



Makale Başvuru/Kabul Tarihleri:
Received/Accepted Dates:
25.05.2019/20.06.2019

Cilt 6, Sayı 12, Yıl 2019

Girişimcilikte Sosyal Sermayenin Rolü: Başarılı Girişimciler Üzerine Nitel bir Değerlendirme

Dr. Levent VURGUN

ORCID: [0000-0002-6762-4438](https://orcid.org/0000-0002-6762-4438)

leventvurgun@gmail.com

Özet

Günümüzde girişimcilikte başarılı olabilmek için bazı şartları dikkate almamız gerekir: Girişimcilik fırsatlarını görebilmek ve değerlendirebilmek, risk ve belirsizlikleri yönetebilmek ve yenilikçilik bu şartların başlıcalarıdır. Ülkemizdeki piyasalardaki beirsizliğe ve yüksek risk oranları sebebiyle sosyal sermaye (ağlar) girişimciler için önem kazanmaktadır. Sosyal sermaye ve ağlar yardımıyla, girişimciler gerekli açık ve gizli (örtük) bilgiye ulaşabilir. Özellikle bilgi ekonomisinden dolayı sosyal sermayenin önemi giderek artmaktadır. Bu çalışmada başarılı olmuş ve büyük ölçekli işletme sahibi olan girişimcilerle yapılan yarı açık uçlu mülakatların analizi yapılacaktır. Yapılan analizler sonucunda, girişimcilerin başarılı olması için kullanabilecekleri faktörler arasında sosyal sermayenin, ülkemizde güven konusunda yaşanan problemlerden dolayı, yeterince kullanılmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Entellektüel Sermaye, Girişimcilikte başarı faktörleri, Sosyal Sermaye ve Ağlar.

The Role of Social Capital in Entrepreneurship: A Qualitative Research on Successful Entrepreneurs

Abstract

In order to be successful in entrepreneurship today, we need to consider some conditions: to see and evaluate entrepreneurship opportunities, to manage risks and uncertainties, and to innovate. Social capital (networks) is especially important for entrepreneurs because of the insecurity in the markets in our country and the high-risk rates. With the help of social capital and networks, entrepreneurs can reach the necessary explicit and implicit (confidential) information. Especially, the importance of social capital is increasing due to knowledge economy. In this study, semi-open-ended interviews with entrepreneurs who have been successful and have large-scale enterprises will be analysed. As a result of the analyses made, it can be seen that the social capital cannot be used sufficiently because of the problems experienced in trust in our country.

Key Words: Entrepreneurship, Intellectual Capital, Entrepreneurship Success Factors, Social Capital and Networks, Trust.

GİRİŞ

Girişimcilik denildiğinde, genel olarak, değişen çevresel faktörlere uyum sağlayabilme, fırsatları herkesten önce görebilme ve bu fırsatları ekonomik faaliyete dönüştürebilme becerisi anlaşılmaktadır. Girişimcilik kavramını ilk defa 18. yüzyılın başlarında ortaya atan Richard Cantillon, girişimciliği “henüz belirlenmemiş bir fiyat üzerinden ticareti yapılan üretim faktörlerini üreten ve temin eden kişilerin (girişimcilerin) yaptıkları ticari faaliyet” olarak ifade etmiştir (Murphy, 1986). Günümüze kadar temelde aynı anlayış geçerli olsa da girişimcilik faaliyetleri, zaman içinde ciddi bir dönüşüm geçirmiştir. Toplumun ihtiyacını önceden fark edebilen ve öngörebilen girişimciler, toplumun ihtiyacını karşılayabilmek için ticari faaliyetlere girerler ve toplumun ihtiyaçlarını sezebilen, hesaplayabilen ve bu ihtiyacı karşılayabilmek amacıyla ticari bir girişimi başlatabilen kişilerdir. Girişimciler, üretim faktörlerini bir araya getirebilme becerisine sahip olan ve risk alabilen hatta zararı göze alabilen kişiler olarak tanımlanmaktadır (Marangoz, 2012: 3-4). Bir başka ifadeyle, girişimciler,

kar elde edebilmek amacıyla, sahip oldukları ve temin ettikleri maddi ve sosyal sermayeyi, emeğini kullanan ve bunları riske edebilen kişilerdir. En geniş anlamda, girişimcilik bir tutku ve bir yaşam tarzıdır (Doğaner, 2014: 7).

Başarılı olmuş girişimcilerin ilginç hayat hikayeleri genelde ilgi çekicidir. Bunun sebebi, girişimcilerin kariyer basamaklarını hangi faktörleri kullanarak hızla çıktıklarının merak edilmesidir. Bu sebeple girişimcilik konusu birçok yönüyle akademisyenler ve uygulayıcılar tarafından araştırılmaktadır. Yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu girişimcilerin sahip olması gereken özelliklere odaklanırken genelde maddi faktörler üzerinde durulmaktadır (Collins vd., 2004: 96; Baum ve Locke, 2004: 587). Özellikler (traits) yaklaşımı şeklinde ifade edilen ve girişimcilik başarısını belli kişisel özelliklere indirgeyen yaklaşımlar geçmişte daha yoğun olarak dile getirilmekteydi. Girişimcilik eğilimlerini ölçmeye dayanan ve girişimcilerde belli sayıda özelliğin mutlaka olması gerektiğini savunan görüşler hala tartışılmaktadır.

