



**İÇ GİRİŞİMCİLİK ALGISININ İŞLETME
BAŞARISINDAKİ ROLÜ: KARABÜK'TEKİ DEMİR
ÇELİK İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ**

**2021
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

Hayriye Şule ARICI

**Danışman
Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA**

**İÇ GİRİŞİMCİLİK ALGISININ İŞLETME BAŞARISINDAKİ ROLÜ:
KARABÜK'TEKİ DEMİR ÇELİK İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ**

Hayriye Şule ARICI

Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Haziran 2021

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	5
DOĞRULUK BEYANI.....	6
ÖNSÖZ	7
ÖZ	8
ABSTRACT.....	9
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ	11
ARCHIVE RECORD INFORMATION	12
KISALTMALAR.....	13
ARAŞTIRMANIN KONUSU	14
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	14
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	15
ARAŞTIRMA HİPOTEZİ.....	15
EVREN VE ÖRNEKLEM.....	15
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	16
BİRİNCİ BÖLÜM	17
KURAMSAL ÇERÇEVE.....	17
1.1. Girişimcilik	17
1.1.1. Girişimciliğin Tanımı ve Önemi	17
1.1.2. Girişimciliğin Stratejik Derinliği.....	19
1.2. Girişimci Kavramı.....	27
1.2.1. Girişimcinin Temel ve Kişisel Özellikleri.....	28
1.2.1.1. Risk Yönetimi	29
1.2.1.2. Özerklik	31

1.2.1.3. Başarı İhtiyacı	31
1.2.1.4. Özgüven	32
1.2.1.5. Yaratıcılık ve Yenilikçilik	33
1.2.1.6. Yöneticilik ve Liderlik.....	35
1.2.2. Girişimciliği Etkileyen Temel Faktörler	36
1.2.2.1. Kültür	36
1.2.2.2. Aile.....	36
1.2.2.3. Eğitim.....	37
1.2.2.4. Konjonktür	38
1.2.3. Girişimcilikte Başarı Faktörleri	38
1.2.3.1. Kuruluş Yeri	39
1.2.3.2. Sermaye Birikimi	39
1.2.3.3. Kişisel Faktörler.....	40
1.3. İç Girişimcilik	42
1.3.1. İç Girişimciliğin Tanımı ve Gerekliliği.....	43
1.3.2. İç Girişimcilik Boyutları.....	45
1.3.2.1. Yenilikçilik Boyutu.....	48
1.3.2.2. Proaktiflik Boyutu.....	49
1.3.2.3. Risk Alma Boyutu	50
1.3.2.4. Rekabetçi Girişkenlik Boyutu.....	50
1.3.2.5. Özerklik Boyutu.....	51
1.3.2.6. Bilgi Edinimi Boyutu.....	51
1.3.2.7. Yeni İş Girişimleri Başlatma Boyutu.....	52
1.3.3. İç Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	53
1.3.3.1. Örgütsel Faktörler	53
1.3.3.2. Çevresel Faktörler.....	54

1.3.3.3. Bireysel Faktörler	55
1.3.4. İç Girişimci.....	57
1.3.5. Girişimci ve İç Girişimci Arasındaki farklar.....	58
1.4. İşletmelerde Başarı.....	59
1.4.1. İşletme Amaçları	59
1.4.2. İşletme Başarısı	60
1.4.3. Başarı Ölçütleri.....	62
1.4.3.1. Finansal Ölçütler.....	64
1.4.3.2. Finansal Olmayan Ölçütler	65
1.5. Ampirik Literatür	66
İKİNCİ BÖLÜM.....	68
KARABÜK’TEKİ DEMİR ÇELİK İŞLETMELERİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI	68
2.1. Araştırmanın Tanıtılması	68
2.1.1. Alanın Tanıtımı	68
2.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	72
2.1.3. Araştırmanın Sorunsalı, Hipotezleri ve Modeli.....	72
2.1.3.1. Araştırmanın Sorunsalı	72
2.1.3.2. Hipotezler.....	73
2.1.3.3. Araştırmanın Modeli.....	75
2.2. Araştırmanın Yöntemi.....	75
2.2.1. Evren, Örneklem ve Veri toplama Yöntemleri.....	75
2.2.2. Veri Analiz Yöntemleri	76
2.3. Araştırmanın Bulguları.....	76
2.3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular	77
2.3.2. Tanımlayıcı istatistiklere ilişkin Bulgular	78

2.3.3. Güvenilirliğe İlişkin Bulgular.....	78
2.3.4. Fonksiyonel Değişkenlere İlişkin Bulgular	79
2.3.5. Fonksiyonel Değişkenlere İlişkin Bulgular	86
2.3.5.1. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Cinsiyete Göre Değişimi.....	86
2.3.5.2. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Medeni Duruma Göre Değişimi.....	87
2.3.5.3. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Yaş Gruplarına Göre Değişimi.....	88
2.3.5.4. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Eğitim Durumuna Göre Değişimi.....	90
2.3.5.5. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Deneyime Göre Değişimi.....	92
2.3.5.6. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Birime Göre Göre Değişimi.....	94
2.3.5.7. İç Girişimcilik Algısı Ölçeğinin İşletme Başarısına Etkisinin Belirlenmesi için Regresyon Analizi	95
2.3.6. Hipotezlerin Değerlendirilmesi	96
TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	99
KAYNAKÇA.....	104
TABLolar LİSTESİ.....	121
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	123
EKLER.....	124
Ek 1: ANKET FORMU	124
ÖZGEÇMİŞ	127

TEZ ONAY SAYFASI

Hayriye Şule ARICI tarafından hazırlanan “İÇ GİRİŞİMCİLİK ALGISININ İŞLETME BAŞARISINDAKİ ROLÜ: KARABÜK’TEKİ DEMİR ÇELİK İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA

.....

Tez Danışmanı, İşletme Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 30.06.2021

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA (KBÜ)

.....

Üye : Prof. Dr. Murat YILDIRIM (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Emine GENÇ (BÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Hayriye şule ARICI

İmza:

ÖNSÖZ

Öncelikle bu çalışmanın başlangıcından itibaren gerek eğitim öğretim gerek sosyal açıdan bilgi, ilgi ve deneyimlerini benimle paylaşmaktan çekinmeyen, sadece bir hoca gibi değil aynı zamanda bir baba gibi destek olan, öğrencilerinin hayatına dokunduğuna inandığım çok kıymetli hocam sayın Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA'ya teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca beni desteklediklerini ve destekleyeceklerini bildiğim, hiçbir fedakârlıktan kaçınmadan, kendi ayakları üzerinde durabilen, vatanına milletine faydalı bir birey olmam için yol gösteren en kıymetli varlığım olan canım aileme, ilgisi, sabrı ve koşulsuz sevgisi için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZ

Girişimciler bilgi ve becerilerini, deneyim ve hayallerini kullanarak, kendi işini kuran, yürütmek için en uygun yöntemleri kendi başına keşfeden ve uygulayan kişilerdir. Ancak Türkiye şartlarında girişimci kişileri bulmak zor olmaktadır. Bunun nedeni ise; Gelişmiş ülkelerdeki girişimciler devleti yönetiyorken, Türkiye'deki girişimcilerin her türlü faaliyeti devletten bekliyor olmalarıdır.

Bu çalışmada, bir girişimcilik alt türü olan iç girişimcilik incelenmiştir. İç girişimcilik, var olan işletmelerde yeni işletmelerin üremesi ve ana fikirlerinin değişmesi yolu ile işletmelerin dönüşümü olarak tanımlanabilmektedir. Bu çalışmada Karabük ilindeki Demir Çelik işletmelerinin çalışanlarının (mavi, beyaz ve mobil yaka) iç girişimcilik algılarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu sayede girişimcilerin desteklenmesi, girişimciliğin artırılması, girişimcilerin yaşadıkları sorunlar, ihtiyaçları gibi konular hakkında bilgi sahibi olarak, şartların iyileştirilmesi bağlamında katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu bağlamda anket çalışması yapılmıştır. Araştırma kapsamında anket formlarından elde edilen verilerin, ortalama, standart sapma ve frekansları hesaplanmıştır. Anket formu araştırmacı tarafından geliştirildiğinden dolayı güvenilirlik katsayıları ve faktör analizi detaylı bir biçimde incelenmiştir. İstatistiki olarak uygun olması halinde parametrik analizler yapılarak değişkenler arasındaki ilişki ve anlamlılık dereceleri değerlendirilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda; farklı yaş gruplarının iç girişimcilik algısı düzeylerinin benzer olduğu, ancak başarı algısının yaşa göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Evli ve bekârların iç girişimcilik algıları ve işletme başarısı algısı düzeylerinin benzer seviye olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin iç girişimcilik algısı düzeyleri kadınlardan anlamlı derecede daha yüksek iken, başarı algısı kadın ve erkekler için benzer seviyededir. İç girişimcilik algısı düzeyi mezuniyet durumuna göre farklılaşırken, işletme başarısı düzeyinde farklılaşma olmadığı görülmüştür. Birimlere göre değerlendirdiğimizde ise her iki ölçeğin düzeyinde farklılaşma olmadığı yönünde sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Demir-Çelik Sektörü, Girişimcilik, İç Girişimcilik, Karabük

ABSTRACT

Entrepreneurs are people who establish their own businesses using their knowledge, skills, experience, and dreams. Entrepreneurs discover and implement on their own the most suitable methods to carry out their own businesses. However, it is challenging to find entrepreneurial people in Turkish conditions. This is because while western entrepreneurs manage states, Turkish entrepreneurs expect everything from the state.

In this study, intrapreneurship, which is a sub-type of entrepreneurship, has been examined. Intrapreneurship is defined as the transformation of businesses by the method of creating new businesses from existing businesses and changing the main ideas. The study aims to interpret the intrapreneurship perceptions of the employees (blue, white, and mobile collar) of Iron and Steel businesses in Karabuk province. Thus, it is aimed to contribute to conditions improvement by having information about the issues such as supporting entrepreneurs, increasing entrepreneurship, the problems and needs of entrepreneurs. In this context, a questionnaire study was conducted. Within the scope of the research, the mean, standard deviation, and frequencies of the data obtained from the questionnaire forms were calculated. Since the questionnaire form was developed by the researcher, reliability coefficients and factor analysis were examined in detail. In the case of statistically appropriate, by performing parametric analyzes, the relationship and significance degrees between the variables were evaluated.

As a result of the analyzes, it was determined that the levels of intrapreneurship behaviors of different age groups were the same, but the perception of success differed according to age. It has been determined that married and single people have the same level of intrapreneurship behaviors and business success perception levels. While men's intrapreneurship behavior levels are significantly higher than women's, perception of success is at the same level for women and men. While the level of intrapreneurship behavior differed according to graduation status, it was observed that there was no differentiation in the level of business success. When we evaluated according to the units, results were obtained that there was no differentiation at both scale levels.

Keywords: Iron and Steel Industry, Entrepreneurship, Intrapreneurship, Karabuk.

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	“İÇ GİRİŞİMCİLİK ALGISININ İŞLETME BAŞARISINDAKİ ROLÜ: KARABÜK’TEKİ DEMİR ÇELİK İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ”
Tezin Yazarı	Hayriye Şule ARICI
Tezin Danışmanı	Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	30.06.2021
Tezin Alanı	İşletme
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	127
Anahtar Kelimeler	Demir-Çelik Sektörü, Girişimcilik, İç Girişimcilik, Karabük.

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	“THE ROLE OF INTRAPRENEURSHIP PERCEPTION IN BUSINESS SUCCESS: THE CASE OF IRON AND STEEL BUSINESSES IN KARABUK”
Author of the Thesis	Hayriye Şule ARICI
Advisor of the Thesis	Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA
Status of the Thesis	Master
Date of the Thesis	30.06.2021
Field of the Thesis	Business
Place of the Thesis	KBU/LEE
Total Page Number	127
Keywords	Iron and Steel Industry, Entrepreneurship, Intrapreneurship, Karabük.

KISALTMALAR

A.Ş.: Anonim Şirketi

KOBİ: Küçük Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

OSB: Organize Sanayi Bölgesi

S.: Sayfa

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

SWOT : Strength, Weakness, Opportunity, Threat

TDK: Türk Dil Kurumu

TSO: Ticaret ve Sanayi Odası

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

vd : Ve Diğerleri

WES: Women Entrepreneurship (Kadın Girişimciliği)

WWF: Doğal Hayatı Koruma Vakfı

YY: Yüzyıl

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu çalışmada, Karabük ilinde faaliyet gösteren Demir Çelik işletmelerindeki iç girişimcilik algısının yorumlanması hedeflenmiştir. Öncelikle girişimci-girişimcilik, iç girişimci ve iç girişimcilik kavramları hakkında bilgi verilecektir. Daha sonra yapılan anket araştırma çalışması ile elde edilen sonuçların hem literatüre hem de Karabük ilindeki iç girişimcilerin gelişim göstermesine katkıda bulunulması beklenmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

1920 yılında Lozan Konferansına ara verilmesine müteakip, 17 Şubat 1923'de İzmir İktisat Kongresi toplanmıştır. Kongrede ülkenin yararına birçok karar alınmıştır. Alınan kararlar ile ülkenin ekonomik özgürlüğünü de kazanması hedeflenmiştir. Kongrede alınan kararlardan biride *Girişimcilerin Desteklenmesi* olmuştur.

Girişimciler bilgi/becerilerini, deneyim ve hayallerini kullanarak, kendi işini kuran, yürütebilmek için en uygun yöntemleri kendi başına keşfeden ve uygulayan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak Türkiye şartlarında girişimci kişileri bulmak zor olmaktadır. Bunun nedeni ise bizim girişimcimiz her şeyi devletten bekliyor olmasıdır. Ancak batılı girişimcilere baktığımızda devletleri yönettiklerini görmekteyiz.

İç girişimler, yenilikçiliğin, sürdürülebilir bir büyümenin ve yenilenmenin kaynağıdır (Campbell vd., 2003: 30). İç girişimciliğin temelinde de örgütü yeniliğe götüren bir örgütsel çıktı bulunmaktadır (Kuratko vd., 2009: 460). Bu noktada, yeniliğe götüren örgütsel çıktı aşağıdan yukarıya doğru bireysel olarak örgüt üyelerinin davranışları ile gerçekleşmektedir (De Jong vd., 2011:5). Bu çalışmada, Karabük ilindeki Demir Çelik işletmelerinde, mavi yaka, beyaz yaka ve mobil yaka çalışanların iç girişimcilik algılarının yorumlanması hedeflenmiştir. Bu sayede iç girişimcilerin desteklenmesi, iç girişimciliğin artırılması, iç girişimcilerin yaşadıkları sorunlar ve ihtiyaçları gibi konular hakkında bilgi sahibi olarak, şartların iyileştirilmesi bağlamında katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Karabük'te Demir Çelik sektörünün çok önemli olmasına rağmen bu sektörde iç girişimcilik üzerinde bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Bu bağlamda uygulamalı çalışmaların yetersiz olduğunun gözlemlenmesinden hareketle, çalışmanın özgünlüğü

ortaya çıkmakta ve alan açısından elde edilecek veriler ile hem literatüre hem de firma sahiplerine katkı sağlayacak olması açısından önemli bir yere sahiptir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma verilerinin toplanması, araştırmacı tarafından yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış anket formu analizinden edinilen verilerin analizi istatistik analiz yöntemleriyle sağlanmıştır. Yapılan bu araştırma çalışmasında, kullanılacak anket formu düzenlenirken, literatürde öncesinde kullanılmış olan ölçek/anketlerden yararlanılmıştır. Bu bağlamda Sezgin (2020) tarafından geliştirilen “İç Girişimci Algısı” ölçeği baz alınmış olup, söz konusu ölçeğe ifade eklenerek kullanılmıştır. Anket formundan edinilen veriler SPSS 24 istatistik programına işlenmiştir. Betimsel istatistiklerden yüzde, ortalama, standart sapma ve frekans hesaplanmıştır. Anket formu araştırmacı tarafından geliştirildiğinden dolayı güvenilirlik katsayıları ve faktör analizi detaylı bir biçimde incelenmiştir. İstatistiki olarak uygun olması halinde parametrik analizler yapılarak değişkenler arasındaki ilişki ve anlamlılık değerlendirilmiştir.

ARAŞTIRMA HİPOTEZİ

Bu çalışmanın ana hipotezi “*Karabük’teki Demir Çelik işletmesi çalışanlarının iç girişimcilik algıları ile işletme başarısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır*” şeklinde belirlenmiştir.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma sorusunun test edilmesinde anket/ölçek analizi tekniği kullanılmış olup, araştırmanın evrenini Karabük’te faaliyette bulunan Demir Çelik işletmelerindeki mavi yakalı, beyaz yakalı ve mobil yakalı çalışanlar oluşturmaktadır.

