Approach”, **Review of Political Economy**, Vol: 14, No: 3.
- AIDIS, Ruta; (2003), **Entrepreneurship and Economic Transition**, Tinbergen Institute Discussion Paper, Amsterdam.
- ALADA, A. Dinç; (2001), “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, **İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No: 23-24, Ekim 2000 – Mart 2001.
- ARIKAN, Semra; (2004), **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- AUDRETSCH, David B. ve THURIK, Roy; (2001), **Linking Entrepreneurship To Growth**, OECD Science, Technology and Industry Working Papers 2001/2.
- BROUWER, Maria; (2001), “Entrepreneurship and Uncertainty: Innovation and Competition Among The Many”, **Small Business Economics**, Vol: 15, Kluwer Academic Publishers.
- BROUWER, Maria; (2002), “Weber, Schumpeter and Knight on Entrepreneurship and Economic Development”, **Journal of Evolutionary Economics**, Vol: 12.
- CASSON, Mark; (2003), **The Entrepreneur An Economic Theory**, Edward Elgar Publishing, Second Edition, Northampton.
- CUERVO, Alvaro; (2005), “Individual and Environmental Dederminants of Entrepreneurship”, **International Entrepreneurship and Management Journal**, 1.
- ÇELİK, Abdulhalim; (2006), “Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik”, **Uluslararası Girişimcilik Kongresi**, Kırğızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 25-27 Mayıs, Bişkek.

ÇONKAR, Kemalettin ve İLTER, Berfu; (2004), “Ülke Kalkınmasında Girişimcilik ve Entelektüel Sermaye Boyutu”, **Türk Dünyaları Araştırması Sempozyumu**, Kırgızistan, 13-15 Haziran 2004.

DRUCKER, Peter F.; (1995), **Innovation and Entrepreneurship**, Butterworth Heinemann, London.

DULUPÇU, Murat Ali, SUNGUR, Onur, DEMİRGİL, Hakan, ŞENTÜRK, Canan, ÖZKUL, Gökhan ve SEZGİN, Aykut; (2007), **Yenilik, İşbirliği ve Girişimcilik: Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya-Isparta-Burdur İBBS TR61) KOBİ'lerinin Tutumlarının Değerlendirilmesi**, Edit: M.A. DULUPÇU ve O. SUNGUR, Ankara.

FORMAINI, Robert L.; (2001), “The Engine Of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory”, **Economic and Financial Review**, Fourth Quarter 2001.

GRABEL, Thomas, PYKA, Andreas ve HANUSCH, Horst; (2003), “An Evolutionary Approach To The Theory of Entrepreneurship”, **Industry and Innovation**, Vol: 10, No: 4.

HANUSCH, Horst ve PYKA, Andreas; (2005), “Principles of Neo-Schumpeterian Economics”, **Volkswirtschaftliche Diskussionsreihe**, Beitrag Nr. 278, September.

HEBERT, Robert F. ve LINK, Albert N.; (2006), “The Entrepreneur As Innovator”, **Journal of Technology Transfer**, Springer Science.

İRAZ, Rıfat; (2005), **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi'ler**, Çizgi Kitabevi, Konya.

KOSGEB; (2006), **Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporu TR61 Antalya Alt Bölgesi (Antalya, Isparta, Burdur)**, Ankara.

LANDSTRÖM, Hans; (2005), **Pioneers In Entrepreneurship And Small Business Research**, Springer Science.

MONTANYE, James A.; (2006), “Entrepreneurship”, **The Independent Review**, Vol: 10, N:4.

MÜFTÜOĞLU, Tamer ve DURUKAN, Tülin; (2004), **Girişimcilik ve Kobi'ler**, Gazi Kitabevi, Ankara.

NIJKAMP, Peter; (2003), “Entrepreneurship in a Modern Network Economy”, **Regional Studies**, Vol: 37, No: 4.

O'FARRELL, Patrick N.; (1985), “Entrepreneurship and Regional Development: Some Conceptual Issues”, **Regional Studies**, Vol: 20, No: 6.

OECD; (2003), **Entrepreneurship and Local Economic Development**, OECD, Fransa.

OĞUZ, Fuat; (2005), “Schumpeter'den Baumol'a Girişimcilik Anlayışı Üzerine”, **Piyasa**, Cilt: 4, Sayı: 13.

OĞUZTÜRK, Bekir Sami; (2003), **Bölgesel Kalkınmada Yenilikçiliğin Rolü ve Göller Bölgesi Üzerine Bir Uygulama**, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

PHILIPSEN, Kiristian; (1998), “Entrepreneurship As Organizing” **DRUID Summer Conference**, Bornholm.

PRAAG, C. Mirjam van; (2005), **Successful Entrepreneurship Confronting Economic Theory With Empirical Practice**, Edward Elgar, Northampton, USA.

RAUCH, Andreas ve FRESE, Michael; (2000), “Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings”, In C.L. Cooper ve I.T. Robertson (Eds.), **International Review of Industrial and Organizational Psychology**, Chichester: Wiley.

REYNOLDS, Paul D.; (1991), “Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions”, **Entrepreneurship, Theory and Practice**, Vol: 16, No: 2.

SCHAUER, Kelly G. ve SCOTT, Linda R.; (1991), “Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol: 16, No: 2.

SCHUMPETER, Joseph Aloise; (1934), **The Theory of Economic Development**, Transaction Publishers, London, 1996.

SCIASCIA, Salvatore ve DE VITA, Riccardo; (2004), **The Development of Entrepreneurship Research**, Liuc Papers, n. 146, Serie Economia Aziendale 19.

SHANE, Scott; (2000), “Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities” **Organization Science**, Vol. 11, No. 4, July–August 2000.

TOP, Seyfi; (2006), **Girişimcilik Keşif Süreci**, Beta Yayınları, İstanbul.

TOSUNOĞLU, B. Tuğberk; (2003), **Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri**, T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

TÜSİAD; (2002), **Türkiye’de Girişimcilik**, TÜSİAD, Yayın No: 12 / 340, İstanbul.