Kişilerin girişimcilikte başarı koşullarını etkileyen birçok kavramın yanında, girişimcilikteki başarıyı doğrudan belirleyen "girişimcilik kapasitesi" kavramı önemlidir. Bu kapasite kişisel özelliklerle ilişkilidir, ancak sadece maddi faktörleri değil maddi olmayan sosyal faktörleri de kapsamaktadır ve başka bir işletme açısından değeri olmayabilir. Girişimcilik kapasitesini kullanarak, sahip olunan bazı yetenek ve özellikleri kullanarak, sahip olunmayan bazı özellikleri de kiralarak ve satın alarak, hayallerini gerçekleştirmek ve yaratıcılıklarını kullanabilmek ve bu şekilde başarılı girişim yapmak mümkündür. Girişimcilik ruhu genetik olarak var olabileceği gibi, ailenin, çevrenin ve eğitimin de girişimcilik ruhunun gelişmesi için çok önemli etkenler olduğu savunulmaktadır (Özdemir, 2016). Bu çalışmada, girişimcilerde sosyal sermaye kavramı üzerinde durulacak ve başarılı işadamlarıyla yapılan mülakatların analizi yapılarak, başarılı girişimlerde sosyal sermayenin önemi vurgulanacaktır.

Girişimcilik Özellikleri

Girişimcilerin diğer insanlardan farklı kişilik özellikleri olduğu düşünülür. Bu özellikleri taşıyan kişilerin, girişimcilik faaliyetlerinde daha başarılı olduğu söylenebilir. Ancak girişimci kişilik özellikleri arasında çok sayıda özellik sayılmaktadır. Bunlar arasında dışa dönüklük, sorumluluk duygusu ile hareket etme, yeni deneyimlere açıklık, duygusal denge, anlayış, uyumluluk (Goldberg, 1992), proaktif kişilik (Crant, 1996), girişimci öz yeterlilik ve inisiyatif alabilme (Korunka vd., 2003) gibi özellikler sıralanmaktadır. Turner (2003: 49) girişimciliğin yenilikçilik ve risk alma gibi ortak özellikleri üzerinde dururken; Bygrave (1989: 13) başarı, kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans ve risk almayı girişimciliğin temel özellikleri olarak ileri sürmüşlerdir. Robinson vd., (1991: 42-50) başarıma, yenilikçilik, kontrol ve kendine güven özelliklerinin önemli olduğunu iddia etmiştir. Mueller ve Thomas'a (2000: 5175) göre girişimcilğe ilişkin özellikler kontrol odağı, yeniliğe açıklık ve yaratıcılıktır. Koh (1996: 23) ise yenilikçilik, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, başarıma ihtiyacı duyma, kontrol odağı ve risk alma şeklinde altı temel özellik belirlemiştir. Başarı güdüsü ile girişimin performansı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ve yeni bir girişimin performansını belirleyen önemli unsurun bu güdü olduğu değişik çalışmalarda ortaya konmuştur (Collins vd., 2004: 95). Başarıma ihtiyacı duyan bireylerin girişimci davranış sergiledikleri, bu konudaki ilk çalışmalarda (Mc Clelland, 1961) belirtilmekle birlikte başka çalışmalarda da başarı ihtiyacının girişimci olanlarda olmayanlara göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Robinson vd., 1991:42). Kontrol odağı, bireyin yapmış olduğu hareketlerden yola çıkarak bu hareketlerin sonuçlarını nasıl algıladığını yansıtan bir değişken olarak ifade edilir (Rotter, 1966: 1; Zhao ve Chen, 2008: 1-22). Kısaca bireyin yaşamındaki olayları ne ölçüde kontrol ettiğine olan inancı olarak ifade edilen kontrol odağı, kişiye hareketlerinde bağımsız olma ve kendi önceliklerini belirleme olanağı sunar. Yapılan bazı araştırmalar, içsel kontrol odağının girişimcinin başarısı açısından önemli olduğunu göstermiştir (Gatewood vd., 1995: 371). Bazı insanlar davranışlarıyla kendi hayatlarını denetleyebilir ve bunu gerçekleştirmek için gerekli potansiyeli kendilerinde görürlerken; bazı insanlarda dış etkenlere bağlı kalarak bunları gerçekleştirirler (Cüceloğlu, 2012: 256). Yapılan bazı araştırmalar, kontrol odağı özelliğinin girişimciliğin önemli bir

belirleyicisi olduğunu göstermiştir (Ho ve Koh, 1992: 243-254). Risk almak, girişimin nasıl sonuçlanacağını, nerede veya hangi koşulda gerçekleşeceğini bilmeden karar vermektir (Wakkee vd., 2010: 1-21). Girişimciler açısından risk almak kaçınılmazdır (Brockhaus, 1980: 510; Mohanty, 2005: 6-12). Risk alma eğilimi; yaş, cinsiyet, deneyim, aile yapısı, geçmişi, sosyo-ekonomik statüsü gibi özelliklere göre değişmektedir (Erdem, 2001: 43-61). Girişimcinin önemli özelliklerinden biri de belirsizliğe karşı toleranstır. Belirsizlik toleransı, bireylerin belirsizliklerle karşılaştığında içinde oldukları stres seviyesi ile ilgilidir (Hofstede, 2011). Belirsizlik toleransı, bireylere yaratıcılık ve yenilikçilik fırsatları sağlar (Teoh ve Foo, 1997: 67-81). Araştırmalar girişimcilerin; yöneticilere, girişimcilik eğilimi olmayanlara ve küçük işletme sahiplerine göre belirsizliğe toleranslarının daha fazla olduğunu göstermiştir (Koh, 1996: 12-25; Wagener et al., 2010: 1522). Girişimcilerin kendine güvenmesi; mevcut işlerinde ve karşılaştıkları zorluklar karşısında kendilerine güven duymasındır (Bowman, 1999: 558-568). İş yaşamında zorluklar ve belirsizlikler karşısında, girişimcilerin kendilerine güven duyması önem kazanmaktadır. Girişimcilerin özelliklerinden birisi olan yenilikçilik, özellikle son yıllarda daha çok önem kazanmaktadır ve girişimciliğin odak noktasında yer almaktadır (Mitton, 1989: 10; Robinson vd., 1991: 47).