Araştırmanın yapıldığı Ekim 2020 – Nisan 2021 döneminde Karabük Ticaret ve Sanayi Odası (TSO)’na kayıtlı kapasite raporu bulunan, kapasite ve çalışan sayısı bakımından standart bir yapıda, Kardemir ve bağlı kuruluşları hariç 36 Demir Çelik İşletmesi kapsam dahilindedir. Çalışan sayılarının 40 kişi ile 450 kişi arasında değiştiği tespit edilmiş ve ana kütle ortalama hesaplama yöntemleri ile tahmini olarak 8820 kişi

$((40+450)/2 * 36)$ olarak hesaplanmıştır. Bu ana kütleyi %5 hata payı ve %95 güven aralığında temsil yeteneğine sahip örneklem miktarı ise yaklaşık 368 kişi olup (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 137) bu kapsamda ise 371 kişiye anket çalışması uygulanmıştır.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Bu çalışma Karabük ilindeki Demir Çelik işletmeleri çalışanları ile sınırlı olup, araştırmada kullanılan anket formu, araştırmanın hedeflerine uygun bir biçimde tasarlanmış ve bu doğrultuda verilerin toplanması için beklenen koşulları karşıladığı ve katılımcıların içtenlikle, doğru bir şekilde soruları cevapladığı varsayılmıştır. Tüm Dünyayı etkisi altına alan ve ülkemizde de yoğun bir şekilde yaşanan Pandemi koşullarından dolayı yüz yüze iletişimde güçlükler yaşansa da yeterli kitleye ulaşılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma konusu ile ilgili temel kavramlara yer verilerek, çalışma kapsamı ile ilgili olarak ön bilgilendirmenin yapılması amaçlanmıştır.

1.1. Girişimcilik

Bu bölümde ülke kalkınmasında ve istihdamda son derece önemli rolü olan girişimcilik kavramı ile ilgili literatür bilgilerine yer verilmiştir.

1.1.1. Girişimciliğin Tanımı ve Önemi

Girişimcilik, insanın yeni şeyler ortaya koyma ve risk alma gibi özellikleriyle birlikte üretkenlik kabiliyetini ifade eden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanayi devriminden önce girişimciler, ticaretle uğraşan kişiler olarak tanımlanmıştır. Ancak, sanayileşmeyle birlikte girişimcilik kavramı yeni nitelikler kazanmıştır. Girişimciliğin geçirdiği bu gelişmeler, ekonomideki varlığını değerli hale getirmiştir. Genel iktisadi manada girişimcilik terimi bir üretim faktörü şeklinde ele alınmaktadır. Mal ile beraber hizmeti üretebilmek için gerekli olan riski üstlenen ve varlığı yatırıma dönüştüren doğal kaynak, emek ve sermayeyi birleştirerek, mal ve hizmet üretiminde gerekli olan girişimi başlatan, bunun için para kaynaklarını ve üretilen mal için pazarları bulan kişiye girişimci adı verilmektedir (Küçük, 2011: 25-34).

Girişimcilik kavramı sözlükte “girişimci olma durumu”nu, girişimci ise “üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse”yi ifade etmektedir (tdk.gov.tr). Bu çalışma kapsamında girişimcilik, insan ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik sorunların çözümlenmesine girişmek anlamında kullanılmıştır. Kısaca, bir sorunu çözmek için bir şeye girişmektir. Teşebbüs, kelimesi girişimcilik kelimesi ile eş anlamlı kelime olarak karşımıza çıkarken, müteşebbis kelimesi de girişimci olarak literatürde yerini almıştır.

Günlük kullanım dilinde ise; bir fikri olan ve buna istinaden bir girişim başlatıp, kendi işini kuran kişiye “girişimci” adı verilirken, yapılan bu faaliyete “girişimcilik” denilmektedir.

Literatürde yer alan girişimcilik tanımları, Çiçeklioğlu ve Afşar (2017) tarafından tablo 1’deki gibi derlenmiştir.

Tablo 1. Girişimcilik Kavramı Tanımlamaları

Kaynak	Tanımlar
Hisrich & Peters, 1998; Kinicki, (2003)	Girişimcilik yeni şeylerin meydana gelmesinin süreci ve risk ve kazançların tahmini olarak belirtilmiştir.
Shane & Venkataraman (2000)	Girişimcilik; karlı fırsatların varlığı ve girişimci bireylerin varlığı arasındaki ilişki olarak ifade edilmektedir.
Hisrich & Peters (1989)	Girişimcilik, zaman ve çabayla oluşturulmuş değerli bir farklılığın süreci; beraberindeki finansal psikolojik ve sosyal risklerin tahmini ve parasal ödül ve kişisel tatminin alınması olarak ifade edilmektedir.
Kirzner (1973)	Girişimcilik, pazardaki muhtemel eksikliklerin ve dengesizliklerin doğru şekilde tahmin edilmesi yeteneği ile fırsatların keşfedilmesidir.
Stevenson, Roberts & Gousbeck (1985)	Girişimcilik bireylerin ya sahip oldukları veya bir organizasyon içinde, hali hazırda kendi kontrollerinde olan kaynakların haricinde fırsatların peşinden gitmeleridir.
Stevenson & Sahlman (1989)	Girişimcilik bireylerin ya sahip oldukları veya bir organizasyon içinde, hali hazırda kendi kontrollerinde olan kaynakların haricinde fırsatların peşinden gitmeleridir
Ronstadt (1984)	Girişimcilik, kurulmuş olan sürekli artan bir zenginliğin dinamik süreci olarak tanımlanmıştır.

Kaynak: Çiçeklioğlu ve Afşar, 2017, s.5.

1.1.2. Girişimciliğin Stratejik Derinliği

İlkel toplumlarda bireyler doğanın verdiği kaynaklarla geğimini sŸrdŸrmekteydiler. Gelişim sŸrecinde insanların besin olarak kendi kendilerine bŸyŸyŸp fazlalaşan hayvanları yeterli bulmayıp onları evcilleştirerek yetiştirmeleri; hayvancılık alanında attıkları ilk adımdır. Toprağın ekim işi çok ŸstŸnkŸrŸ yapılmakta lakin elle ya da tahta araçlar ile ve yŸzeyde kalacak biçimde işlenebilmekteydi (Lajugie, 1968, s.17).

Toplayıcılık ve avcılıktan yerleşik tarıma geçiş dŸnemi bireylerin sosyal ve ekonomik bŸyŸme hızını bŸyŸk payda arttırmıştır (GŸran, 1991, s. 4). Tarıma dayalı olan kŸy ekonomisinin ekonomik birimi, derebeylik ve etrafındaki yerleri kapsayan kŸy veya iftliklerdir. Vergilere karşılık olarak onu kendileri için işleyen kŸylŸlere derebeyler tarafından topraklar verilmiştir. Derebeyler kŸylŸyŸ korumak ile kŸylŸ de derebeylerin verdiği gŸrevleri yerine getirmekle sorumludur. Takas ekonomisine dayalı bir ticaretin yaşandığı bu dŸnemde, kişi sel girişimcilikten bahsetmek pek de mŸmkŸn olmamaktadır (Vural, 2006, s.41).

KŸŸk el sanatlarına dayanan kent ekonomisinde, kentler ekonomik etkinliklerin temel taşi konumundaydı. Ticaret ve endŸstriyle ilgilenmekte olan kentler, her çeşit tarım faaliyetinden uzak durmaktaydı. Bu hal de onları, yiyeceklerini etraftaki kŸylerden temin etmeye ve yaptıkları eşi yayı da aldıkları yiyeceklere karşılık bu kŸylere satmaya itmiştir. BŸylelikle basit bir işi akışı ve işi bŸlŸmŸ oluşturulmuştur. Bu hal sadece kŸylerle kentler arasında kalmayıp, zanaatkârlarla Ÿreticiler arasında da gelişmeye başlamıştır. Git gide daha farklı ve çok sayıda meslekler meydana gelmiş, bunlar da kendi ilerinde gruplara ayrılarak birçok farklı el sanatlarına bŸlŸnmŸřtŸr (Vural, 2006, s.42).

Orta ağ ile Modern ağ'ın başları arasında tıpkı tarımda olduğu gibi sanayide de çok bŸyŸk bir sıçrama olduğundan bahsetmek mŸmkŸn değildi. Sanayide gerçekleşen yenilikler tarımdan farklı olarak çok yavaş olsa da sŸrmeye devam etmiştir. 16. ve 17. yŸzyıllardaki yeniliklerin çoğu bulunan teknolojilerdeki kŸŸk dŸzeltmelerden ibaretti. Makinenin icadı, bahsi geçen bu yŸzyıllar sonrasındaki en bŸyŸk gelişmedir (Lajugie, 1968, s. 33 – 36).

Girişimcilik olgusunun sanayi toplumunun son bulup bilgi toplumuna geçiş sürecinde taşıdığı önemi gelecekte de sürdüreceği öngörülmektedir. Girişimcilik ilk başta, kişilerin kendi varlıklarıyla iş kurması şeklinde açıklanıyordu. Fakat bu tanımlamanın haricinde literatürde çeşitli yaklaşımlar ve bu yaklaşımlara yönelik başka yönlerden değerlendirilmiş girişimcilik açıklamaları bulunmaktadır. Misal olarak; klasik döneme bakıldığında iktisatta dört ana yaklaşımdan söz edilmektedir. Bunlardan ilki; kâr seviyesini saptayan bir girişimcilik, ikincisi; tamamen rekabet şartlarındaki girişimcilik; üçüncüsü; Schumpeter'in yenilikçi olan girişimci modelidir. Bahsi geçen bu modelde ekonomik gelişmeyi hızlandıran bir girişimcilik söz konusudur. Sonuncu yaklaşımsa üretimlerdeki karar verici niteliğini sağlayan girişimcilik yaklaşımı şeklindedir (Güney, 2015, s.30).

Ortaçağ dönemi araştırıldığında; girişimcilere büyük projeleri yöneten bireyler gözüyle bakılmaktaydı. 17. yüzyılda girişimci, bir sorumluluğu yerine getirmek için hükümet ile sözleşme sağlayan bireylere söylenmekteydi. 18. yüzyılda girişimcinin hem üretim hem de dağıtımda yer bulunduğu koordinasyonu sağlayan ve lider olan kişi olarak açıklandığına rastlamaktayız. 19. yüzyılda girişimcinin görevlerine hizmet ve mal üretmenin yanı sıra yöntem ve yeniliklerin sunulması da katılmıştır. 20. yüzyıla baktığımızda da daha da fazla özgürleşen, kişiselleşen fakat daha çok globalleşen dünya da girişimciliğin açıklamaları gelişim göstererek, bir ülkenin ekonomik kalkınmasının girişimciliğin seviyesine bağlı olarak görülmeye başlanmasına neden olmuştur (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s.5).

İnsan gereksinimlerini sınırsız olarak açıklayan iktisat bilimi; bu gereksinimlerin giderilmesi adına üretim maddelerini toplayarak üretimin gerçekleşmesini girişimcilik, bu işlemi yerine getiren bireyi de girişimci olarak açıklamaktadır. Sanayiden bilgi toplumuna geçiş beraberinde girişimcilerin bilgileri ile ekonomideki yeri çok daha önemli hâl almıştır. Gelişmiş ülkelerin, gelişmişlik düzeylerini bu girişimcilere borçlu olduğunu dile getirmek mümkündür. Bilhassa yalnızca ekonomik manada değil, özgürlük, demokrasi gibi hususlarda da yine girişimciliğin öneminden söz edilmektedir (Top, 2006, s. 32).

Türkiye'de girişimcilik yeteri kadar gelişmemiştir. Gelişmeme sebebinin altındaki nedenler araştırılırken, Cumhuriyet öncesi döneme kadar ele alınmasında fayda vardır. Bunun nedeni Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Türkler genellikle

çiftçilik ve askerliği meslek olarak seçilmiş olup ticaret diğer tebaalara kalmıştır. Savaşın ardındaki döneme bakıldığında yerli halkın ticari faaliyetlere uyum sağlamakta zorlanmışlardır (Küçük, 2005, s. 33).

Türklerin Orta Asya'dan göç edip Anadolu'ya yerleşmeye başlamaları ile birlikte girişimcilik ve özellikle sanatkârlık (zanaatkârlık) alanlarında fazlasıyla faal olduklarını görmekteyiz. Nitekim Selçuklular ile Osmanlıların kuruluş döneminde bir esnaf ve sanatkâr topluluğu olan ahilik teşkilatının mükemmel başarılı ve etkili olduğunu görüyoruz. Osmanlıların aynı zamanda politik bakımdan da etkili olduğu bir dönemdir kuruluş ve yükselme dönemleri. Lakin Osmanlıların İmparatorluk döneminde adeta İmparatorluğu meydana getiren toplum grupları arasında iş bölümüne gidilerek Türklerin ticaret dışında bırakıldığını gözlemlemekteyiz. Ticaret işi Osmanlı imparatorluğunda Müslümanlardan ziyade Yahudiler, Ermeniler, Rumlar, Levantenler üstlenirken, Türkler ulemalık, askerlik, tarım ve bürokratik gibi işlerle ilgilenmeye yönlendirilmişlerdir (Müftüoğlu ve diğerleri, 1996, s. 25). Bu konuyu açıklayan Tilki Kuyruğu başlıklı şöyle bir hikâye anlatılır;

Osmanlı döneminde Erzurum'un bir köyünde çift süren bir Türk bir küp altın bulmuştur ancak ne yapacağını bilemediğinden muhtara sormuş, muhtar da ticareti bilmediğinden çiftçiyi Erzurum'un merkezinde büyük bir tüccar olan Agop Ağa'ya yönlendirmiştir. Ağa kısaca büyük bir dükkân satın almasını, lüks şekilde döşemesini ve avcılardan belli bir akçe karşılığında tilki kuyruğu alıp satmasını önermiş. Köylü ağanın dediklerini yaptıktan sonra deposu tilki kuyruğu ile dolmuş fakat hiç talep olmadığından satış yapamamış. Bir müddet sonra da iflasın eşiğine gelmiş. Bu sırada zamanın padişahı tebdil-i kıyafet köylünün dükkânına gelmiş. Kısa bir sohbetten sonra bu duruma nasıl geldiğini sormuş. Köylü de büyük bir tüccar olan Agop Ağa'nın kendisine bu akli verdiğini ama kandırılmış olduğunu çok geç anladığını söylemiş. Padişah da gün doğmadan neler doğar diyerek oradan ayrılmış. İstanbul'a vardığında şöyle bir ferman çıkarmış: "Osmanlı memleketinde yaşayan tüm azınlıklar şapkalarına tilki kuyruğu takmak zorundadır."

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, girişimciler, Sanayi Devrimi'nden sonra batı ile daha fazla ilişkisi olan ve bilgi paylaşımında bulunan asılı Rum, İtalyan, Yahudi olan Türk vatandaşlarıydı. Bahsi geçen bu Türk vatandaşları ithalatçılar, bankerler ve genellikle tüccarlardır. İmparatorluk döneminde askeri

hedefler ile yapılan işler, bir başka girişimci tipidir. Bu işlerin yabancı uzmanlar aracılığı ile yapılmış olması, Osmanlı paşa ailelerinden gelip, bugün sanayici olarak isimlerini söyleyebileceğimiz bireylerin sayısının yok denecek kadar az olmasına sebep olmuştur (Arıkan, 2004, s.14).

Türkiye’de girişimcilik bilhassa 1980 senesinden itibaren mühim gelişmeler kaydetmiştir. Bahsi geçen bu gelişmede, 24 Ocak 1980 kararları ile yürürlüğe giren ekonomik gelişme alanındaki stratejide meydana gelen değişimler önemli yer tutmaktadır. 24 Ocak 1980 kararları ile Türkiye, ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisini terk etmiştir. Beraberinde serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçmeye karar veren Türkiye’de, gerçekleşen strateji değişikliğine paralel olarak, serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en mühim aktörleri halinde olan girişimciliği ve bilhassa ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları öne sürülmüştür (Arıkan, 2004, s. 17).

1990’lı senelere baktığımızdaysa, devletin ekonomi içinde çok fazla bulunduğunu, belirsizlik ortamının halen geçerlilik gösterdiğini dile getirmek mümkündür. Lakin tüm bu olumsuz unsurlara karşın, Türkiye’de girişimcilik hızlı bir şekilde artış sağlamıştır. Gümrük Birliği’ne girilmesi beraberinde, girişimcilerimiz ayakta durabilmenin yollarını edinmeye çalışmışlardır. Pazarlarda efektif olarak mal satabilmek amacı ile yeterli bilgiye sahip olmak için bilgi sahibi olması gerektiğini bilen, uluslararası piyasalarla rekabet içerisinde olabilmek için yabancı dil öğrenen yeni bir girişimci türü ortaya çıkmaktadır. Verimlilik, kalite uluslararası pazarlama için gerekli, rekabet günü arttırıcı teknolojik gelişmelerden haberdar bir girişimci kesim oluşmuştur. Hedef müşteri gruplarına yönelmeyi, piyasalaşmayı, rekabeti öğrenen ve “Neyi, nasıl üretip, kime satacaksın?” diye soran yeni bir girişimci kesim hızla geliyor ve artış gösteriyordu (Müftüoğlu vd., 1996, s. 25).

İnsanların, adını iletişim toplumu ya da bilgi koyduğu 21. yy da teknoloji ve bilimde olan gelişmelere paralel olarak; girişimcinin ve girişimciliğin toplumdaki önemi ve ekonomik değeri fazlasıyla artmıştır. Bunun etkisiyle de kişiye ve kişisel yeteneğe dayalı girişimcilik ön öne çıkmış ve insanın entelektüel üretkenlik yeteneği fazlasıyla değerlendirilmiştir (Gödek, 1994, s. 39, 40).