Sosyal Sermaye Kavramı

Sosyal sermaye kavramı, toplumsal bazı değerlere sahip olmayı ifade eden bir kavram olarak kabul edilmektedir (Fukuyama, 1995). Bir başka bakış açısına göre ise, bireysel olarak verilen kararların toplumsal bir yansımasıdır.

Sosyal sermayenin insanların kullanabileceği finansal kaynaklar ya da maddi kaynaklar dışında kullanılabilir farklı bir sermaye türü olduğu bilinmektedir (Özdemir, 2007). Sosyal sermayenin birçok tanımı mevcuttur. Putnam (1993) sosyal sermayeyi tanımlarken sosyal organizasyon ve sosyal ilişkilerden bahsederek sosyal ağlar üzerinde durmaktadır. Grootaert-Van Bastelaer (2002) ise sosyal sermayenin sosyal ve ekonomik gelişmeye yaptığı katkılar üzerinde durmaktadır. Sosyal sermaye, özetle, sosyal ilişkilerin oluşturduğu sosyal ağların yanında bireylerin içinde yer aldıkları her türlü resmi ve resmi olmayan grup üyeliklerini kapsamaktadır. Sosyal sermayenin temelinde güven unsuru yer almaktadır (Ören, 2007; Shi vd., 2015). Sosyal sermayeyi oluşturan güvenle birlikte bireyler diğer grup üyeleriyle uyum içinde çalışabilmekte ve karşılıklı olarak dayanışma söz konusu olmaktadır (Cohen ve Prusak, 2001).

Sosyal sermaye kavramı, başlangıçta, aile içindeki ilişkilerle sınırlandırılmış olarak anlaşılırken, günümüzde daha geniş bir bakış açısıyla aileler arasındaki ilişkilerin ötesinde diğer sosyal ilişkilerin oluşturduğu ilişki ağlarını da kapsamaktadır.

Türkiye’de sosyal sermaye üzerine farklı disiplinlerde çok sayıda çalışma yapılmıştır. Konuyu iktisadi olarak ele alan çalışmalardan sonra (örneğin, Altay, 2007; Duman ve Alacahan, 2011), işletme düzeyinde ve örgütsel davranış konusu olarak sosyal sermayenin alındığını görüyoruz (Örneğin, Özdemir, 2007; Kapu, 2008; Göksel vd., 2010; Aydemir, 2011; Emhan ve diğ., 2016). Yapılan çalışmalar, tahminlerin aksine, ülkemizde genel sosyal sermaye kapasitesinin düşük olduğunu göstermektedir ve bu durumun sebebi olarak; ekonomik istikrarsızlık sebebiyle bireyler arasında özellikle ticari ilişkilerde güven düzeyinin düşük olması gösterilmektedir ve artık insanlar sadece en yakın akrabalarına güvenmektedirler (Özen ve Aslan, 2006).

Sosyal sermaye, entelektüel sermaye içerisinde, insan sermayesinin tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir (Stewart, 1997). Konumuz açısından sosyal sermayeyi, en geniş anlamda, insanlar arasındaki sosyal ilişkilerin yaratıcı sonuçlara dönüşme potansiyeli olarak anlayabiliriz. Bu anlamda sosyal sermayenin içeriğinde; güven ve sosyal normların oluşturduğu sosyal ilişki ağları yer almaktadır. Çok disiplinli bir kavram olan sosyal sermayeyi, toplumsal düzeyde normlar ve sosyal ilişkilerin güven temelli olarak ortaya çıkmasıyla fayda sağlanması şeklinde anlamak mümkündür.

Girişimcilikte Sosyal Sermayenin Önemi

Sosyal sermaye kavramının temeli insan sermayesine dayanmaktadır. İnsan sermayesi, geleneksel olarak bilgi, beceri ve yetkinlerin ekonomik değere dönüşmesi olarak ortaya çıkmıştır (Becker, 1964). Entelektüel sermaye kavramının bileşenleri arasında yer alan, insan sermayesi, örgütsel düzeyde yenilikçiliğin itici gücünü oluşturur. İnsan sermayesi diğer sermaye türleri gibi, ekonomik büyümeyi desteklemektedir (Storper ve Scott, 2009) ve insan sermayesi hem örgütleri hem de ekonomilerin büyüme hızını artırmaktadır (Romer, 1990; Gossling ve Rutten, 2007; Santos-Rodrigues ve diğ., 2010). İnsan sermayesi, daha eğitilmiş ve verimli insan kaynaklarına ulaşma bilgisidir (Storper ve Scott, 2009; Santos-Rodrigues ve diğ., 2010). İnsan sermayesi sosyal sermayeyle birleşerek daha etkili bir hale gelmekte ve girişimcilik faaliyetlerini hızlandırmaktadır.

Girişimcilik literatüründe insan sermayesi vurgusu uzun süredir yapılmaktadır (Shane ve Venkataraman, 2000; Ardichvili vd., 2003; Cao vd., 2015; Marvel vd., 2016; Estrin vd., 2018). İnsan sermayesi kavramını tartışan ilk yazarlardan olan Mincer (1958), insan sermayesi kavramını gelir eşitsizliğini açıklamak için kullanmıştır. Girişimcilikte kullanılan insan sermayesi kavramı, öncelikle Becker'in (1964) geliştirdiği insan sermayesine yatırım teorisiyle başlamıştır ve adı geçen teori, insan sermayesi özelliklerini girişimcilik başarısına tutarlı bir şekilde bağlamaktadır (Unger vd., 2011). İnsan sermayesi, girişimcilik açısından öncelikle girişimcilik fırsatlarını keşfetmek ve yaratmak için hayati öneme sahiptir (Alvarez ve Barney, 2007; Marvel, 2013). İkinci olarak, insan sermayesi ayrıca finansal kaynaklara ulaşarak fırsatlardan yararlanmaya yardımcı olmaktadır (Bruns et al., 2008; Dimov, 2010). Üçüncüsü, insan sermayesi, yeni bilgi birikimine ve yeni ülkeler için avantajların yaratılmasına yardımcı olmaktadır (Corbett vd., 2007). Uygulamada, insan sermayesi, potansiyel girişim performansını değerlendirirken risk yatırımcıları tarafından en sık kullanılan seçim kriteridir (Zacharakis ve Meyer, 2000). Martin vd., (2013) insan sermayesini oluşturan varlıkları, davranış ve performans girişimcilik eğitimi ile ilişkilendirilmiştir. Bazı girişimciler aynı eğitime veya oldukça benzer bir iş deneyimine sahip olsalar da, halihazırda mevcut olan bilgi veya beceriler büyük ölçüde farklı olabilir.