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bünyesinde 1990 yılında kurulan KOSGEB’in kurulma sebeplerinin başında ülkenin sosyal ve ekonomik

gereksinimlerini sağlamada küçük ve orta ölçekli kuruluşların payını ve faaliyetinin arttırmak gelmektedir. Bunun beraberinde girişimcilerin rekabet kuvvetlerinin geliştirilmesi bu konuda hizmet ve destek sunarak rollerinin artmasını sağlamak amacıyla kurulmuştur. Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi ve yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla uygun tedbirlerin alınması, girişimcileri desteklemek bu organizasyonun görevleri içerisinde (KOSGEB, 2019).

Başarı sağlayacak işletmelerin oluşturulmasında girişimciliği geliştirip yaygınlaştırmak için KOSGEB destek sağlamaktadır. Bu hedef ile KOSGEB 30 Aralık 2016'da yayımladığı 2020 Girişimcilik Eylem Planı içeriğinde; katılımcı ve üye ülkelerden girişimciler ile kendi destek hizmetlerini geliştirmelerini sağlamak, girişimcilik potansiyelini yükseltmek, girişimcinin önündeki engelleri kaldırmak, iş geliştirmek eğitim programları uygulamak mentörlük hizmeti vermek ve girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmayı hedeflemektedir (KOSGEB, 2016). Ayrıca KOSGEB, Kadın Girişimciliğini Geliştirme Avrupa Ağı-WES'in ulusal koordinatörü ve üyesidir.

1.1.3. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik tür olarak farklı şekillerde ifade edilmektedir. En sık rastlanan girişimcilik türlerine aşağıda yer verilmiştir.

1.1.3.1. Bağımsız Girişimcilik

Bağımsız girişimcilik ile ilk defa kurulan ve bağımsız biçimde olan girişimcilikler tanımlanmaktadır. Bu girişimcilik türündeki girişimciler; bilgi/becerilerini, deneyim ve hayallerini kendi güçleri ile ve ilk sefer olan girişimlerinden oluşmaktadır. Burada anlatılmak istenen temel nitelik girişimcinin işini yürütebilmek için en uygun yöntemleri kendi başına keşfetmesi ve uygulamasıdır (Top, 2006).

1.1.3.2. Kadın Girişimciliği

Girişimci kadın, piyasa ekonomisine bakıldığında “kendine ait bir işi olan, tek başına çalışan veya yanında personel çalıştıran, kredi edinmeye yönelik kaynak

araştıran, mal üreten, satan ya da hizmet veren, işiyle alakalı problemleri girebilen, karşı karşıya kaldığı her çeşit olaya uyum sağlayabilen ve çalıştığı işte ve ortamda gerekli deneyim ve bilgi edinmeye çaba sarf eden kadın” olarak açıklanmaktadır (Dhillon, 1993, s. 32; akt. Emer, 2019, s. 30). 2007’de sunulan “KOBİ Stratejisi Eylem Planı” raporundaki bir diğer tanıma göre ise; kazanılan gelirin kullanımında ve yatırımında kontrol sahibi olan kadınların da girişimci olarak nitelendirilmesine girişimci kadın şeklinde ifade edilmiştir (Ecevit, 1993, s. 24).

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal açıdan yol kat etmesinde kadın girişimcilerin çok önemli bir rolü vardır. Bundan dolayı gelecekteki iş dünyasının inşasında pasif işgücü hâlinde olan kadınların aktif işgücü hâline geçirilmesinin ülke ekonomisindeki kalkınmaya çok faydasının olacağı şüphesizdir (Can ve Karataş, 2007, s. 253-254).

Günümüze bakıldığında teknoloji, endüstriyel ve sosyo-ekonomik ortamdaki değişimler kadınların iş hayatında daha fazla yer almasına sebep olmaktadır. Bilgi teknolojisindeki değişimler ve eğitim görmüş kadın sayısındaki artışla kadınlar iş yaşamının hemen hemen her ortamında çalışmaya başlamıştır (Güney, 2006, s. 26). Bilhassa hizmet alanındaki hızlı gelişmeyle hizmet sektöründe kadınlar 2016 senesinde %53. 7, 2017 senesinde %54. 1 ve 2018 senesinde %55. 4 oranında çalışma göstermiştir (TÜİK, 2018).

1.1.3.3. Çevreci Girişimcilik

Eko girişimcilik bir diğer ismi ile çevreci girişimcilik çevresel problemleri gidermek adına çıkan sonuçları değerlendirerek meydana gelen girişimciliktir. Bilhassa 1990’lı senelerden sonraki zamanlarda çevreye karşı duyarlı, kirliliğe karşı tedbirler, atıkları geri dönüşüm ile tekrardan kazanılması yeni girişimcilik olanakları öne sürmüştür. Kısaca başkalarının atıklarının, çöplerinin geri dönüşümle tekrar kazanılmasıdır (Top, 2006).

Dünya nüfusunun git gide artması tüketimin artmasına sebep olurken, tüketimin artması da üretimde artışı beraberinde getirmektedir. Bilhassa gelişim sürecinde olan ülkelerde refahı artırmanın en mühim yöntemlerinden biri ekonomik kalkınmadır. Tüm bunları değerlendirdiğimizde çevreyi korumanın bir lüks olduğunu hatta firmaların maliyeti artıran faktör olarak gördüğünü gözlemlemekteyiz. Beraberindeyse küresel

ısınma, çevrenin kirlenmesi, doğal kaynakların hızlıca harcanması gibi sorunları bir araya toplamaktadır. Burada mühim olan sivil toplum kuruluşların, sanayi örgütlerin hükümetlerinin sorumluluklarını artırmasından geçer. İşletmeler gelişip büyürken çevreyi koruma anlayışı ile yeni yaklaşımlar özümsemelidir (Karadal, 2016, s.18).

Eko girişimcilik tam bahsi geçen bu konuda yeni fırsatlarla karşımıza gelmektedir. Sürdürülebilir kalkınmaya, kaynakların devamlı ve etkin kullanımı, gelecek nesillere daha da yaşanabilir bir dünyanın bırakılmasını sağlamak her kesimin sorumluluğudur. Günümüze baktığımızda eko girişimcilik alanları git gide büyüme göstermektedir (Karadal, 2016). Kurum ve kuruluşlar Eko girişimciliği kentsel rekabet ve sosyal sermayeyi artırmak için bir strateji olarak kullanabilirler: Artan “demokratik açıkların” (örneğin daha fazla seçkinler ve daha az doğrudan demokratik kontrol) küresel çağında sadeyi aramak, sosyal sermayeyi (örn.ortaklaşa öğrenme ve dayanışmanın ağları yoluyla) inşa etme yolunda yaygın bir gerekçe için insanları bir araya getirmeyi hedeflemek gereklidir (Çelik, 2015, s. 9).

1.1.3.4. Sosyal Girişimcilik

Kamusal veya ticari sektörlerin tamamında kar amacı gütmeyen gerçekleştirilen yenilikçi, sürdürülebilir ve sosyal bir değer yaratan faaliyetleri nitelendirmektedir. Daha kapsamlı bir tanım ile tüm sektörlerde, fırsatların peşinden gidilen ve ilgili fırsatları değerlendirmek için riskler alınan, yenilikçi ve sürdürülebilir sosyal bir süreci ifade etmektedir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015, s. 10).

Girişimciler ticari girişimlerde buldukları kadar sosyal girişimcilik faaliyetlerinde de bulunmaktadırlar. İşletmenin temel amacı kâr elde etmektir. Ancak günümüzde sosyal bakış açısına sahip olmayan bir girişimcilik anlayışının kabul edilmesi söz konusu olamamaktadır. Bu kapsamda değerlendirdiğimizde, sosyal girişimciliği, ekonomik ve sosyal değer yaratılması süreci olarak ifade edilebilmektedir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 84.)

Yaşanılan ve faaliyet gösterilen çevredeki toplumsal sorunların çözümlenmesi adına yapıcı davranışlar sergileyen kişilere de sosyal girişimciler adı verilmektedir. Sosyal bir vizyona sahip ve ihtiyaç odaklı düşünen bu girişimciler ticari girişimciler

gibi yenilikçi ve yaratıcı fikirler geliştirerek mücadelecî ruhlarını ortaya koymaktadırlar (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 92; İçerli ve Karadal, 2013, s.358).

Sosyal girişimcilik faaliyetleri, sivil toplum örgütleri gibi kâr amacı gütmeyen kurumlar tarafından gerçekleştirilebileceği gibi, kâr amacı güden ticari işletmeler de bu faaliyetlerde bulunabilir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015, s. 7).

Türkiye’de çok fazla örneğini göremesek de, Türkiye dışındaki özellikle Avrupa ülkeleri ve Amerika’da sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmeler için neredeyse bir zorunluluktur. Bu ülkelerde firmaların müşteri kazanımı ve bağlılığını sağlayabilmeleri için çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk projeleri geliştirdikleri görülmektedir. Türkiye’de ise firmaların bu tür faaliyetlere çok ağırlık vermediklerini görmekteyiz. Bu tür faaliyetlerde bulunan firmalara örnek vermek gerekirse; Migros’un sokak hayvanları için özel paketlediği mamaları gösterebiliriz. Tek porsiyonluk cüzi fiyatlara satılan bu mamalarla sokak hayvanların doymasının yanı sıra, satıştan elde edilen gelirden yine sokak hayvanları yararına harcanmaktadır.

1.1.3.5. Diğer Girişimcilik Türleri

Küresel girişimcilik; Küreselleşmenin bir sonucu olarak tüm piyasalarda rekabet artmıştır. Dünya genelinde rekabet üstünlüğünün kurulabilmesi ve sürdürülebilmesi için bazı girişimciler ilgili zorlukları göze alarak yurtdışı piyasalarına açılmaktadırlar. Bu şekilde dış piyasaya açılan girişimciler küresel girişimcilik türünü oluşturmaktadır (Karadal, 2016).

Kopyacı girişimcilik; sektör ve iş alanlarının artan bilgi ihtiyacına cevap verebilecek bilgi birikimine sahip olmamayı belirtir. Etrafından gördüğü kadarı ile onların faaliyetlerinden kopya çekerek girişimcilikte bulunmak demektir. Bu tarz girişimcilik için kopyacı girişimcilik terimi kullanılmaktadır. Ancak İş fikri; başkalarının iş fikirlerini kopyalamak veya değiştirerek kullanmak, başka birinden iş fikri satın almak veya kendi iş fikrini geliştirme yoluyla bulunabilir (Büber, 2012, s. 91). Yazılı olmayan birçok iş fikri unutulmuş hayata geçirilemediğinden bulunan iş fikri yazılı hale getirilmelidir (Döm, 2008, s. 92).

Stratejik girişimcilik; Eş zamanlı biçimde şansları araştırma (girişimciliğe odaklanma) ve işletme için rekabet avantajı oluşturmaya dönük davranışlarda

bulunarak (stratejik odaklanma), yüksek bir işletme performansının meydana gelmesine yönelik süreçlerden oluşmaktadır (Ireland, Hitt ve Sirmon, 2003, s. 963-989).

Göçmen girişimciliği; Küreselleşme ile birlikte dünya genelinde homojen bir ülkenin kalmadığından bahsetmek mümkündür. Bu nedenle az gelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere bir göç trafiği söz konusudur. Bu trafik sonucunda göç edenler ilgili ülkede kendi işlerini kurarak göçmen girişimciliğini oluşturmaktadırlar (Karadal, 2016).

Fırsat girişimciliği; hali hazırda bulunan veya olma ihtimali muhtemel görülen pazarda ortaya çıkan değişiklikleri gözeterek bu fırsatların değerlendirilmesine denmektedir. Pazarda boşluğu dolduran girişimci olarak da isimlendirilmektedir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015, s.15).

Dijital (Sanal) girişimcilik; yeni dijital teknolojiler kullanarak yeni girişimler oluşturmak ya da var olan işletmeleri dönüştürüp geliştirmeye yönelik girişimcilik türüdür. İnternetin hayatımıza girişi ve iş dünyasında odak noktası olmasıyla birlikte yeni girişimcilik fırsatları da beraberinde gelmiştir. Kendine has fikri bulunan ancak bu fikri hayata geçirebilecek yeterli birikimi olmayan girişimciler, uluslararası platformlardaki yatırımcılara ulaşarak uygulamaya geçebilmek için bilgi teknolojilerinden yararlanmaktadır. Yani dijital platformlardan girişimcilik projelerini hayata geçirmektedirler. Bir diğer açıdan baktığımızda girişimcilerin internette açacağı bir siber mağazayla geniş bir pazara ulaşması mümkün olabilmektedir (Soysal, 2015). Örneğin aliexpress'te sayfası olan bir girişimci dünya genelinde satış ağına sahip olabilmektedir. Hem de fiziki bir mağazadan daha az maliyetli olmaktadır.

İç Girişimcilik; daha sonraki bölümlerde detaylı olarak ele alındığından dolayı bu kısımda ayrıntıya verilmemiştir.

1.2. Girişimci Kavramı

Girişimci kavramı günümüzde oldukça popüler bir terimdir. Bu terim için birçok tanım bulunmaktadır. Kavram ilk defa ünlü ekonomist Richard Cantillon tarafından öne sürülmüştür. Cantillon'a göre fırsatları görebilen ve risk alan kişiler girişimci olarak tanımlanmaktadır (Marangoz, 2018). TDK'ya göre "üretim için bir işe

girişen yani müteşebbis, ticari, endüstriyel alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse” (TDK, 2021) şekline ifade edilmektedir.

Girişimciyi mal veya hizmet üretimi için gerekli olan sermaye, emek, bilgi, doğal ve fiziki kaynaklar gibi üretim faktörlerini bir araya getiren ve bunu yaparken risk yüklenen kişi ya da kişiler olarak tanımlayabiliriz. Girişimciler başkalarının yaşadığı karışıklık veya kaos olarak adlandırdığı durumları yaşadığı dönemlerde doğan fırsatları fark eden kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Etraflarında ve tüm piyasalarda başkalarının göremediği fırsatları fark eden ve saptayan, bu fırsatları ve tüketici taleplerini iş fikrine dönüştüren, bu amaçla işletme kuran ve risk yüklenen kişilerdir (Ülgen Aydınlik, 2015, s.7).

Girişimciler özel ve tüzel kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1. Girişimcinin Temel ve Kişisel Özellikleri

Girişimci kişiler yoğunlaştıkları işler ve aldıkları sorumluluklar ile diğer çalışanlardan ve sermayedarlardan farklı niteliklere sahiptirler (Marangoz, 2013: 6-7). Girişimciler genelde diğer inşalara örnek teşkil edecek özellikler gösteren inşalardır. Girişimciler sergiledikleri faaliyetler ve yenilikler ile yeteneklerini açıkça gösterirler. Yönetim becerileri düşük olsa da özerliğe yönelik arzuları ve risklere dair benimseyici tavırlar göstermektedirler (Güney, 2008, s. 60).

Girişimci bireyler yalnızca maddi veya manevi konumlarını yükseltmeyi hedeflememektedirler. Bu hedeflerinin yanı sıra ekonomik bir değer ve gelir düzeneği yaratmayı amaçlamaktadırlar. Literatürde mevcut tüm tanımlamaların ortak noktası, girişimcinin *“başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine ve kâr’a dönüştürebilmesi”* ve *“risk almaya olan yatkınlığı”* olarak karşımıza çıkmaktadır (Ülgen Aydınlik, 2015, s.7).

Literatürde girişimci bireyin ortak özelliklerine dair birçok çalışma bulunmaktadır. En belirgin özellikleri: risk yönetimi, özerlik, başarı ihtiyacı, özgüven, yaratıcılık ve yenilikçilik ile liderlik olarak sıralanabilmektedir (Özer, 2017, s. 12; Keskin, 2014, s. 73).

Aşağıdaki tabloda girişimcilerde bulunması gereken özellikler literatüre göre sıralanmıştır.