Sosyal sermaye denildiğinde akla ittifaklar veya sosyal ağlara bağlanma teorileri akla gelmektedir (Kang ve Snell, 2009). Bireysel düzeyde olabileceği gibi örgüt düzeyinde de kurulan işbirlikleri ve sosyal ağlar sayısız avantajlar sağlamaktadır. Girişimcilikte ağların önemi sürekli vurgulanmaktadır (Slotte-Kock & Coviello, 2010) ve sosyal ağlardan (sosyal sermayeden) elde edilen fayda her zaman bireysel olarak geliştirilen bilgidен daha fazla yarar sağlayabilir (Sullivan ve Marvel, 2011). Burada, bilgi motivasyonla birleşerek sosyal sermayeyi oluşturmaktadır (Locke and Latham, 2000).

Sosyal sermaye kısaca; sosyal kurumun koordine edilmiş eylemleri kolaylaştırarak toplumun etkinliğini arttıran güven, normlar ve sosyal ağlar gibi özelliklerdir (Putnam, 1993: 169; Özcan, 2011: 46). Sosyal sermaye, insanlara ortak faaliyetleri birlikte yapma olanağı sağlayan normlar ve sosyal ağlardan oluşur (Woolcock ve Narayan, 2000: 226). Putnam, sosyal sermayenin iki farklı hatta geliştiğini belirtmiştir. Bunlardan ilki nispeten daha statik olan sosyal normlar ve ağlar, diğeri ise bu yapıya bir anlamda ruh veren ve dinamizmi sağlayan güven sürecidir. Bu bağlamda, sosyal sermayenin bileşenleri; toplum içerisinde bireylerin birbirlerine karşı duydukları güven düzeyinden, yazılı veya yazılı olmayan farklı tutum ve davranışlardan oluşan normlardan, iletişim olanaklarından oluşmaktadır (Karagül ve Dünder, 2006: 3). Sosyal sermayenin bileşenleri içerisinde en önemli kavram güven kavramıdır (Cohen ve Prusack, 2001: 51; Field, 2008: 91-92) ve adeta sosyal sermaye ile güven eşdeğer olarak görülmektedir (Fukuyama, 2005; Eşki, 2009: 39). Bu noktada, sosyal sermayenin varlığıyla elde edilecek faydalardan bahsedilebilir. Güven kavramı karşılıklı olarak gelecekte atılacak adımların zarar vermeyeceğine dair olan inancı ifade eder. Bir değişim ya da ticari ilişkide, karşılıklı güven gösterileriyle, güven duygusu pekiştirilmiş olur (Başak ve Öztaş, 2010: 35). Güven, her zaman riski de içermekte ve dolayısıyla olası zararlara da hazırlığı içermektedir (Özcan, 2011: 41). Sosyal sermaye aracı anlamında güven, bireylerle kurumlar arasında ilişkileri canlandıran; erdem ve

dürüstlüğü de kapsayan bilinçli tutarlılık durumu olarak ifade edilmektedir ve güven kavramı ekonomik ve sosyal hayat için hayati öneme sahiptir (Ören, 2007: 77; Özcan, 2011: 41). Güvenin, normlara dayalı olarak dürüst bir şekilde işbirliği yapan toplumlarda ortaya çıkması beklenir (Gökalp, 2003: 163). Ekonomik hayatta ve çalışma hayatında, ilişkilerin sürdürülebilmesi ve verimli sonuçlar elde edilmesinde en etkili faktör hiç kuşkusuz “güven” faktörüdür. Güven sonucu bilgi paylaşımı ve sosyal ilişkiler gelişir. Yüksek güven düzeyindeki insanlar, daha yüksek bir öğrenme kapasitesine sahiptirler; ancak güven krizi de her zaman ortaya çıkabilir (Erdem, 2003: 133; Başak ve Öztaş, 2010: 35) ve toplumda güven kavramının yerleşmemesi, sosyal sermayeyi azaltıcı etki yapacaktır (Eşki, 2009: 40).

Sosyal sermayenin önemli bileşenlerinden birisi sosyal ağlardır (Öğüt ve Erbil, 2009: 17). Sosyal ağlar dar arkadaş çevrelerinden çok geniş iş çevrelerine kadar farklı düzeylerde olabilir (Özcan, 2011: 47). Sosyal ağlar yardımıyla bireyler ve toplum arasında güven oluşur ve bu da sosyal ve ekonomik ilişkileri geliştirir. Sosyal ağların desteğiyle gerekli olan bilgilere ulaşılabilir (Öztaş, 2007: 83-85). Sosyal ağlarla sosyal bağlılık oluşturulacak ve bu da birlikte çalışma kültürünü destekleyecektir (Field, 2008: 16). Sosyal sermayeye dönüşen sosyal ağlara örnek olarak hemşehri dernekleri, sendikalar ve siyasi partiler verilebilir. Aynı sosyal ağda bulunan kişi ya da kuruluşlar, girişimcilğe yönelik olarak farklı alanlarda yardımlaşabilirler ve bu dayanışma sosyal sermayeye dönüşerek maddi kazanç ya da manevi kazanç şeklinde sermaye yatırımı haline gelmektedir (Özcan, 2011: 49).

Sosyal sermaye ile girişimciliği ilişkilendiren çalışmalardan örnekler vermek gerekirse; De Carolis ve Saparito (2006), sosyal sermayenin girişimcilikteki önemini kabul etmekle birlikte, sosyal sermaye girişimcilere her zaman fayda sağlamaz, özellikle girişimcilik eğilimi olan kişilerde etkili olabilir. Bir diğer araştırmada, Xu (2011), girişimcilerin sahip oldukları sosyal sermaye ile onların yenilikçilik yetenekleri arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Zhang vd. (2012), girişimlerin başlamasındaki zorlukların sebebi olarak sosyal sermaye eksikliğini göstermektedirler. Jonsson ve Lindbergh (2013), sosyal sermayenin özellikle girişimcilerin finansal kaynak bulmaları için gerekli kritik bilgilere ulaşmayı kolaylaştırdığını bulmuşlardır. Light ve Dana (2013) ilginç bir şekilde, sosyal sermayenin kullanılabilmesi için kültürel sermayenin de olması gerektiğini söylemişlerdir. Liu ve Lee (2015) sosyal sermaye ile girişimcilik eğilimi arasındaki bağlantıda bilgi yönetiminin önemine dikkat çekmektedir. Girişimcilikte sosyal sermayenin önemi genelde insan sermayesi, psikolojik sermaye ile birlikte değerlendirilmektedir (Hmieleski vd., 2015). Girişimcilerin sahip olduğu soyut özelliklerin girişimcilik başarısında önemli rolü olduğu düşünülmektedir.

Başarılı Girişimcilerde Sosyal Sermaye Kullanımı Üzerine Nitel bir Araştırma

Bu çalışmada, üst düzey başarı göstermiş olan tanınmış girişimcilerle yapılmış olan derinliğine nitel çalışmanın sonuçları sunulmaktadır. Bu amaçla araştırma sürecinden kısaca bahsedilecektir.

Yöntem

Bu makale başarılı girişimcilerin sosyal sermaye kapasiteleri üzerine nitel bir çalışma sunmaktadır. Girişimciler, Türkiye'deki büyük işletme kuruluşlarının kurucuları ve sahipleridir. Bu çalışmada katılımcıların temel özelliği büyük şirketleri kurmuş olan başarılı girişimci olmalarıdır. Bu çalışmaya katılanlara amaçlı örnekleme ve izleme yöntemiyle ulaşılmıştır (Hornby ve Symon 1994; Seidman, 1998). Toplam katılımcı sayısı 6'dır, görüşme sürecinde sadece seçkin iş adamları seçilmiştir.

Mülakat soruları toplam 17 sorudan oluşmakta; girişimcilik literatürüne uygun şekilde sahip olunan özellikler, girişimcilikte başarı sırları ve özellikle sosyal sermayeyi ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. En sonda yer alan açık uçlu sorularla girişimcilere söylemek istedikleri hususları ifade etme şansı verilmiştir.

Bu araştırmanın nitel veri seti, şablonla (King, 2006; 2009) ve nitel içerik analizi yöntemiyle (Holsti 1969; Luborsky 1994; Phillips ve Hardy 2002) sınıflandırılmış, karşılaştırılmış ve yorumlanmıştır.

Görüşmeler yüzyüze olarak bizzat araştırmacı tarafından yapıldıktan sonra, mülakatların dökümü yapılmıştır. İlk olarak, bu nitel verileri yorumlamak için bir şablon analizi kullanılmıştır. Şablon analizi, tek ve sınırlandırılmış bir yöntemden ziyade nitel verileri tematik olarak düzenlemek ve analiz etmek için farklı ve birbiriyle ilişkili yöntemleri ifade etmektedir (King, 2006: 256). Mülakatlarda en çok kullanılan temalar literatürden alınan temalarla, ifadelerin sıklığı ve içeriğin anlamları yönünden karşılaştırılmıştır. Doğrudan metin verilerindeki kod kategorilerine ulaşmak için geleneksel içerik analizi yaklaşımları (Hsieh ve Shannon, 2005) kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya dahil edilen şirketler tesadüfi örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Şirketlerin ikisi bilişim (16 ve 20 yıllık), biri lojistik (32 yıllık), elektronik (33 yıllık), sağlık (30 yıllık) ve makina imalat (41 yıllık) sektöründe faaliyet göstermektedir. Şirketlerin beş tanesi büyük işletme kategorisindedir, bir tanesi ise orta büyüklükte işletmedir.

Araştırmaya katılan girişimcilerin birisi hariç diğerleri tarafından girişimci doğudur görüşü savunulmuştur. Fırsatçı girişimci tipi daha yaygındır, yaratıcı girişimcilere daha az rastlanmaktadır. Başarılı girişimci özellikleri olarak sabır, sebat, dışa dönüklük, ölçülü cesaret gibi faktörler sıklıkla vurgulanmıştır. Tüm katılımcılar risk almanın kaçınılmaz olduğunu düşünmektedirler. Yenilikçilik (inovasyon) kavramı katılımcıların çoğunluğu tarafından ifade edilmiştir. Genelde devlet desteği olarak büyümelerini hızlandırmışlardır.