Tablo 2. Girişimci Özellikleri

Öngören	Yıl	Öngörülen Özellikler
Schumpeter	1954	Yenilikçi olan, İnsiyatif alan
McClelland'den aktaran Carland	1961-1984	Risk Alabilen, Başarı Güdülü
Hansemark	1998	Başarı Güdülü, Kontrol Odaklı
Thompson	1999	Farklılık Yaratın, Fırsatlardan Faydalanan, Kaynak Keşfeden, Değer Üreten, Ağ Bağlantıları Kuran, Bilgi-Beceri Yetkinliği Olan, Sermaye Üreten, Risk Sorumluluğu Alan, Zorluklara Karşı Mücadeleci Olan, Yaratıcılık Yetisine Sahip ve Yenilik Yapabilen
Witt	2004	Ağ Bağlantıları Kuran
Hisrich	2005	Yenilikçi, Risk Alan, Değişim Merkezli, Proaktif
Kutunis	2006	Risk Alan, Başarma Güdülü
Kenney ve Muhtaba	2007	Hesaplanır Risk Alan, Esnek Olan, Yaratıcılık Yetisine Sahip, Özerk Olan, Problem Çözme Kabiliyeti Olan, Başarı Güdülü, Hayal Gücü Kuvvetli, Kontrolün Kaderde Olduğuna İnanan, Liderlik ve İkna Kabiliyeti Olan, Çalışkan ve İnsiyatif Kullanabilen
Raposo	2008	Liderlik ve Özgüven sahibi, Ekonomik Hırs Sahibi, İyimser, Bağımsızlık ve Özerklik Tutkunu, İşe Adanmış
Bozkurt ve Alparlan	2013	Özgüvenli, Dürüst, Risk Alan, Yenilikçi Düşünen

Kaynak: Metin Ocak, Bazı Öncülleri Ve Sonuçları Bağlamında Kurumsal Girişimcilik: Görgül Bir Araştırma, 2014, s 14

1.2.1.1. Risk Yönetimi

Bir kişinin karar ya da tutumları sonucunda kaybetme ihtimaliyle karşı karşıya kalmasına risk denir. Risk alma hâli ise, kişilerin risk ile ilgili algılarına göre biçimlenir (Özkalp, 2000). Girişimcilerin risk alma oranları çoğunlukla yükseklik

göstermektedir. Yenilik ve yaratıcılıkların mimarı olabilme olasılığına karşın bu isteklerini ortaya koyarlarken başarısız olma riskini de almış olurlar (Emre, 2007, s. 42). Bu riski göze alarak başarı olasılığını arttırdıklarını da söylemek mümkündür.

Girişimcilik kaynaklarının önemli bir bölümünü risk ve risk alma olgusu oluşturmaktadır. Bahsi geçen bu durumun en önemli nedenleri; girişimci kişinin yeni bir iş kurmaya başlarken yalnızca girişimin riskini üstlenmemesi ve bununla beraber uzmanlık ve finansal alanındaki risklerini de almasından kaynaklanır. Girişimcilik faaliyetler için yatırımın gerekli olması meydana gelebilecek bir aksilik halinde söz konusu olan riskler üzerinden girişimciye ciddi zararlar vermesine sebep olabilir. Lakin yanlış ve hatalı hareketlerin, başarıya ulaşma ve vizyonu gerçekleştirme adına gereken adımlar biçiminde görülmesinin gerekli olduğu hatırlanmalıdır (Gürol, 2006, s. 13).

Risk almaya isteksiz olduğunda kişinin kendisine engel koyan başarısızlıklarla karşılaşma ve yapabileceklerini de engelleme olasılığı artacaktır. Bundan dolayı girişimcilerin almış oldukları risklere karşı her zaman duyarlı olmaları zaruridir (Emer, 2019, s. 23).

Girişimcilerin risk üstlenme davranışlarıyla diğer kişilerden ayrıldıkları, lakin bahsi geçen bu durumun tüm girişimciler için geçerlilik göstermediğine rastlanılmaktadır (Lafuente ve Salas, 1989, s. 23 akt. Emer, 2019, s. 23). Brockhaus (1980, s. 520) bu konuda girişimci olan bireylerin diğer bireylerden ve idarecilerden farklılık göstermediğinin tespitini sağlamış; lakin deneyimli girişimcilerle yeni girişimci bireyler arasında farklılık olacağına da üstünde durmuştur (akt. Emer, 2019, s. 23).

Masters ve Meier (1988, s. 34), idarecilerle girişimcilerin veya erkeklerle kadınların arasında hiçbir farkın bulunmadığını söylemişlerdir. Kihlstrom ve Laffont (1979, s. 719) ise, risk almaktan sakınmayan bireylerin girişimci, sakınan bireylerin çalışan olduklarını benimsediklerini vurgulamak sureti ile risk almanın girişimcileri diğer bireylerden farklı kıldığını belirtmiştir (akt. Emer, 2019, s. 23).

1.2.1.2. Özerklik

Kişi ya da kişilerin bir düşünce veya bir vizyonu gerçekleştirirken bağımsız olarak hareket etmesine özerklik denilmektedir. Çoğunlukla fırsatları izlemeye kendini yönlendirme arzusu anlamına geldiği gözlemlenmektedir (Lumpkin ve Erdoğan, 1996, s. 140). Küçük kapsamlı veya işin tasarımı olarak incelendiğinde iş özerkliği, iş yöntemlerinin seçilmesi, iş planındaki denetim ve kişinin bireysel performans kurallarını seçmesi konusunu ele almaktadır (Keskin, 2014, s. 77).

Daha geniş anlamda “stratejik özerklik, araştırma-geliştirme etkinliklerindeki özerklik şeklinde kendi gündemini tespit etme; operasyonel özerklik, organizasyonel sınırlılıklar içinde önce problem tespit etme ve kendi karar verdiği araçlar ile harekete geçme özgürlüğü” olarak ifade edilmektedir (Keskin, 2014, s. 77).

Özerklik, girişimci kişinin bağımsızlığına engel olan her şeyden kendini soyutlamasıyla ilgilidir. Girişimci kişiler, üst yöneticilerinden emir almadan projelerini gerçekleştirmek, amaç ve hedefleri doğrultusunda kazandıkları başarıyla mutlu olmak isterler. Özgürlük duyguları baskın olan bu kişiler kural ve sınırlamalardan uzak kalmak isterler (Yaşar, 2017, s. 29).

İçlerindeki girişimciliği iletirmek amacıyla büyük işletmelerin hiyerarşi yapılarını düşürmek ve birimlere daha fazla yetki vermek ile organizasyondaki yapılarda değişimler gerçekleştirdikleri gözlemlenmektedir. Dolayısıyla değişiklik ve organizasyonların özerkliği yükseltmek amacıyla olduğu görülmektedir. Ancak organizasyonel anlamda özerklik aşaması ise değişiklik planlamaktan farklı olarak değişiklikleri gerçekleştirilmenin gerekliliğidir. Dolayısıyla işletmelerin gerçek özerkliği uygulamaya geçirmesi ve iş görenlerin bunu uygulamada tercih etmelerine destek vermek zorundadırlar (Ülgen Aydınlık, 2015, s. 172).

1.2.1.3. Başarı İhtiyacı

Kişinin hedeflerine ulaşma arzusu ile bağlantılı olan başarı ihtiyacı, kişinin tamamladığı işleri daha iyi konuma taşıma ve bu konumlardan kendilerini sorumlu hissetmek olarak tanımlanmaktadır (Yaşar, 2017, s. 29). Kişilik altyapılı girişimcilik araştırmaları, McClelland tarafından yapılan “Başarı Gereksinimi” ve Collins “Başarı

Güdü Kuramı” çalışmalarıyla başlamıştır (Low ve MacMillan, 1988, s. 147; Moore vd., 2010, s. 25 akt Emer, 2019, s. 25).

McClelland gençlerin mesleki olarak girişimciliği tercih etmesinde yüksek düzeyde başarı gereksinimi ile ilgili olduğunu ifade etmiştir. Konu ile ilgili yaptığı çalışmasını 1947’deki üniversite ikinci sınıf öğrencilerinin başarı gereksinimleri ölçmek üzere gerçekleştirmiştir. 1961’de aynı kişilere ulaşarak araştırmayı sürdürmüştür. 14 yıl aradan sonra katılımcıların meslekleri bağımsız bir jüri tarafından girişimcilikle ilgili ve değil şeklinde ayrılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre başarı ihtiyacı yüksek olan katılımcıların %83’ü girişimci, başarı ihtiyacı düşük olan katılımcıların %79’u girişimcilik haricinde bir meslekte oldukları tespit edilmiştir. Başarı ihtiyacı yüksek kişilerin bu ihtiyacı tatmin edeceklerine inandıkları girişimciliğe yöneldikleri tespit edilmiştir (McClelland, 1965, s. 389-392 akt Emer, 2019, s. 25).

Girişimcilerin başarı ihtiyaçlarının yüksek oldukları gözlemlenmektedir. Başarı ihtiyacı yüksek olan girişimcilerin varlığı ülkelerdeki ekonomik kalkınmalara da kayda değer oranda etki ettiği gözlemlenmektedir. Girişimciler başarılı olmada ödül temennisi dışında kendi gelişimleri için arzulamaktadırlar. Bu nedenle profesyonel kişiler ile çalışarak işlerini şansa bırakmak istememektedirler. Sonuca kendi emekleri ile varmayı arzulamaktadırlar (Eren, 2001, s. 518). Başarma güduları neticesinde, risk altında olsalar da tüm sorumluluğu üstlenerek karar verme ve amaca ulaşmak için gereken tüm çabayı sergiledikleri gözlemlenmektedir (Kuratko ve Hodgetts, 1995, s. 45 akt Emer, 2019, s. 25).

1.2.1.4. Özgüven

Özgüven, kişinin fiziksel niteliklerini, kabiliyetlerini ve tavırlarını bir bütün olarak kendi ile alakalı değerlemeleri içermektedir (Erdun, 2011, s. 23) Özgüvenin çocuklukta biçimlendiği unutulmamalıdır. Ayrıca bebeklik ve çocukluk dönemlerinin, güven/güvensizlik duygularının gelişmesinde, önemli dönemler olarak kabul edilse de sonraki dönemlerde yaşanan pozitif veya negatif izlenimlerinde güven/güvensizlik duygularına etki ettiği bilinmektedir (Yöndem, 2006, s. 104-105).

Çocukluk yıllarını yetişkinlere bağımlı ve çekingen şekilde geçiren kişilerin değiştirememeye veya tekrardan yapamama korkusuna sahip olduğu gözlemlenmektedir.

Her şeyden önce duygu, düşünce ve davranışların ne şekilde geliştiği konusunda farkındalık sahibi olan kişilerin bazı değişiklikleri yaparak, kendilerini algılama durumlarında farklılıklar oluşturabilmektedirler (Yöndem, 2006, s. 105). Bu nedenle girişimcilerin belirledikleri hedeflere erişme konusunda, başarıya ulaşabileceklerine kendilerinin inanmaları gerekmektedir. Girişimciler ilk önce kendilerine saygı duyar ve başarılı olmak için gereken kabiliyete sahip olduklarına inançları olursa başarıyı elde edebileceklerdir (Bozkurt, 2006, s. 101).

Özgüven becerisinin büyük işletmelerde, yönetici ve girişimciyi birbirinden ayıran önemli bir özellik olduğu bilinmektedir. Girişimcilerde yöneticilere oranla yüksek özgüven olduğu görülmektedir (Busenitz ve Barney, 1997, s. 9-30). Bu özellik sayesinde girişimcilere alınacak kararlarda kendilerini daha çok ön plana atarak ortaya çıkmaktadırlar. Girişimciler karar verme sürecinde özgüvenle hareket ederken, yöneticiler ise karar verme sürecinde özgüven yerine karar verme araçlarına ve geçmiş performanslarına göre hareket ederler. Girişimcinin özgüveni ne kadar yüksekse iş gerçekleştirme ve eylemde bulunma ihtiyaçları da o miktarda artmaktadır (Busenitz ve Barney, 1997, s. 15). Bahsi geçen arzu, özel kararları uygulamada ve örgüt üyelerini ikna etmede ve eyleme geçirmede de faydalı olmaktadır.

Girişimci sahip olduğu özgüven kadar da birlikte çalıştığı ekibe de güvenmelidir. Günümüz şartlarında kişisel başarının yerine kolektif bir başarı daha çok değer görmektedir. Takım olarak çalışmak, takımları örgütleyebilmek, takımla sonuca ermek ve geri bildirimler elde edebilmek önem kazanan durumlardır. Özgüvene ve ekibine güvenen girişimcilerin hedeflerine ulaşmada daha başarılı sonuçlar elde ettikleri gözlemlenmiştir (Yıldırım, 2008, s. 37).

1.2.1.5. Yaratıcılık ve Yenilikçilik

Girişimcilerin en çok dikkat çeken niteliklerinden birisi de yeni fikirler yaratabilmesidir (Çelik ve Akgemci, 1998, s. 18). Yaratıcılık az sayıda insanda bulunan bir kabiliyet olduğu bilinmektedir. Yaratıcılık ile ifade edilen hazır verilerden hizmet, ürün ve fikir üretebilmektir. Bir başka ifade ile “arama, araştırma ve kimselerin gitmediği yerlere yönelme” olarak tanımlanmaktadır (Hegarty, 2015, s. 48 akt Emer, 2019, s. 27). Yaratıcı kişilerin en temel özellikleri (Cabar, 2006, s. 23):

- Bağımsızlık ve özerklidir.
- Genellikle zekâ açısından parlak kişilerdir.
- Çocukça merak içerisinde hareket ederler.
- Özgüven duyguları oldukça yüksektir.
- Yeni düşünceleri tehdit şeklinde algılamazlar.
- Kısa zaman dilimlerinde çok farklı fikirler üretebilme yeteneğine sahiptirler.
- Ayrıntılar yerine sorunu anlamaya ve çözmeye çalışırlar.
- Yaşadıkları çevre ve diğerlerinin hislerine karşı duyarlıdırlar.
- Zor sorunları çözmekten motive olurlar.

Girişimci kişilerin yaratıcılıkları içerisinde buldukları şartlara göre şekillenmektedir. Birey özgürleştikçe içsel motivasyon artmaktadır. İçsel motivasyon ile birlikte başarılan işlere bağlı olarak maddi ve manevi ödüller kazanılmaktadır. Bireyin yaratıcılığının gelişmesinde rekabet ortamı ilgili açıklama doğrultusunda etkilidir (Kapu, 2001, s. 165).

Yaratıcılık ve yenilikçilik birbiri ile sıkça karıştırılan iki kavramdır. Ancak birbirlerinde farklıdırlar. Yenilikçiliği; yaratıcı düşünce yapısının başarılı şekilde oluşturulması olarak ifade etmek mümkündür. Yenilikçilik için iyi bir fikir yaratmak ve ilgili fikri uygulamaya geçirme çabası ve azmine sahip olma olarak açıklamak mümkündür. Bu noktada yaratıcılığı, yeniliğin çıkışı olarak ifade edilmektedir. Yaratıcılık özelliği yenilikleri var edebilmek için gerekli ancak tek başına yetersiz olan bir eylem şeklinde tanımlamak mümkündür (Karateke, 2006, s.21).

Yenilikçi kişilerin en temel özellikleri (Kaya ve Peçen, 1996, s. 6):

- Özgüven ve bağımsızlık arzularında yükseklik
- Öğrenme eğiliminde yükseklik
- Meydan okuyucu, sosyal ve enerjik olmak
- Risk almayı sevmek
- Yeni fikirlere açıklık
- Başarı ihtiyacı ve sorumluluk düzeyleri yüksek olmak
- Yaratıcı ve esnek olmak

- Kalıp yargıların dışından bakabilmek
- Liderlik eğilimi yüksek olmak

Yaratıcı ve yenilikçi özelliklere taşımak girişimcinin, karşılaşacağı problemlere, girişim faaliyetlerini gerçekleştirirken alacağı kararlara, yeni ürün yaratmada geleceğe dönük stratejilerin belirlemede pozitif tesiri olan önemli etkenler şeklinde ifade etmek mümkündür.

1.2.1.6. Yöneticilik ve Liderlik

Liderliği; belirli hedefler doğrultusunda insanları bir araya getirebilme ve bu hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için gereken yetenek ve bilgilerin tamamı olarak ifade edilmektedir (Balaban, 2018, s. 42). Bir tanıma göre ise insanları belirli hedeflere yönelik davranma konusunda kanalize eden kişiler olarak ifade edilmektedir (Can, 2002, s.162).

Başka bir tanımda ise liderler, girişimcilik vasfı taşıyan, insanlara yön verebilen ve beklenen hedeflere ulaştırabilen kişiler olarak ifade edilmektedir. Bahsi geçen özelliklere sahip insanlar, diğerlerini etkileme gücüne sahip, iş hayatındaki fırsatları değerlendirebilen ve risk almaktan korkmayan bireylerden oluşmaktadırlar (Gözek, 2006, s. 5).

Girişimci, yarattığı vizyon ile insanları etkileyerek ortak amaç doğrultusunda harekete geçiren; girişim için gereken kaynakları bir araya getirip koordine eden ve bu sayede bir sinerji oluşturan lider olarak ifade edilmektedir (Erdun, 2011, s. 27-28).

Lider, motivasyonu ve yönetimi en zor olan insan kaynağının başarıya ulaşmasında etkin bir rol üstlenmektedir (Yıldırım, 2008, s. 38). Yapılan araştırmaya göre kadın girişimcilerin başarı ihtiyacı, yaratıcılık/yenilikçilik, risk alma ve liderlik özelliklerinde erkek girişimcilerden ayrışmadığı ancak özerlik ve özgüven konusunda erkeklere oranla daha başarılı sonuçlar elde ettiği gözlemlenmiştir (Uluköy ve Demirel, 2014).

1.2.2. Girişimciliği Etkileyen Temel Faktörler

Girişimciliğe etki eden bazı temel faktörler bulunmaktadır. Bu faktörleri dört başlık altında incelemek mümkündür. Bu faktörleri; kültür, aile, eğitim ve konjonktür olarak ifade edebiliriz. İlgili faktörler aşağıda açıklanmıştır.