Sosyal sermayenin girişimlerdeki başarıyı etkilemesi konusunda, öncelikle tüm katılımcılar sosyal sermaye kavramını, geleneksel toplumlarda olduğu gibi, aile şirketi olma ve ailevi ilişkileri iş yaşamında dayanak yapma şeklinde algılamışlardır. Sosyal sermayeyi genelde finansal sermayeyi temin edebilecekleri sosyal ilişkiler olarak anlamaktadırlar. Katılımcıların gerek eğitim hayatlarında gerekse yetiştikleri kültürün etkisiyle dahil oldukları sosyal ağların da etkin şekilde kullanıldığı dikkat çekmektedir. Sosyal sermayenin ülkemizdeki karşılığı güvendir ve genelde katılımcılar sadece ve sadece en yakın aile üyelerine ve nadiren sosyal ilişki kurdukları kişilere güvenmektedirler.

Sosyal sermaye kullanım oranı, literatürde de ifade edildiği gibi, oldukça düşüktür. Bu durum ekonomik kriz ve daralma dönemlerinde zor günler geçiren şirketlerin, piyasadaki ve genel olarak ekonomideki ticari güvenin zayıflamasıyla doğru orantılıdır. Sosyal sermayenin asıl anlamı olan, sosyal ilişkileri yaratıcı potansiyele dönüştürebilme yönü, ülkemizde yeterince değerlendirilmemektedir.

Sosyal sermayenin önemli bir yansıması olan ittifaklar ve ortaklıklar kültürümüzde oldukça yaygındır. Katılımcılar zaman zaman yerli ve yabancı ortaklarla iş kurmuş olsa da, çok geçmeden bu ortaklıklar bozulmuştur. Kardeşler arasındaki ortaklıklar aile şirketi kültürü içerisinde devam etmektedir, en büyük olan kardeş baba gibi kabul edilmektedir. Sosyal ağların ve ilişkilerin bireysel düzeyde kurulduğu dikkat çekmektedir; sosyal ağlara dahil edilen tarafların akrabalık, hemşerilik ve arkadaşlık gibi biçimsel olmayan ilişkileri profesyonel ilişkiye ve sinerjiye dönüştürmemektedir.

Sonuç ve Öneriler

Literatürde girişimciliği destekleyen en önemli kaynaklardan birisi olan sosyal sermayenin girişimciler tarafından nasıl algılandığı ve nasıl kullanıldığına ilişkin yapılan bu çalışmada bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Kültürel özelliklerimiz nedeniyle sosyal sermaye kavramı dar kapsamlı olarak anlaşılakta ve genelde sosyal ve ticari ilişkilerde güven anlayışına indirgenmektedir. Sosyal sermaye kavramı ülkemizde anlam kaymasına uğramış görünmektedir; güvenilen ve sermaye sağlayabilen herşey sosyal sermaye kavramı içinde değerlendirilmektedir. Mülakatlarda dikkat çeken bir kavram "sosyal inovasyon" kavramıdır; sektördeki ortaklarla hatta rakiplerle etkileşim sonucunda sektörde gelişme olacağını savunması yönüyle dikkat çekicidir.

Bu araştırma, her ne kadar sınırlı sayıda tanınmış ve başarılı girişimciyle yapılmış olsa da, mülakatlarda girişimcilik literatürüne paralel birçok nokta dikkat çekmektedir. Başarılı girişimciler,

genelde çok iyi eğitim almalarına rağmen, doğuştan gelen özelliklerini sektör tecrübesiyle geliştirerek başarılı olmuşlardır. Bir diğer dikkat çeken nokta, girişimcilerin başarılı oldukları ve yetkin olduklarını düşündükleri alanların dışına çıkmamalarıdır. Bilindiği gibi girişimcilikte başarısızlık sebeplerinden birisi plansız büyüme ve çok sayıda ilgisiz sektörde aynı anda faaliyet göstermeye çalışmaktır. Bir katılımcının ifade ettiği “ölçülü cesaret” kavramının içine belli bir sektörde yoğunlaşmak ve hesaplanabilir veya öngörülebilir düzeyde risk almayı dahil edebiliriz.

Sosyal sermayenin daha çok örgütsel düzeyde işbirliklerini ve sinerjik etkiyi oluşturması beklenir. Girişimcilikte önemi sürekli vurgulanan ağların, bireysel düzeydeki ilişkilerden farklı olarak, örgütsel düzeyde bilgi ve tecrübe paylaşımı şeklinde girişimlere katkı yapması beklenmektedir. Sosyal sermayenin sağladığı bilgi, beceri, know-how (kullanım bilgisi), teknoloji ve diğer sosyal sermaye araçları daha sonra motivasyonla birlikte başarılı girişimlere dönüşmektedir.

Bu çalışma ile uluslararası çalışmalarda üzerinde sıklıkla durulan, girişimcilikte sosyal sermayenin rolü konusunun ne kadar önemli olduğu ve ülkemizde ihmal edilen konulardan birisi olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal sermaye kavramının doğru anlaşılması ve girişimciler tarafından kullanılmasının sağlanması önem kazanmaktadır. Sosyal sermayenin daha yoğun ve etkin kullanılması, özünde toplumdaki güven ve dolayısıyla iş etiği ve iş ahlakı düzeyleriyle de yakından ilişkilidir. Güven duygusunun önemli görüldüğü gelişmiş toplumlarda sosyal sermayenin çok daha etkin kullanıldığı, geleneksel sosyal ilişkilerden ziyade mesleki ve işle ilgili kullanım alanlarını oluşturan sosyal ağların ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Özetle ülkemizdeki güven anlayışının erozyona uğramış olması ve çok dar bir çevrede sıkışıp kalması nedeniyle sosyal sermaye ideal anlamında etkin bir şekilde kullanılamamaktadır.

Daha sonra yapılacak çalışmalarda daha derinliğine ve farklı kültürlerle karşılaştırmalı bir şekilde konu ele alınabilir. Sosyal sermayeyi kullanmayı engelleyen faktörlerin doğru şekilde analiz edilmesi sonucunda, sosyal sermayeyi harekete geçirecek çözüm yolları önerilebilir. Burada devlete önemli görevler düşmesine rağmen, çözüm için asıl aktörler girişimcilerin kendileri olacaktır.

KAYNAKLAR

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (Eds.). (2006). *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction* (Vol. 1). Springer Science & Business Media.
- Acs, Z. J. (2008). Foundations of high impact entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(6), 535-620.
- Akın, A. (2010). “İnsan Sermayesi Kaynakları Açısından Girişimci Özellikleri. (Anadolu Girişimcileri Üzerine Bir Araştırma”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(26), 8-22.
- Altay, A. (2007). Bir Kamu Malı olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7(1), 337-362.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Audretsch, D., & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship capital and economic performance. *Regional studies*, 38(8), 949-959.
- Aydemir, M. A. (2011). *Sosyal Sermaye -Topluluk Duygusu ve Soysal Sermaye Araştırması-* (1. Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Başak, S. ve Öztaş, N. (2006). Güven Ağbağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12/1, 27-56.

- Baum, J. R., Locke, E. A. (2004). "The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth", *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Bowman, C. (1999). "Action-led strategy and managerial self-confidence." *Journal of Managerial Psychology*, 14(7/8), 558-568.
- Brockhaus, R. H. (1980). "Risk taking propensity of entrepreneurs.", *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Bruns, V., Holland, D. V., Shepherd, D. A., & Wiklund, J. (2008). The role of human capital in loan officers' decision policies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 485-506.
- Bygrave, W. D. (1989). "The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 7-26. Collins, C. J., Hanges, P. J.,
- Cao, Q., Simsek, Z., & Jansen, J. J. (2015). CEO social capital and entrepreneurial orientation of the firm: Bonding and bridging effects. *Journal of Management*, 41(7), 1957-1981.
- Cohen, D. ve Prusack, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. (Çeviren: Ahmet Kardam). İstanbul: MESS Yayınları
- Corbett, A. C., Neck, H. M., & DeTienne, D. R. (2007). How corporate entrepreneurs learn from fledgling innovation initiatives: Cognition and the development of a termination script. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(6), 829-852.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Crant, J. M. (1996). "The proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Small Business Management*, 34, 42-49.
- Cüceloğlu, D. (2010). *İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları*, (15. Basım), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 41-56.
- Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153.
- Doğaner, A. (2014) *Girişimcilik Okulu* (1. Baskı.) İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık
- Duman, B., & Alacahan, O. (2011). Sosyal sermaye/güven boyutunda etniklik. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 10(1), 181-208.
- Emhan, A., Tongur, A., & Turkoglu, I. (2016). An Analysis of the Social Capital, Organizational Commitment and Performance in the Public Sector of Southeastern Turkey. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 12(47), 49-62.
- Erdem, F. (2003). *Sosyal Bilimlerde Güven*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449-467.
- Eşki, H. (2009). Sosyal Sermaye- Önemi, Üretimi ve Ölçümü-Üzerine Bir Alan Araştırması, Doktora Tezi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye* (2. Baskı). (Çevirenler: Bahar Bilgen, Bayram Şen). İstanbul.
- Florida, R., & Goodnight, J. (2005). Managing for creativity. *Harvard business review*, 83(7), 124.

- Fukuyama, F. (2005). *Güven, Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G. ve Gartner, W.B. (1995). "A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation", *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, pp. 371-91
- Goldberg, L. R. (1992). "The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure", *Psychological Assessment*, 4, 26-42.
- Gossling, T., Rutten, R. (2007), *Innovation in Regions*, European Planning Studies 15,253-270.
- Gökalp, N. (2003). Ekonomide Güven Faktörü. Celal Bayar Üniversitesi *İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*. 10 (2),163-174.
- Grootaert, Ch-Van Bastelaer (2002): Social capital: from definition to measurement in understanding and measuring social capital. A Multidisciplinary Tool For Practitioners, (ed) By Grootaert, Ch-Van Bastelaer Th, The World Bank, Washington D.C
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Hmieleski, K. M., Carr, J. C., & Baron, R. A. (2015). Integrating discovery and creation perspectives of entrepreneurial action: The relative roles of founding CEO human capital, social capital, and psychological capital in contexts of risk versus uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 289-312.
- Ho, T. S., Koh, H. C. (1992). "Differences in Psychological Characteristics between Entrepreneurially Inclined and Non-entrepreneurially Inclined Accounting Graduates in Singapore", *Entrepreneurship, Innovation and Change: An International Journal*, 1, 243-254.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online readings in psychology and culture*, 2(1), 8.
- Holsti O. R. (1969) *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley, Menlo Park, Sage.
- Hornby P, Symon G (1994) Tracer studies. In: Cassell C, Symon G (eds) *Qualitative Methods in Organizational Research: a Practical Guide*. Sage, London, pp 167-186
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Jonsson, S., & Lindbergh, J. (2013). The development of social capital and financing of entrepreneurial firms: From financial bootstrapping to bank funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 661-686.
- Kang, S. C., & Snell, S. A. (2009). Intellectual capital architectures and ambidextrous learning: a framework for human resource management. *Journal of Management Studies*, 46(1), 65-92.
- Kapu, H. (2008). Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 259-288.
- Karagül, M. ve DüNDAR, S. (2006). Sosyal Sermaye ve Belirleyicileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(12), 61-78.

King, N. (2006), Using Templates in the Thematic Analysis of Text, in *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, edited by Catherine Cassell and Gillian Symon, Sage Publication.

King, N. (2009), *What is Template Analysis?*

http://www.hud.ac.uk/hhs/research/template_analysis/whatis.htm , 13.11.2009.

Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: Studies in the theory of entrepreneurship* (pp. 142-143). Chicago: University of Chicago Press.

Koh, C.H. (1996). "Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA students", *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.