1.2.2.1. Kültür

Karakteristik ve bilgi özelliklerine sahip olan girişimciliğin kültürel ve toplumsal hayatla ilişkili olduğu gözlemlenmektedir. Bazı toplumlarda yüksek seviyede girişimcilik gözlemlenirken bazı toplumlarda daha az girişimcilik gözlenmektedir. Bahsi geçen farklılığın kültürel özelliklerden dolayı meydana geldiği öngörülmektedir. Toplumların değer yargıları, yapısal nitelikleri ve normları davranışların meydana gelmesinde doğrudan etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Aytaç, 2006, s. 139).

Toplumda girişimcilere yeni bir konum sağlayan girişimcilik kültürü; girişimcilerin emeklerinin karşılığını alacağına inanan, kendi iş fırsatını kendi oluşturmayı destekleyen, girişimcilikte devamlılığı sağlama açasından bir sonraki kuşağı yetiştirmeyi amaçlayan bir kültürel yapı olarak tanımlamak mümkündür (Cabar, 2006, s. 17).

1.2.2.2. Aile

Bireyin, sosyalleşmesi ve kültür edinmesi aile ile başlamaktadır. Ayrıca gelecek hayatında da yetiştiği ailenin önemli bir etkisi vardır (Morgan, 1993, s. 322-323).

Ergenlik öncesi dönemde elde edilen tecrübeler, bireyin kariyer seçiminde önemli etkiye sahiptir. Sosyal hayattaki konum, ailenin çocukları yetiştirme tarzı ve geleceğe hazırlama sürecinde ihtiyaç duyulan finansal kaynaklara ulaşımı belirlemektedir. Bunların yanı sıra ailenin, yetiştirme şekli, çocuk sayısı, ebeveynin adil veya otoriter davranışları gibi durumlar da kişinin sosyalleşme tarzına etki etmektedir (Güney vd. , 2006, s. 69).

Bireyin hoşgörölü şartlarda yetiştirilmesi kendini tanıması açasından önemli görölmektedir. Bireyin öz değerleri ve düşünceleri, ebeveynleri ve diğer bireyler

tarafından kabullenildiğinde, kendine güven duymakta ve öz saygısı artmaktadır (Cooper, 1967, s. 89 akt. Güney vd. , 2006, s. 69).

Ataerkil toplum yapısına sahip tarım ile uğraşılan bölgelerde, ebeveynlerin sıkı denetimleri söz konusudur ve çocuklarında koşulsuz itaat ettikleri gözlemlenmektedir. Bu tarz ailelerde çocuklara meslek tercihinde dahi özgür davranmadıkları gözlemlenmektedir. Bunun yanı sıra ailesi tarafından sürekli eleştiri alan ve destek görmeyen, ceza ile tehdit edilen bireylerde bağımlılık duygusu gelişmekte ve suçlu hissetmektedir. Kendini başarısız hissetmenin artması ile birlikte girişimcilik ruhu kaybedilmektedir. Bu tarz toplumlarda risk alabilen, yeniliklere açık, mücadeleci, kişisel başarı odaklı, dinamik girişimcilerin yetiştirilmesi güç olmaktadır (Güney vd. , 2006, s. 69).

Ayrıca ataerkil toplumlarda baba figürüne merkezdeki esas rolüne karşılık olarak ailede bulunan diğer bireylerin ikinci planda kaldığı ve genellikle çocukların kararlarına değer verilmediği gözlemlenmektedir. Bununla beraber kırsal bölgelerdeki aile yapısında genelde “güvence” içgüdüğü ile hareket edilerek çocukları özel sektör yerine devlet memuru olmaya yöneltme eğilimi bulunmaktadır (Kalkan vd. , 2018, s. 5).

Girişimcilerin genellikle ilk doğan çocuklardan oluştuğu tespit edilen çalışmalar bulunmaktadır. Bazı araştırmacılara göre tek çocuk olma veya ilk doğan olmanın bireyde yetiştirilme aşamasındaki yoğun ilgiye bağlı olarak daha güçlü bir özgüven sebep olmaktadır (Atasoy, 2009, s. 10). Bununla beraber ebeveynler içerisinde girişimcilerin olması çocuklarda girişimcilik kültürünün oluşmasında etkin bir paya sahip olduğu düşünülmektedir (Güney vd. , 2006, s. 69).

1.2.2.3. Eğitim

Girişimciliğe adım atmada karşılaşılan sorunların üstesinden gelmede eğitimin önemli bir değerinin olduğu gözlemlenmiştir. Burada eğitim olarak bahsedilen okullarda verilen dersler değildir (Bozkurt, 2006, s. 95-96). Girişimcinin eğitim seviyesi ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır.

Girişimcilerin eğitim seviyesinin düşük olduğuna yönelik genel bir görüş olmasına rağmen araştırmalar bu görüş doğru olmadığını göstermektedir. Eğitim,

girişimcilerin yetiştirilmesinde ve kariyerleri boyunca karşı karşıya kalacakları sorunları çözümede etkili bir unsur olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik için okul eğitiminin gerekmediği algısına karşılık (Henry Ford, William Lear... vb. örnekleri gibi) sonradan yapılacak atılımlarda eğitimin önemli olacağından bahsetmek mümkündür. Cinsiyet fark etmeksizin girişimcilikte bulunacak tüm bireylerin finans, stratejik planlama, yönetim, iletişim ve pazarlama gibi konularda eğitim almış olması kurdukları işletmelerin başarısına avantaj sağlayacaktır (Atasoy, 2009: 11).

1.2.2.4. Konjonktür

Girişimciler bir yola çıkarken, kendilerini olayın akışına bırakıp en önemlisi de kendi kaderlerini başkalarının eline bırakamazlar. Sezgilerinin yanına tecrübelerini, bilimi ve mantığı da ekleyerek bir takım araştırmalar yapması gerekir (Güven, 2007). Bu bağlamda yapılan araştırmalar ışığında kararlar alarak, yollarına devam etmektedirler.

Konjonktürel olarak değerlendirdiğimizde girişimciler belirli dönemlerde bekleme, belirli dönemlerde yatırıma yönelme hamleleri yapmaktadır. Magdoff ve Yates (2009: 34)'e göre girişimciler ekonominin genişleme döneminde salt kazanç ve kâr hırsıyla hareket etmektedir. Bu durum ekonomiyi canlandırırken, diğer taraftan talep azaldığında ise var olan üretim fazlasının maliyetini yüklenmek zorunda kalıp istihdamı düşürmesi ile ekonomiyi durgunluğa sevk etmektedir.

1.2.3. Girişimcilikte Başarı Faktörleri

Girişimcilik faaliyetlerinde başarı konusunda çeşitli araştırmalar yapılarak, girişimcilerin başarı ve başarısızlık nedenleri ortaya konulmuştur. Bu nedenlerden bazıları aşağıda incelenecektir.

- Kuruluş yeri
- Sermaye Birikimi
- Kişisel Faktörler
 - Bilgi
 - Hazırlıklı olmadan işe başlama
 - Yetersiz Zaman

1.2.3.1. Kuruluş Yeri

Kuruluş yeri seçimi, özellikle; üretim planlama, pazar, nakliye, işletmenin içinde bulunduğu sektör yapısı, üretilen mal-hizmet, işletmenin dâhil olduğu yere ilişkin kriterler ve benzeri diğer hususlarla yakından ilgili olduğu bilinmektedir (Özdamar, 2007: 129). Hizmet ve malların tüketiciye sunumunda ve üreticiden temin edilmesinde kuruluş yerlerinin etkin bir rolü olduğu gözlemlenmektedir. Kuruluş yerlerinin tüketicilerde veya ham/ara/tam mamulün tedarik edileceği üreticilerden uzakta olması ulaşım ve nakliye sorunlarına yol açmaktadır. Personel ve üretilen ürünlerin nakliyesi, ulaşım ihtiyacı girişimciler için ilave maliyet olmaktadır. Bu maliyetleri hizmet ve malın fiyatına yansıtılmak piyasadaki konumuna zarar vererek, rakiplerin karşısında dezavantaja neden olmaktadır. Paralel olarak maliyetin hizmet veya mal fiyatına eklenmemesi de işletme için zarara neden olmaktadır.

Kuruluş yerinin bazen yetersiz bilgi bazen farklı yaklaşımlar sebebiyle rasyonel olmayan bir şekilde tespit edilerek tercih edilen şirketlere çokça rastlanmaktadır. Kuruluş yerleri girişimciler açısından, işletme kurmada en çok dikkat edilecek, ayrıntılı irdelenecek ve araştırılması gereken aşamalardan birisidir (Küçük, 2011, s. 56). Bahsi geçen önem nedeni ile kuruluş yerlerinin seçilmesi aşaması, fizibilitenin titizlikle yürütülmesi gereken bir süreçtir.

Kuruluş yerinin seçilmesi uzmanlık gerektiren bir süreç olmakla birlikte, yanlış tercihler sonucunda kuruluş değiştirme veya değiştirememeden kaynaklı problemler girişimciyi zarara uğratacaktır. Kuruluş yerlerinin yanlış seçilmesi işletmelerin uzun yıllar boyunca katlanmak zorunda olacağı maliyetler anlamına da gelmektedir (Özgen, 1987, s. 79).

1.2.3.2. Sermaye Birikimi

Girişimciliğin başarısızlığına neden olan bir etkende sermayenin yetersizliği'dir. Hâlihazırda sermayenin yetersizliği nedeni ile atıl durumda bekleyen, düşük kapasite ile çalıştırılan veya işletilemeyen birçok işletme bulunmaktadır (Dursun, 2013, s. 79). Girişimci adayları işlerini kurmak için ihtiyaç duydukları sermayeyi, birikimlerinden, çevrelerinden veya finans kurumlardan kredi olarak karşılamaya çalışmaktadırlar. Gerekli şartların sağlanması halinde hibe desteğinde bulunan kurumlarda

bulunmaktadır. Bu kurumlara örnek olarak Türkiye’de KOSGEB bulunmaktadır. KOSGEB’in düzenlediği girişimcilik eğitimlerinde başarılı olup sertifika alan katılımcı adaylara 50.000 TL’si geri ödemesiz olmak üzere toplamda 100.000 TL uygun oranlı kredi vermektedir. Bu sayede girişim fikrine sahip olanlar hibe desteği elde ederek girişimciliğe adım atabilmektedirler.*

Girişimcin bir kısmı, fizibilite sürecine gerekli önemi vermeyerek, bu süreci külfet olarak algılamakta, “başkaları kazanç elde ediyorsa ben de edebilirim” algısı ile hareket ettikleri gözlemlenmektedir. Bu konuda, Karadeniz kıyı kesiminde balık yağı üretimi yapan ve Anadolu’da un üretimi yapan fabrikaları örnek göstermek mümkündür (Alpugan, 1996, s. 117).

Bu algı ile yatırım yapıldığında, girişimcinin sermayesi, yatırımın sona ermesinden önce bitebilmektedir. Bu nedenle geri ödemesi yüksek kredilere başvuran girişimciler bu kredilerin ödenmesinde güçlük çekerek zorluklar yaşamaktadırlar. Girişimciler, yatırımları için gerekli sermaye miktarını hesaplasalar da gözden kaçırdıkları işletme sermayesinin olduğu bilinmektedir. İşletme sermayesinin kapsadığı kalemler; işletmelerin faaliyetleri yürütülmesindeki gerekli olan günlük nakit ve benzerleridir. Böyle durumlarda işletme açılrsa da işletme sermayesinin yeterli olmaması nedeniyle faaliyetlere başlanılamamakta veya tam kapasite ile çalışılamamaktadır. Bunun sonucu olarak birim maliyetler artmakta ve işletmenin rekabet gücü azalmaktadır (Küçük, 2011, s. 57-58).

1.2.3.3. Kişisel Faktörler

Girişimci bireylerin başarısızlıklarında bahsi geçen dışsal durumların haricinde kendileri ile ilgili eksikliklere bağlı nedenlerin olduğu da bilinmektedir.

Kişisel faktörler olarak ifade edilen bu ögelere aşağıda verilmiştir (Küçük, 2011, s. 58).

* KOSGEB destekleri dönemsel olarak değişiklikler göstermektedir.

Bu bilgiler KOSGEB’in resmi sayfasından alınmıştır.

- **Bilgi**

Her girişimcinin eşit miktarda ticaret bilgisi ve becerisi yoktur. Bazı girişimciler aileden gelen bir ticaret bilgisine sahipken bazı girişimciler bu konuda eğitim alarak veya iş tecrübeleri ile belli bir birikimi elde edebilmektedir. Aileden gelen bir bilgi birikimine, eğitime veya iş tecrübesine sahip olmadan da bazı girişimcilerin yaptıkları yatırımlarda başarı elde edebildikleri gözlemlenmiştir. Ancak ağır rekabet şartlarında başarı elde edebilmek için belli bir bilgi düzeyine sahip olmanın gerekli olduğundan bahsedilmektedir. Bu noktada teorik eğitim, pratik uygulamalar ve tecrübeler ile desteklenmelidir. İyi bir aşçı veya mobilyacı olmak bir girişimci için yeterli değildir. İşletme fonksiyonları ve yönetim hakkında belli bir bilgi düzeyine sahip olması ve tecrübeli personeli istihdam etmesi gerekmektedir (Küçük, 2011, s. 59). Yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmadan işe başladığında iş akışında sorunlar yaşanmaktadır. Bu durumda girişimcilik faaliyetine olumsuz yönde etki etmektedir.

- **Hazırlıklı Olmadan İşe Başlama**

Gereken donanımı olmayan kişilerin yalnız cesaret ile girişimcilikte bulunması olarak ifade edilmektedir. Bu durumun temel nedeni kişinin elde ettiği fırsatı bir daha elde edemeyeceğini düşünmesidir (Küçük, 2011, s. 59).

Bir girişimci için cesaret oldukça önemli bir niteliktir. Ülkemizde, yaygın olan inanca göre “girişimcinin sermayesinin yüzde doksanı cesarettir” algısı vardır. Girişimcinin önemli özelliklerinden biri cesaret olmasına rağmen, hazırlık olmadan, yalnız cesaret ile girişimde bulunmak, cesaretin imkân sağlayacağı avantajları da riske dönüştürecektir. Her şeyden önce, konjonktürden dolayı negatif gelişimin olduğu dönemlerde, bahsi geçen risk artacaktır (Alpugan, 1998, s. 17).

- **Yetersiz Zaman**

Her şeyden önce aktif piyasalarda, tüketicilerin öncelikleri ve zevkleri kısa sürede önemli değişikliklere neden olabilmektedir. Böyle durumlarda, girişimcilerin düşünmeye zamanları olmayabilir. Buna bağlı olarak girişimcilik fırsatı kaçırılmamak için acele alınan kararlarda başarısız olma riski artmaktadır. Zaman sorunsalı, işletmenin kurulmasından sonra da önemini taşımaktadır. Girişimciler, her şeyden önce küçük işletmeler için, patronluğun yanında, belli görevleri de yerine getirmek

zorunda kalmaktadırlar. Daha karmaşık olan büyük işletmeler için her departmanın sorumluluğu, genellikle aynı kişiye yüklenmektedir (Küçük, 2011, s. 60- 61).

Yönetici ve girişimcinin genelde aynı kişi olduğu küçük işletmelerde işlerin yoğunluğu nedeni ile zaman yetersizliği sorunu yaşanmaktadır. Girişimci, uzmanları istihdam ederek sorumluluk ve yetkiyi paylaşmalı ve koordinasyon sağlamalıdır (Küçük, 2011, s. 60-61). Girişimci işletmesi ile ilgili tüm iş akışını kendisi idare etmek istediğinde genellikle iş akışında ciddi problemler ile karşılaşmaktadır. İş yoğunluğunda aksamlar, müşteri kaybına neden olacağı için zaman faktörü önemli bir yere sahiptir.

1.3. İç Girişimcilik

İç girişimcilik genel manada; büyük ve orta düzeye sahip firmaların kendi aralarında küçük girişimleri düzenlediği üst girişimcilik anlamına gelmektedir. 1929 senesindeki dünya ekonomik buhranı ile daha doğrusu olağan üstü durumlar sebebiyle meydana geldiği düşünülse de daha çok ekonomik yönden iki hedefin gerçekleştirilmesine yönelik faydalı olduğu düşünülerek ileriye taşınmıştır. Bu iki hedeften birincisi ekonomik şartlar altında ezilen KOBİ'lere yardımcı olmak ve bu KOBİ'lerin sürekliliğini sağlamakken; ikinci hedefse; ülkenin ekonomik giderlerini uzun sürede devam ettirecek yeni girişimlerin meydana gelmesini ve milli olmasını sağlamaktır. İlk hedef, KOBİ'lerin girişimci ruhunu canlı tutarak toplumun değişen gereksinimlerini karşılayabilmesini sağlar (Top, 2006).

İç girişimcilik, organizasyonları kârlılık, ekonomik büyüme bağlamında yeniden canlandırdığı ve performanslarını iyileştirdiğinden dolayı organizasyonel ve ekonomik gelişmede çok önemli dinamik bir yapı olarak ele almaktadır. Bunun yanı sıra iç girişimcilik, sektör bazlı olarak belirli sektörlerdeki işletmeler için değildir. Ekonomi bir bütün olarak görülmekte ve tüm sektörlerde faaliyet gösteren bütün işletmelere yönelik olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda değerlendirdiğimizde, iç girişimcilik faaliyeti verimlilik artışı sağlayarak, en iyi işletme uygulamalarını ortaya çıkararak, yeni endüstriler yaratarak ve işletmelerin uluslararası rekabet seviyelerini yükselterek girişimsel faaliyetlerin artırılmasının yanı sıra ekonomiye de önemli düzeyde katkıde bulunmaktadır (Ağca ve Kurt, 2007, s.95).

Temelde girişimciler için beklenen her şeyi kendi başlarına üretebilecek entegre tesisleri kurmak değildir. Bunun yerine daha küçük set, parça ve diğer işlerin yapıldığı bağımsız girişimlerin teşvik edilmesidir. Bu girişimleri yönlendirip, korumak, bunlara teknolojik destek vermektir. Kısaca iş birlikleri yaparak, riskleri azaltılmak ve faydayı maksimize etmeye olanak sağlayan girişimcilik beklenmektedir (Top, 2006).

1.3.1. İç Girişimciliğin Tanımı ve Gerekliliği

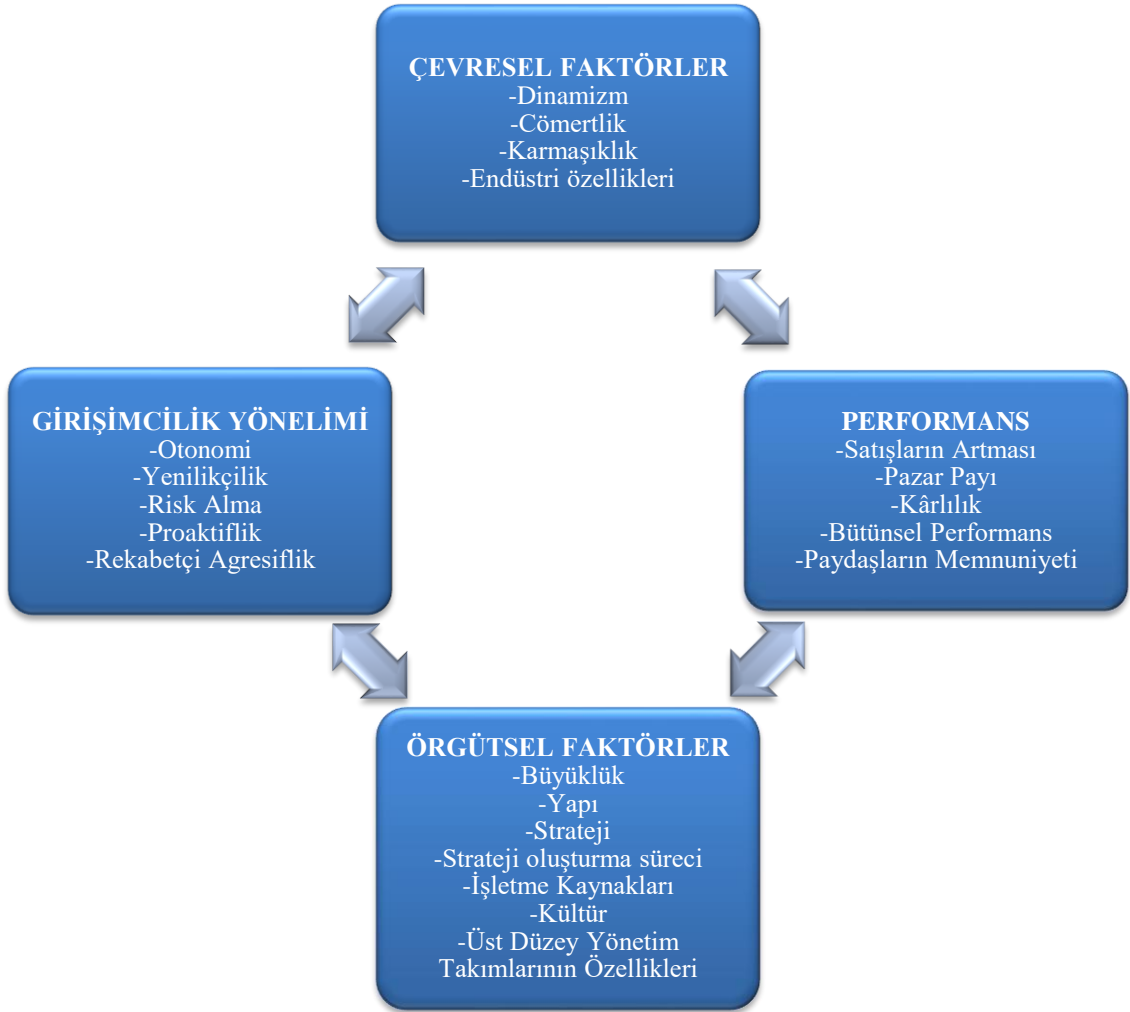
İç Girişimciler sınırsız iş dünyasının en etkili ve en güçlü kaynaklarıdır. Onlar toplumları silahlarıyla değil, yenilik ve yaratıcılıklarıyla değiştirirler.

Organizasyon içerisinde bulunan iş görenlerin içsel kaynaklar ile yeni yöntem ve fırsatlar elde etmesine iç girişimcilik denilmektedir. Gelişen ve değişen rekabet ortamında işletmelerin sürdürülebilirliği koruyabilmesi için iç girişimcilik ön arz etmektedir. Bazı araştırmacılar kurumların ayakta kalabilmeleri için gereken en önemli faktörün iç girişimcilik olduğunu ifade etmektedirler (Karadal, 2016). İşletmeyi güncelleyerek canlı tutan en önemli faaliyet İç girişimciliktir. İş görenlerin alışkanlıklarında vazgeçerek ve yeni yöntemlere yöneltilmesiyle yeni fırsatlar elde etmesi ortak noktadır. Mevcut kaynakları kullanarak radikal yeniliklere uygun bir ortamın sağlanması ise esas noktayı oluşturmaktadır (Soyşekerci, 2012, s. 45)

Sonuçta sürekli artan rekabet şartlarında iç girişimcilik kurumların sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Girişimciden farklı olarak iç girişimcilikte mevcut işletmenin içinden çıkmasıdır. Bu doğrultuda örgüt içindeki iç girişimciliği teşvik ederek, mevcut iç girişimleri keşfetmek için yetki vererek başarısızlıkları tolere etmek ve başarılı olanları ödüllendirmek gerekmektedir. İç girişimcilik faaliyeti radikal bir yenilenme süreci olarak değerlendirilebilmektedir. İç girişimcilik faaliyetleri ile ulaşılan yenilik ve farklılaşma işletme bağlamında önemli derecede rekabet üstünlüğü sunmaktadır. İç girişimcilik, çalışanların yaratıcılığını artırılması ve örgütün bürokrasi ağırlığından kurtarılması için işletmeyi esneklik kabiliyetini arttırmaya yönelten unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmeleri yeni iş yaratma, kendini yenileme, piyasada ilk olma, risk alma, yeni ürün ve hizmetler, yeni üretim yöntemleri ve süreçleri geliştirme gibi hususlarda teşvikte bulunan bir süreçtir (Zahra, 1996, s. 1714).

“İç girişimcilik, mevcut işletmelerde yeni işletmelerin üremesini ve ana fikirlerinin değişmesinin yolu ile işletmelerin dönüşümünü (veya yeniden doğuşunu) içerir”. Chrisman ve Sharma’ya göre, bu tanım Biggdike’in iç girişimcilik tanımını (Burgelman’ın tanımını içeren) içerir. Buna ek olarak farklı bir bağlamda, yeni işletmeler yeni kombinasyonların ve fikrinin etkileşimi üzerine geçmişte bulunan tartışmayı ifade etmektedir (Groenewald, 2010, s. 61).

Lumpkin ve Dess, (1996, s. 152) tarafından geliştirilen İç Girişimcilik Modeli dört faktörden oluşmaktadır. Modelin genel çerçevesi şekil 1’deki gibidir.



Şekil 1. Lumpkin ve Dess’in İç Girişimcilik Modeli

Kaynak: Lumpkin ve Dess, 1996:152.

Terminolojinin tümüne genel olarak bakıldığında iç girişimcilik şemsiyesine rastlanılmaktadır. Bu alanda en yaygın kabul edilen tanımların başında Guth ve Ginsberg (1990, s. 5) tanımı olduğu söylenmiştir (Chrisman ve Sharma,1999, s. 16).

Guth ve Ginsberg (1990), firma seviyesindeki girişimciliğin iki boyut etrafında şekillenen bir süreç olduğunu ileri sunmuştur. Bu boyutlardan bir tanesi daha önce ifade ettiğimiz mevcut organizasyon içerisinde “yeni iş girişimlerin” başlatılması boyutudur. Bir diğeri ise, organizasyonun üzerine inşa edilen temel yeteneklerin yenilenmesi yoluyla organizasyonun yenilenmesi anlamında kullanılan “kendini yenileme ya da stratejik yenilenme”dir.

Burgelman (1983) iç girişimciliği dahili girişimler aracılığı ile firmaların değişme sürecine girmesi olarak açıklarken, Biggadike (1979) ana şirketin daha önce hizmet veya ürünlerin yeni bilgi, ekipman veya yeni insan gereksinimi meydana getirecek biçimde pazarlaması olarak açıklamıştır (Cuervo, Ribeiro ve Roig, 2007, s. 89).

Damonpour’a (1991) göre yenilik, yeni bir ürün ya da hizmet geliştirilmesi anlamındadır. Ek olarak iş kavramının yeniden tanımlanması, yeniden yapılanması, yeni bir yönetsel sistem, plan ya da program olabileceğini de belirtmiştir. Bu açıdan bakıldığında iç girişimcilik çabaları, bir işletmenin başarı yeteneği ve kapasitesini arttıran bir süreç olarak ifade edilmektedir (Damonpour, 1991, s. 556). Burgelman (1984) ve Ferreira, (2002) ise iç girişimciliği şirket içerisinde yapılan yenilikler yoluyla firmanın sürdürülebilir rekabet avantajı ve uygun fırsat alternatifleri olarak tanımlanmaktadır (Burgelman, 1984, s.154, Ferreira, 2002, s. 2).

1.3.2. İç Girişimcilik Boyutları

Farklı araştırmalarda farklı boyutlar ile açıklanmaya çalışılan bu maddelere baktığımızda ilk olarak Miller (1983) çalışması dikkat çekmektedir. Miller (1983) girişimci yönelimi belirten boyutları işletmelerin girişimci olarak faaliyet gösterebilmeleri için kullandıkları örgütsel süreçleri, stiller ve yöntemler bütünü olarak ifade eder. Buna ek olarak Miller, iç girişimciliğin düzeylerini; pazar/ürün yeniliği, proaktif yenilikler ve risk alma olarak belirlemiştir. Böylece bir başlangıç noktası yaratmıştır (Dess ve Lumpkin, 1996, s. 139).

Öncelikle Miller ve Friesen (1983, s. 226) çalışmasında ifade edilen risk alma, yeni ürün ve proaktiflik boyutları ile tanımlanan yenilik (strateji oluşturma) kavramı başta gelmektedir. “Girişimcilik Odaklı Yönelim Yaklaşımı (Entrepreneurial Orientation Approach)” şeklinde ifade edilen bu ekol sonraları Covin ve Slevin (1986, 1991) araştırmaları ile “Girişimcilik Bazlı Duruş (entrepreneurial posture)” şeklinde yeniden kavramlaştırılmıştır. Boyutlar risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik şeklinde yeniden tasarlanmıştır. “Girişimci Bazlı Duruş” daha sonra Dess ve Lumpkin, (1996)’in çalışmalarında “Girişimcilik Odaklı Yönelim (entrepreneurial orientation)” şeklinde ifade edilmiştir. Ayrıca rekabetçi agresiflik ve özerklik boyutları eklenmiştir. Diğer boyutlara ile birlikte özerklik, yenilik, risk alma, rekabetçi saldırganlık ve proaktiflik şeklinde tasarlanmıştır (Antoncic ve Hisrich, 2003, s. 15).

Bir diğer ekol ise Guth ve Ginsberg, (1990) ile Zahra, (1991, 1993)’nın tercih ettiği “İç girişimcilik Yaklaşımı (Corporate Entrepreneurship Approach)”dır. Guth ve Ginsberg, (1990) çalışmalarında stratejik yenilenme ve dâhili girişim veya dâhili yenilik ve boyutları olarak nitelendirmiştir. Zahra, (1991, 1993) ise yenilik, girişim ve stratejik yenilenme şeklinde sıralayarak tanımlamıştır. Kurumsal seviyede boyutları inceleyen bu ekol yenilik anlamındaki ilk ekol ile benzer özellikler gösterirken, kurumsal girişim aktiviteleri veya yeni iş imkânları oluşturma ve stratejik yenilenme ile farklı özellikler göstermektedir (Antoncic ve Hisrich, 2003, s. 16).

Kuratko, Hornsby ve Covin (2014, s. 39) araştırmasında da belirtildiği üzere eğer işletmeler girişimci aktivitelere dönüşecek örgüt içi faktörlerin geliştirilmesi hususunda kararlıysalar yenilikçi çevreyle ilişkilendiren düzeylerini ölçümlemelidirler. Örgüt içi faktörler yönetim desteği, vakit ayarlaması, özerklik ve takdir edilme ve örgütsel sınırlılıklardır.

Organizasyonun iç girişimcilik oranı girişimcilik eğilimi boyutları ile orantılıdır. Karadal’a göre iç girişimcilik boyutları 5 başlıkta incelenmiştir. Bunlar; Yenilikçilik, Proaktiflik, Risk yönetme, Rekabetçilik, Özerklik boyutudur (Karadal, 2016).

Frederickson (1986) proaktiflik, akılcılık, kapsayıcılık, kendine güven, risk alma olarak belirtirken, Covin ve Slevin (1989) risk alma, proaktif olmak ve yenilikçinin üzerinde daha çok durmuştur (Dess ve Lumpkin, 1996, s. 139; Ocak,

2010, s. 33). Dess ve Lumpkin, (1996, s. 140) ise yenilik, özerklik, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi saldırganlık ifadelerini kullanmayı seçmiştir.

Ağca ve Kurt (2007, s. 92) ise iç girişimciliği yedi farklı boyutlu bir yapı olarak ele almıştır. Bu 7 boyut aşağıdaki gibidir:

- Yenilikçilik ,
- Proaktiflik,
- Risk alma,
- Rekabetçi girişkenlik,
- Özerklik
- Kendini yenileme,
- Yeni iş girişimleri başlatma,

Geçmişte gerçekleştirilen araştırmalara bakıldığında, yenilikçilik performansı, iç girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla birçok araştırma yapıldığı gözlemlenmektedir. Ergün ve diğerleri tarafından yapılan araştırmada iç girişimciliğin yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik boyutlarının yenilikçilik performansı üzerinde olumlu ve manalı etkisinin olduğu neticesine varılmıştır. Bu boyutlardan her birinin yenilikçilik performansı üzerinde ayrı ayrı olumlu ve önemli bir etkisi olduğu da bu neticenin içerisinde yer almaktadır (Ergün ve diğ., 2004).

İç girişimcilik kavramı çeşitli araştırmacılar tarafından incelenmiş, yukarıda sıralandığı gibi boyutlara ayrılmıştır. Söz konusu bu boyutlarının sınıflandırılması ve tanımlamasını aşağıda yer alan tablo 3'deki gibi açıklamak mümkündür.

Tablo 3. İç girişimcilik Boyutlarının Sınıflandırılması

Boyutlar	Tanımlar	Kaynaklar
Yenilik Yapma/ Yenilikçilik / İnovasyon (Innovativeness/ innovation)	Yeni ürünler, hizmetler, süreçler, teknolojiler ve metotlar yaratma süreci	Covin ve Slevin (1991); Lumpkin ve Dess (1996); Knight (1997); Antoncic ve Hisrich (2001); Morris ve Kuratko (2002)
Proaktiflik (Proactiveness)	Özellikle üst yönetimin başta olmak üzere, organizasyonun öncü davranma ve ilk girişim başlatma eğilimi	Miller ve Friesen (1983); Covin ve Slevin (1991); Lumpkin ve Dess (1996-2001); Hornsby vd. (2002); Morris ve Kuratko (2002); Antoncic ve Hisrich (2003)
Risk Alma (Risk Taking)	Kaybetme olasılığına rağmen yeni fırsatları değerlendirmek için belirsizlik ortamında yatırım kararları alma ve stratejik eylemlerde bulunma	Miller ve Friesen (1983); Covin ve Slevin (1991); Lumpkin ve Dess (1996-2001); Hornsby vd. (2002); Morris ve Kuratko (2002); Antoncic ve Hisrich (2003)
Rekabetçi Girişkenlik (Competitive Agressiveness)	Rakiplere yönelik girişken (saldırgan) pozisyon alma veya pazarda doğrudan ve yoğun bir biçimde rakiplere meydan okuma	Covin ve Covin (1990); Lumpkin ve Dess (1996); Antoncic (2000); Antoncic ve Hisrich (2003)
Özerklik (Autonomy)	Bir bireyin, grubun ya da organizasyonun bir fikri ya da vizyonu ortaya koymada ve onu başarmada sergilediği bağımsızlık	Zajac vd. (1991); Lumpking ve Dess (1996); Culhane (2003)
Kendini yenileme/ Stratejik Yenilenme (Self-renewal/ Strategic Renewal)	Stratejileri yeniden düzenleme, iyileştirme, yeniden örgütlenme ve örgütsel değişim	Guth ve Ginsberg (1990) Zahra (1991, 1993) Stopford ve Baden- Fuller (1994) Antoncic (2000) Antoncic ve Hisrich (2001, 2003)
Yeni İş Girişimleri Başlatma (New Business Venturing)	Amaç ve stratejinin yeniden formüle edilmesi, iş konseptinin yeniden tanımlanması, reorganizasyon ve organizasyonel değişim	Zahra (1991, 1993a, 1995); Stopford ve Baden-Fuller (1994); Zahra ve Covin (1995); Antoncic (2000); Antoncic ve Hisrich (2001)

Kaynak: Antoncic ve Hisrich, 2003:19; Ağca ve Kurt, 2007:92.