Korunka, Ch., Frank, H., Lueger, M. ve Mugler, J. (2003). "The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment, and The Startup Process – A Configurational Approach", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 23–42.

Light, I., & Dana, L. P. (2013). Boundaries of social capital in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 603-624.

Liu, C. H., & Lee, T. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 138-150.

Locke, E. A., & Latham, G. P. (2004). What should we do about motivation theory? Six recommendations for the twenty-first century. *Academy of Management Review*, 29(3), 388-403.

Locke, E. A. (2004). "The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis." *Human performance*, 17(1), 95-117.

Luborsky, M. R. (1994). The identification and analysis of themes and patterns. In JF Gubrium & A. Sankar (Eds.), Sage focus edition, Vol. 168. *Qualitative methods in aging research* (pp. 189-210). Thousand Oaks, CA, USA.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik* (1. Baskı.). İstanbul: Beta Yayınları

Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224.

Marvel, M. R. (2013). Human Capital and Search-Based Discovery: A Study of High-Tech Entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(2), 403-419.

Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: A critical review and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 599-626.

Mincer, J. (1958). Investment in human capital and personal income distribution. *Journal of political economy*, 66(4), 281-302.

Mitton, D. G. (1989). "The complete entrepreneur". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 9-19.

Mohanty, S. K. (2005), *Fundamentals of Entrepreneurship*, India: Practice- Hall of India.

Monaghan, S. (2010). "Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors." *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.

Mueller, S. L. ve Thomas, A. S. (2000). "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus Of Control and Innovativeness." *Journal of Business Venturing*, 16, 51-75.

- Murphy, A. E. (1986). *Richard Cantillon: entrepreneur and economist*. Oxford University Press.
- Öğüt, A. ve Erbil, C. (2009). Sosyal Sermaye ve Yönetimi (2. Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Ören, K. (2007). Sosyal Sermayede “Güven” Unsuru ve İşgücü Performansına Etkisi, *Kamu-İş; İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 9 (1), 71-90.
- Özcan, B. (2011). Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma, Doktora Tezi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul. 130
- Özdemir, A. A. (2007), Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Eskişehir.
- Özdemir, P. (2016) “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversitelerimiz”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1), s. 224-240
- Özen, Ş., & Aslan, Z. (2006). İçsel ve dışsal sosyal sermaye yaklaşımları açısından Türk toplumunun sosyal sermaye potansiyeli: Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM) örneği. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 12(2006), 130-161.
- Öztaş, N. (2007). Sosyal Sermayenin Ağbağ Kuram(lar)ı: Dayanımcı ve Aracı Sosyal Sermaye. *Amme İdaresi Dergisi*, 40 (3), 79-98.
- Phillips N, Hardy C (2002) *Discourse analysis*. Sage, Thousand Oaks.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. United Kingdom: Princeton University Press.
- Robinson, P. B., Huefner, J. C., Hunt, H.K., (1991) .“Entrepreneurial Research on Student Subjects does not Generalize to Real World Entrepreneurs”, *Journal of Small Business Management*, 29, 42-50.
- Romer, P. (1990), *Endogenous Technological Change*, *Journal of Political Economy*, 198: 7-102.
- Rotter, J. B. (1966). “Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement”, *Psychological monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.
- Santos-Rodrigues, H., Dorrego, P.F., Jardon, C.F. (2010), *The influence of human capital on the innovativeness of firms*, *International Business and Economics Research Journal* 9 (9), 53–63.
- Schumpeter, J. (1942). *The theory of economic development*, New York: Oxford University Press.
- Seidman I (1998) *Interviewing as qualitative research: a guide for researchers in education and social sciences*. Teachers College Press, New York
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shi, H. X., Shepherd, D. M., & Schmidts, T. (2015). Social capital in entrepreneurial family businesses: the role of trust. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(6), 814-841.
- Slotte-Kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship research on network processes: A review and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 31-57.
- Stewart, T. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Doubleday/Currency: New York.
- Storper, M. and Scott, A. J. (2009), *Rethinking Human Capital, creativity and urban growth*, *Journal of Economic Geography*, 9(2), 147-167.

- Sullivan, D., & Marvel, M. (2011). How entrepreneurs' knowledge and network ties relate to the number of employees in new SMEs. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 185-206.
- Teoh, H. Y. ve Foo, S. L. (1997). "Moderating effects of tolerance for ambiguity and risktaking propensity on the role conflict-perceived performance relationship: Evidence from Singaporean entrepreneurs." *Journal of Business Venturing*, 12(1), 67-81.
- Turner, C. (2003). *Başarmak İçin Yönetmek Girişimci Organizasyonlar Yaratmak*, Çeviren: Özlem Hanbey, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of business venturing*, 26(3), 341-358.
- Wagener, S., Gorgievski, M., Rijdsdijk, S. (2010). "Businessman or host? Individual differences between entrepreneurs and small business owners in the hospitality industry." *The Service Industries Journal*, 30(9), 1513-1527.
- Wakkee, I., Elfring, T., Monaghan, S. (2010). "Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors." *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.
- Woolcock, Michael ve Narayan, Deepa (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research and Policy, *The World Bank Research Observer*, 15 (2), 225-249.
- Xu, Y. (2011). Entrepreneurial social capital and cognitive model of innovation. *Management Research Review*, 34(8), 910-926.
- Zacharakis, A. L., & Meyer, G. D. (2000). The potential of actuarial decision models: can they improve the venture capital investment decision?. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 323-346.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management studies*, 43(4), 917-955.
- Zhang, Y., & Zhang, X. E. (2012). The effect of entrepreneurial orientation on business performance: A role of network capabilities in China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(2), 132-142.
- Zhao, J., Chen, L. (2008). "Individualism, Collectivism, Selected Personality Traits, And To Us Occupations", *Journal Of Vocational Behavior*, 71(1), 1-22.