1.3.2.1. Yenilikçilik Boyutu

Yenilikçilik, kuramsal girişimciliğin temelini oluşturan en önemli ekten olarak tanımlanmaktadır (Covin ve Miles, 1999, s. 47). Yenilikçilik boyutu; yeni teknoloji, ürün ve hizmetlerin yaratılmasını nitelendirmektedir (Antoncic, Hisrich, 2001). İşgörenlerin yeni fikirleri ile geliştirdikleri yeni teknoloji, ürün, hizmet ve yönetim teknikleri ile birlikte yeni stratejiler yenilik söz konudur. İşletmedeki yenilikçilik

eğilimi ne kadar yükse ise girişimcilik faaliyetleri de o miktarda yüksek olacağı bahsedilmektedir (İçerli, Yıldırım ve Demirel, 2011, s. 180).

Araştırmacılar, Amabile ve diğerleri yenilik için bir örgüt içindeki yaratıcı fikirlerin başarılı bir biçimde hayata geçirilmesi olarak ifade ederken, Thompson yeni ürün, süreç, fikir veya hizmetleri üretilmek, kabul etmek ve uygulamak şeklinde tanımlamıştır (Calantone, Çavuşgil ve Zhao, 2002).

Rekabetin küresel olarak yoğunlaştığı günümüz şartlarında, değişme imkânına ve sürdürülebilirliğe sahip olmak için işletmelerde yenilik yapmak bir strateji olmuştur (Dougherty ve Hardy, 1996).

1.3.2.2. Proaktiflik Boyutu

Proaktiflik, gelecekte oluşacak talepleri önceden öngörerek, bu taleplerin rakiplerden önce karşılayabilecek ve bu taleplere göre gereken değişimi sağlayabilecek işletmelerin davranış şekli olarak nitelendirilmektedir (Antoncic ve Hisrich, 2001). Proaktiflik, işletmelerin rakipleri arasında pazardaki liderliği elde edebilmek için yeni teknoloji, ürün, hizmet ve yönetim tekniklerini öngörebilmesi ve sunabilmesi için gereken stratejilerin yaratılmasını kapsamaktadır (Altuntaş ve Dönmez, 2010). Proaktiflik, bir işletmenin yeni teknolojiler, ürünler veya hizmetler arz ederek elde ettiği pazarlardaki rekabet kapasitesini nitelendirir (Zahra ve Covin, 1995).

Proaktiflik, pazarda ilk eylemi gerçekleştiren olarak pazar fırsatlarını elde etme anlamına gelmektedir. Dolayısıyla pazarı rekabetteki ilk hamle avantajı ile yakalamak için örgütsel hedefler ile firmaların yenilikçilik performansına etki ederek yeni hizmet ve ürünler ile piyasaya girme stratejilerinde değişim göstermeye zorlamaktadır (Bulut ve Yılmaz, 2008). Bir diğer tanıma göre Proaktiflik, yeni fırsatları öngörerek bu fırsatları izlemek ve gelişen pazarlara katılarak inisiyatif almak şeklinde nitelendirmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996).

Proaktiflik, yenilikle paralel olarak pazarın ilki olmayı ve bu sayede rekabette pozisyon alırken de ilk olma fırsatına da imkan sağlamaktadır (Bulut ve diğ., 2008). Proaktif davranış gösteren işletmeler rakiplerinden önce yeni mallar ve hizmetler sunma imkânına sahiptirler. İlk hamle yapan firmalar olarak, dağıtım kanallarının

yönetimi kendi ellerindedir. Bu sayede pazara olan erişim yine bu firmalar tarafından kontrol edebilmektedir (Wiklund, 1999).

Proaktif davranıl eğilimi gösteren şirketler, ilk eylem sahibi olmanın avantajı ile rakiplerinden önce pazardan istifade ederek kar marjının büyük kısmını elde etme imkânına sahip olurlar (Wiklund, Shepherd, 2003).

1.3.2.3. Risk Alma Boyutu

Risk kavramı, şirketlerin, sonuçları belli olmayan faaliyet girişimleri veya stratejilerde bulunma arzusu şeklinde tanımlanmaktadır (Zahra ve Covin, 1995). Cantillon girişimci kavramını kar veya zarar riskini üstlenen kişi şeklinde tanımlayarak kavramı geliştirmiştir. Kavramın ilgili şekilde geliştirilmesinden sonra risk almak hem girişimci için hem de girişimcilikte önemli bir faktör haline gelmiştir (Lumpkin ve Dess, 1996).

Riskten kaçınmak orta ve uzun vadelerde rekabetteki üstünlüğün kaybına hatta pazardan çekilmek zorunda kalınmasına neden olacağı belirtilmektedir. Bu noktada iki farklı risk türünden bahsetmek söz konusudur. Birincisi; korkuya bağlı olarak başarısız olunma olasılığıdır. İkincisi ise; harekete geçmemek koşulu ile fırsatların kaçırılması olasılığıdır. Hâlbuki risk alabilme eylemi işletmelerin geleneklere bağlı kalma ve atalet nedeni ile oluşan hareketsizlik durumunu ortadan kaldırmaya yardımcı olacaktır (Altuntaş ve Dönmez, 2010).

Girişimcilik eğiliminin farkında olan işletme pazardaki fırsatları yakalamak ve yüksek gelir imkânı elde etmek için yüksek miktarlarda borçlanmaya veya yüksek kaynak tahsisinde bulunarak riskli eğilimler gösterebilmektedir. Bahsi geçen davranış türü risk alma eğiliminin göstergesi olarak nitelendirilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007, s. 100).

1.3.2.4. Rekabetçi Girişkenlik Boyutu

Rekabetçi girişkenlik boyutu, örgütün rakipleri ile yoğun ve doğrudan savaşılabileceği bir şekilde pozisyon almasını ve pazara girme çabasını nitelendirmektedir. Bu eylemler pazardaki rakiplerden daha başarılı bir performans gösterme mecburiyetini de içermektedir (Dess ve Lumpkin, 1996, s. 148). Rekabetçi

girişkenlik ile proaktifliği bazı araştırmacılar ayrı tutarak incelerken (Covin ve Slevin, 1991; Knight, 1997) bazı araştırmacılar rakabetçi girişkenliğe bağımsız olarak değinmemişlerdir (Guth ve Ginsber, 1990; Zahra, 1991, s. 199). İlgili iki yaklaşımın haricinde rekabet içerikli saldırgan tavırları rakipler ile agresif örgütsel ilişkiler kurmak ve proaktifliği ise pazara dair fırsatların değerlendirilmesi konusunda öncü olarak tanımlayan çalışmalar da bulunmaktadır (Antoncic ve Hisrich, 2003, s. 18).

1.3.2.5. Özerklik Boyutu

Özerklik boyutu, ekip ya da kişilerin gerçekleştirdiği bağımsız fiillere yönelik bir boyut olarak tanımlanır. Engelleyici ve kısıtlayıcı olan örgütsel proseslerde örgütsel anlamda arınmış, temizlenmiş olmayı ifade eder (Dess ve Lumpkin, 1996:140).

Özerklik iş girişimciliğinin temel boyutlarından biri olarak sayılır. Başka bir deyişle; örgütlerdeki iç girişimcilik etkinliklerinin artması için gerçekleştirilen kurallar ve uygulamalar dışında hareket edebilme özgürlüğü sağlayan ve buna ek olarak iç girişimcilere kendi fikirleri doğrultusunda, özgürce inisiyatif kullanma fırsatı veren bağımsız eylemler kümesi olarak da açıklanabilir. Grupça ya da gruplar arası seviyede olabileceği gibi bireysel olarak kişi bazında da bağımsız karar alma cesur karar verebilmeyi içerisine dâhil eder (Arslan ve Staub, 2015, s. 5).

1.3.2.6. Bilgi Edinimi Boyutu

Bir girişimcinin karşılaşılabileceği en kritik faktör; kendisi tarafından geliştirilen ve tamamlanan projesini olası alıcılarına tanıtarak, sunabilmesidir. Girişimciler, sermaye desteğine ek olarak girişimdeki sermayeyi sağlayan sermayedarın tecrübelerinden ve sahip olduğu tüm bilgilerden faydalanmaya çalışmalıdır (Fettahlıoğlu, 2020). İç girişimcilik; örgütün kendi kendini yenileyebilmesi, karlılık durumu, bilgi kazancı ve uluslararası platformda başarı sağlanabilmesi amacıyla harekete geçilmesini özendirilen önemli bir destekleyici ve itici güç olarak nitelendirilebilir. İç girişimcilik, kapasite ve maharet sağlama yeteneğini ve yenilikçi düşünce tarzını arttırmaya odaklanır ve bu sayılan niteliklerin arttırılabilmesi ve geliştirilmesi için girişimsel düşünce sistematiği kullanılır. Dolayısıyla bu kazanıma sahip olan örgütlerin, rakipleri karşısında daha avantajlı oldukları söylenebilir.

Böylece; belirsizlik, karmaşık pazar şartları ve fazla rekabetin söz konusu olduğu ortamlarda örgütsel sürdürülebilirlik, rekabette avantaj sağlanması ve başarı elde edilmesi ile mümkün olacaktır (Fiş ve Çetindamar, 2007, s.126).

Yeni bir fikrin temellerini oluşturacak olan bilginin temelini oluşturan bilgiye ulaşabilmek iç girişimcinin ayırt edici özelliklerinden biri olarak görülmektedir (Sezgin, 2015:135). Fikirlerin yalnızca yaratılıp oluşturulması değil, yeni düşüncelerin genişleyerek yayılması ve somut olarak meydana gelmesi için verilen çabayla da bağlantılı olduğundan “destekleyicilik” olarak isimlendirilmiştir (Sezgin, 2020, s.253-260).

1.3.2.7. Yeni İş Girişimleri Başlatma Boyutu

Yeni bir iş girişimi başlangıçtaki boyutu özerklik (bağımsızlık) derecesi ne olursa olsun mevcut bulunan organizasyonda yeni bir iş oluşturulması anlamını taşımaktadır (Fitzsimmons vd., 2005, s.7). Yeni ekonomik atılımlar, işletme bünyesi dahilinde yapılabildiği gibi farklı bir işletme şeklinde de olabilir. Bu tip yenilik etkinlikleri bir anlamda işletmenin yeniden tanımlanması ya da yeni pazar yerlerinin tanımlanmasıdır. Bu yenilikler ile işletmenin örgütsel yapısında da değişimlerin gerçekleşmesine ortam hazırlanmış olur olacaktır (Akoğlan Kozak ve Gül Yılmaz, 2010, s.90).

Yeni bir iş kurma düşüncesi bireylerin özellikleri, fikirleri, uygulama esnasındaki davranış ve tutumları, kurulan işin ihtiyaçları karşılama konusundaki yeterlilik durumu, motivasyonu gibi nedenler dolayısıyla ortaya çıkmıştır. Bu durum ne kadar böyle görünse de, bireylerin kendilerini başta ailelerine daha sonra da çevrelerindeki insanlara kanıtlama çabaları ve toplum tarafından daha fazla saygı ve itibar görme isteği doğrultusunda gelişen paraya ulaşma arzusu gibi durumlar yeni bir işe atılma düşüncesini mecbur kılan toplumsal baskılardan birkaçı olarak gösterilebilir. Yeni işe başlayan bir girişimci, pazarda hali hazırda var olan ürünlerin benzeri bir ürünü piyasaya sürmeyi amaçlamaz. Aksine, girişimci; pazarda daha önce görülmemiş, benzeri olmayan ve henüz keşfedilmemiş tamamen yeni bir ürünü piyasaya sürmek niyetindedir. Bu durum, tüm işletmeler tarafından istenilen ve pazarda çoğunlukla tercih edilen bir metottur (Kaya, 2017, s. 54)

İşletmenin var olan ürünlerinin yeniden geliştirilmesi ve/veya söz konusu ürünler için yeni pazarların bulunması yoluyla mevcut bir organizasyon içerisinde yeni işlerin yaratılması sağlayacak “yeni iş girişimciliği”, iç girişimciliğin en belirgin boyutlarından birisidir. Büyük ölçekli işletmelerde olduğu kadar mevcut küçük ölçekli işletmelerde de yeni iş geliştirmeye yönelik faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler oldukça biçimsel, özerk veya yarı özerk birimler ve/veya firmalar şeklinde gerçekleştirilmektedir. Mevcut bir firma içerisinde veya ona bağlı ortaklık şeklinde oluşturulan bu girişimler literatürde, “içsel girişimcilik, özerk iş birimi yaratma, firma düzeyli girişimcilik, yeni içsel eğilimler ve kurum girişimciliği” adlarıyla yer edinmiştir. Yeni iş girişimciliği karşımıza “kuluçka girişimciliği” (incubative entrepreneurship) olarak da çıkmaktadır. Bu tür yeni oluşumlar mevcut bir organizasyonun hâkimiyet alanı içerisinde veya dışında yer alabilmektedir (Ülgen Aydınlik, 2015, s.198).

1.3.3. İç Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Literatürde iç girişimciliği etkileyen faktörler iki ana başlık altında incelenmiştir. Bu faktörler örgütsel ve çevresel faktörlerdir.

1.3.3.1. Örgütsel Faktörler

Örgütsel unsurların başarılı iç girişimcilik faaliyetlerinin sağlanmasındaki değeri çeşitli çalışmalarla açıklığa kavuşturulmuştur. İç girişimcilik faaliyetleri bazı çabalardan oluşur. Bunlardan bazıları; yeni işlere girme, yeni ürün, hizmet ve teknoloji geliştirme, sistem içinde radikal farklılıklar yapma, neticesi belirsiz işlere girme ve fırsatları takip ederek ilk olmadır. İç girişimcilik faaliyetlerinde, devamlı etrafla etkileşim durumunda olan bir süreç söz konusudur. Bir işletmede, iç girişimcilikten beklenen, istenilen yararın sağlanması ve faaliyetlerin başarı ile uygulanması, iç ve dış çevre şartlarının bu araştırmaları desteklemesine bağlılık gösterir. Bundan dolayı, iç ve dış çevrenin, iç girişimciliğin başarısı üzerinde etki ve öneminin çok olduğunu söylemek doğrudur (Heinonen ve Korvela, 2006, s. 4).

İç girişimciliğin örgütsel belirleyicileri ikiye ayrılmıştır. Bu iki grup; “maddî” ve “maddî olmayan” değişkenlerdir. Maddî değişkenler, biçimsel örgüt özelliklerinden

kontrol mekanizması, çevresel tarama mekanizması, iletişim gibi değişkenleri kapsarken, maddi olmayan özellikler de örgütün, başta yerleşik inanç sistemi olmak üzere, hâkim örgütsel değerlerini kapsamaktadır. Bahsi geçen bu değerler, bir işletmenin dış dünyayı ve kendisini değerlendirmesinde belirleyicilik gösterir. Maddî ve maddî olmayan bu değişkenler, yerine göre iç girişimciliği destekleyebilmekte hatta bazen engelleme bilmektedirler. Bu gruplandırmaya benzer biçimde, bir diğer sınıflama da iç girişimcilik üstünde belirleyici olan örgüt içi bağımsız değişkenler, örgüt kültürü, örgüt kaynakları, üst yönetimin değer yargıları, örgüt yapısı ve örgüt yetenekleri olarak dile getirilmiştir (Covin ve Slevin, 1989, s. 75-87).

1.3.3.2. Çevresel Faktörler

Genel manada çevre, faaliyet gösteren örgüte, potansiyel ve fiili olarak etki eden tüm etkenlerin temsilcisidir. Aralarında birkaç temel konuda bazı değişiklikler olsa bile, günümüzde örgütler; etraflarından girdiler alan ve hedeflerine erişmek amacıyla bu girdileri çıktılara çevirme faaliyeti yapan bir açık sistem olarak değerlendirilebilir. Bu sebeple örgütlerin sürekliliklerini sağlaması, çevrelerine uyum sağlamayı kolaylaştırır. Bunun nedeni çevrede artan değişim ve komplekslik neticesinde meydana gelen belirsiz ortam, örgütler için, çevrelerine duyarlı olmayı ve daha büyük uyum yeteneğini lazım görür (Mullins, 1990, s. 70-72).

İç girişimcilik, örgütün çevresiyle iletişim içinde olmasını zorunlu kılan bir süreç olduğu için çevrenin iç girişimciliğin başarı üzerinde yadsınamaz bir rolünün olduğu söylenebilir. Yapılan araştırmalarla; rekabet ortamının sağlanabildiği, dinamik ve karmaşık bir çevrenin, iç girişimciliğe olumlu etkisinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Dinamizm işletmenin rekabet ortamında kalıcı olması ve ayakta durabilmesi için yenilikçi adımlar atmasını sağlar, farklılaşmaya yönlendirir (Avcı, 2011, s.62).

Diğer yandan; dinamizm sayesinde işlemeye yeni fırsatlar sunulur. Örgütün içinde bulunduğu pazar bölümlerinin ve müşteri ihtiyaçlarının farklı oluşu, karmaşıklığı ifade eder. Burada sözü edilen farklılıklar ile; işletmeye ekstra yenilikler ve pazar geliştirilmesi adına çalışma yapabilmek konusunda yeni fırsatlar verilir. Teknolojik gelişmelerin olması, yeni ürünlere olan talebin artması, içerisinde bulunulan endüstri ortamının gelişme göstermesi ve büyümesi gibi etmenlerin de girişimciliği olumlu olarak etkilediği söylenmektedir (Avcı, 2011, s.62).

İşletmeler iç girişimcilikle, dış çevrelerinde bulunan tehlikelere ve fırsatlara yenilikçi ve yaratıcı bir şekilde karşılık vermelidir. Dış çevre, işletmelerin yeni ürünleri üretip, geliştirmesi için çok iyi bir fikir kaynağı olarak da çalışır. Bu niteliklere sahip olan bir dış çevre, işletmelerin iç girişimsel uygulamalarda bulunma çabalarında önemli bir role sahiptir (Zahra, 1991, s. 200).

1.3.3.3. Bireysel Faktörler

Bireyin kendi kendini yönetme isteği, başarıya ihtiyaç duyma, risk almaya olan eğilim, amaca odaklı olma ve iç kontrol duygusu gibi sırlanan nitelikler, girişimcilik konusundaki bireysel özellikler arasında sayılabilir (Hornsby vd., 1993, s.32).

Risk Alma Eğiliminde; girişimcilik literatürü tarandığında girişimcinin, girişim yapabilmek ya da başlatabilmek için fazla riske katlanma veya katlanılabilir riskler olarak girişimler oluşturma gibi bireysel özelliklerinin olduğuna dikkat çekilmiştir. Girişimciliğin tanımı risk alma davranışlarına dayalıdır. Girişimciliğin bu yönü Chantillon'dan bugüne her zaman dikkat çeken bir konu olmuştur. Ayrıca girişimci literatürde genellikle risk alan kişi olarak tanımlanmıştır. Bilhassa işletmecilik çalışmalarında girişimcileri uzman yöneticilerden ayıran temel unsur; girişimcinin yöneticiden farklı olarak kar-zarar riski sorumluluğunu direkt olarak kendi üstüne almasıdır (Brochhaus, 1980; Littunen, 2000).

Kendi Kendini Yönetme Arzusu; Girişimcilerde olduğu kadar iç girişimcilerde de iş yerinde bağımsız olma arzusu ve kendi kendini yönetme isteği öne çıkmaktadır. Sert iş disiplinine bağlı olarak şekillenen iş tanımları ve gereksiz prosedürler iç girişimciyi engelleyen kısıtlayıcı unsurlar olarak tanımlanmaktadır. Bireysel sorumluluk almak konusunda cesur olmaları ve iş konusunda alınacak bir kararı çekinmeden verebilmeleri ve hatta bu kararları alırken özgür olmaya ihtiyaç duymaları gibi özellikler iç girişimcileri diğer insanlardan ayıran nitelikler arasında gösterilebilir. İşletmelerde de iç girişimcinin bu gibi bağımsız karar alma isteklerine karşılık verilmeli ve buna uygun iş ortamı oluşturmalıdır. Böylelikle iç girişimcinin sahip olduğu yenilik yaratma potansiyeli açığa çıkabilir (Demirci, 2006).

Başarıya Duyulan İhtiyaç; Bu ihtiyaç kişilerin yaklaşık olarak ortalama zorluk derecesinde bulunan görevleri seçtiğini, sonuçta kendisine adanan sorumluluğu kabul ettiğini ve etkinlik sonuçlarına yönelik geri bildirim aradığını ifade etmektedir. Bu

karakteristik özellik girişimcilik adına önemli bir etmendir. Çünkü girişimciler; iyi performans ortaya koymak için görevleriyle yakından ilgilenmek zorundadır. Bazı çalışmalar, girişimcilerin yatırımcılara göre daha çok başarı güdüsüne sahip olmasının girişimci ve yönetici arasında bulunan temel fark olduğunu söylemektedir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 56). Başarıya ihtiyaç duyan iç girişimciler kendilerini daha fazla motive eder. Böylelikle bağlı buldukları işletmeler adına daha doğru adımlar atabilme ihtimalleri artmış olur. Çünkü iç girişimcilerdeki bu başarı gereksinimi onların kendi işlerinde başarılarını arttırmalarını güdülecektir. Böylelikle girişimci başarıya ulaştığında hem kendisi hem de temsil ettiği kurum adına başarılı olmuş olacaktır.

Amaç Odaklılık; Girişimcilerin belli amaçlara yönelme ve odaklanma özellikleri vardır. Bu sayede pazarda ortaya çıkan fırsatları yakalarlar. Bu da girişimcilerin bağlı oldukları kurumun farklılaşmasını dolayısıyla işletmelerin rekabette avantaj sağlamaları ve faaliyetlerini çoğaltarak rakiplerine karşı üstünlük elde etmelerini, büyümelerini sağlayabilir (Meydan, 2010). İşle alakalı hedef ve amaçların tespit edilmesi, çalışanların amaçlarına ulaşmak için gösterecekleri gayret ve tutumlara açıklık getirerek belirsizlikleri yok ettiği, ödüllerin amaçlara ulaşma düzeyine göre kişiselleştirilmesine imkan sağlayarak beklentileri açıkladığı ve sürekli olarak teşvik fırsatı verdiği için, işçilerin moral ve motivasyon seviyelerini arttırarak onların çalışma performansına pozitif bir etki sağlamaktadır (Güner, 2013:60). Eğer bir iç girişimi amaca odaklıysa, işletme içinde ya da dışında bulunan tüm fırsatları kolaylıkla görebilir (Demirci, 2006, s.57).

İç Kontrol Duygusu; İnsanların başlarından geçen olayları neyin kontrol ettiğine dair olan inançları anlamına gelen bir kavramdır. Ayrıca bu terim kişilerin yaşadıkları olayları pekiştirmeleri, başka bir deyişle ulaştıkları sonuç, başarı, ödülleri ya da başarısızlıkları neyle ilişkilendirdikleri ile bağlantılıdır. Yapılan birçok araştırma; başarılı bir performansın ortaya çıkmasının nedenlerini kendisiyle ilişkilendiren, kendi yeterliliklerine ve becerilerine inanan, bir sorunun çözülmesi için efektif olarak karar verebilen ve gereken adımları atmaktan çekinmeyen iç kontrol odaklı kişilerin iş görenlerin daha çok iş doyumuna, motivasyona ve işe bağlılığa sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda daha yüksek motivasyon, performansla alakalı kontrol odağı ve bağlılık nitelikleri de girişimcilik proseslerini etkileyebilecek diğer bir bireysel öge olarak bulunmaktadır (Çetin, 2011, s.74).

1.3.4. İç Girişimci

Kurumsal bir yapı içerisinde çalışan kişi/lerin veya ekiplerin kendi tercihleri veya çalıştıkları firmadan gelen teşvikler doğrultusunda firmadan ayrılmadan proje ve fikir üreten kişilere iç girişimci adı verilmektedir (Ankara Üniv. Açık Ders, Ders Notları, <https://acikders.ankara.edu.tr>, son erişim tarihi:15/05/2021).

İç girişimci sözcüğü ilk kez Pinchot (1985) tarafından kullanılmıştır. Pinchot iç girişimciyi herhangi bir iş fikrini uygulama sorumluluğunu firma içinde üstlenen kişi olarak tanımlamaktadır (Pinchot, 1985, s.15). Webster sözlüğünde iç girişimci örgüt içerisinde yeni girişimler yaratma sorumluluğunu üstlenen yönetici olarak tanımlanmıştır (Webster).

Ülgen Aydınlik'a (2015, s.192) göre İç girişimci, "*işletme içerisinde girişimci ruhuna sahip, bir fikri kârlı bir son ürüne, risk alma ve inovasyon yolu ile dönüştürme sorumluluğunu üstlenen kişi*" olarak tanımlanmaktadır. Girişimci kendisi için yenilik çabasıdayken iç girişimci mevcut bir örgüt adına yenilik çabasını sürdürmektedir. İşletme çalışanlarının kişisel yaratma kapasitelerini geliştirerek yeni girişimlerle işletmenin başarısının artırılması amaçlanmaktadır (Ülgen Aydınlik, 2015, s. 192)

İç girişimcilerin, girişimciler ve yöneticiler ile benzer özellikler taşıdığı gibi farklı özelliklere sahip oldukları görülmektedir (Menzel vd., 2007; Hydle vd., 2014, s. 113). İç girişimciler; beklentiler (Bosma vd., 2010, s. 24-25), öğrenme stratejileri (Honig, 2001, s. 31), risk alma derecesi (Douglas ve Fritzsimmmons, 2013, s. 126), özerklik isteği (Douglas ve Fritzsimmmons, 2013, s. 126), algılanan yetenek (Nyström, 2012, s. 13), eğitim derecesi (Nyström, 2012, s. 13), motivasyon etmenleri (Gürel, 2012, s. 69) gibi konularda girişimcilerden farklılaşmaktadırlar. Tüm bunlara ilaveten iç girişimciler yöneticilere oranla daha yenilikçi, hırslı, agresif, hevesli ve dirençli bireyler şeklinde tanımlanabilmektedir (Davis, 1999, s. 312-315).

İç girişimciler değerlendirilirken, yöneticilerden ve bağımsız girişimcilerden ayrı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle İç girişimci davranışlarını ölçmeyi amaçlayan ölçekler geliştirilmiştir. Geliştirilmiş ölçeklerin benzer yönleri olduğu gibi genellikle aynı boyutlar üzerine odaklandıkları görülmüştür. Bu ölçeklere örnek vermek gerekirse; Sayeed ve Gazdar, 2003; Stull, 2005; Tokat, 2007; De Jong

ve Wennekers, 2008; Wakke vd., 2010; De Jong vd., 2011; Bosma vd., 2010, Langkamp ve Lane, 2012, Van der Sljde vd., 2013; Rigtering ve Weitzel, 2013; Gawke vd., 2017; Preenen vd., 2016 şeklinde sıralamak mümkündür.

İç girişimci için aşağıdaki özellikleri sıralamak mümkündür (Doğaner, 2006);

- Yaygın inanışın ötesinde son derece normal bir zekâ düzeyine sahip ancak sıra dışı eğilimleri ve mücadele hırsı olan örgüt çalışanıdır.
- Fikir ve prototipleri kâr getiren ürünlere dönüştüren örgüt çalışanıdır.
- Sadece bunları yapmakla kalmayan aynı zamanda iyi bir takım kurucusu ve takım oyuncusu olması gerektiğini unutmayan örgüt çalışanıdır.
- Hayranlık duyulan ve hayatın bir parçası haline gelen birçok ürün ve hizmetin ortaya çıkışı için önemli riskleri göze alan örgüt çalışanıdır.

İç girişimci, “bir fikir ile girişim” faaliyetine başlamaktadır. Bu fikir ise şirketin vizyonu ya da amacından yola çıkılarak meydana gelmektedir. Bu fikri kendi yaratıcılığıyla ve hayalleriyle birleştirerek, yaşayacakları engel ve zorlukları da dikkate alarak harekete ederler (Top, 2006).

1.3.5. Girişimci ve İç Girişimci Arasındaki farklar

Girişimci ve iç girişimci arasındaki farkları aşağıdaki tabloda (Tablo 4) verildiği şekilde özetlemek mümkündür.

Tablo 4. Girişimci ile İç Girişimci Arasındaki Başlıca Farklar

Girişimci	İç Girişimci
Bağımsızdır.	Yarı Bağımsızdır.
İç girişimcilere kıyasla çok daha fazla risk almaktadırlar.	Görece olarak girişimcilere oranla daha az risk almayı tercih ederler.
Geliştiricidir ve kendisi için yenilik yapar.	Güçlendiricidir ve var olan bir örgütte başkaları adına yenilik yapar.
Kendi iradeleri ile girişim faaliyetinde bulunmaktadırlar.	Örgüt içindeki kişiler tarafından seçilmektedirler ve örgüte kendilerini kabul ettirirler.
Kendi sahip oldukları finansmanı riske etmektedirler.	Çalıştıkları firmaya ait finansmanı riske ederler.
Risk tercihleri para ve saygınlık kazanma amaçlıdır.	Risk tercihler kariyerleri ve işlerine yöneliktir.
Motive eden temel faktör yeni bir iş kurma, kendi işine başlama ve finansal kazanç elde etme düşüncesidir.	Terfi, prim, yüksek ücret ve gelir artışı gibi faktörlerle motive olmaktadırlar.
İşletmelerinin gerçek sahibidirler.	İşletmenin gerçek sahibi değildirler, daha ziyade işletme için çalışmaktadırlar.
Örgüt dışında faaliyet göstermektedirler.	Örgüt içerisinde faaliyet göstermektedirler.

Kaynak: Mohanty, 2005:20; Kaplan, 2013:69; Güner, 2013:41.

1.4. İşletmelerde Başarı

Bu başlık altında işletme başarısının amaçları, tanımı ve başarı ölçütlerine başlıklar halinde yer verilecektir.

1.4.1. İşletme Amaçları

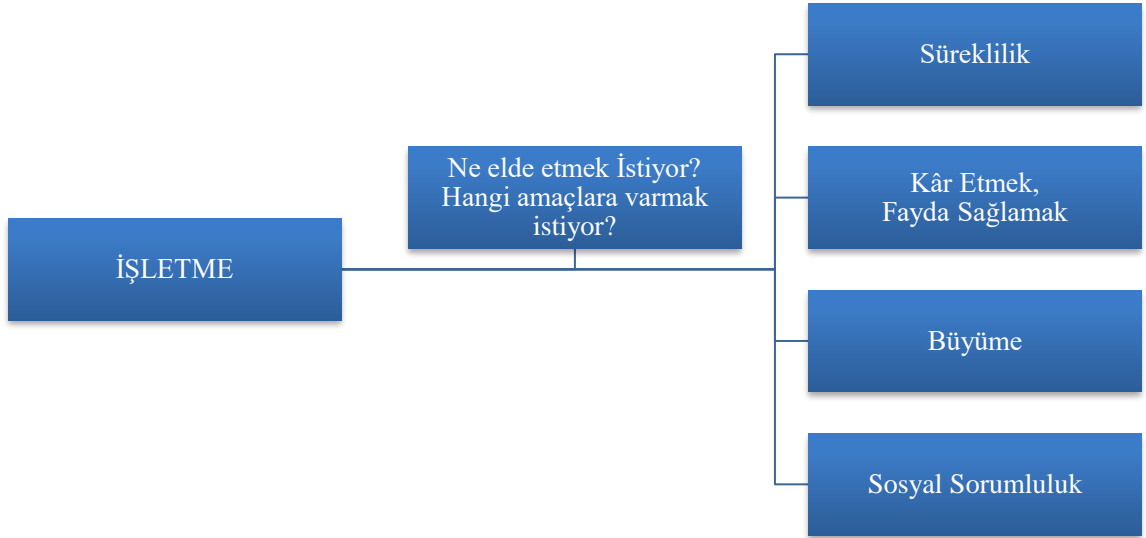
İşletme amaçları genel olarak ele alındığında; uzun dönemde kâr elde etme, toplumsal fayda, işletmenin devamlılığını sağlama, işletmenin müşterilerine hizmet etme, iş görenlere iyi bir ücret politikasının uygulanması, topluma ve devlete hizmet ile işletmede istihdamı sürekli kılma olarak gelişim gösterdiği görülmüştür.

İşletme finansmanı anlayışında ise işletmenin en temel amacının “kar maksimizasyonu” olduğu varsayılmıştır (Aydın, 2004, s.7). Kar maksimizasyonu

kavramı ise; firmanın kârını maksimize eden koşullardır. İşletme amaçları; büyüme, kar, kar maksimizasyonu ve değer maksimizasyonu şeklinde ya da sürdürülebilirlik kavramı ile de özetlenebilmektedir (Ece, 2018, s.300-310). Tengilimoğlu vd. (2008) göre işletmenin amaçlarını aşağıdaki sıralayabiliriz (Tengilimoğlu vd., 2008);

- İşletmenin kârını maksimum yapmak,
- Mal ve hizmet üreterek toplum refahını arttırmak,
- Hissedar veya işletmenin cari piyasa fiyatını maksimum kılmak,
- İşletmede istihdamı sürekli kılmak,
- İşletmenin sürekliliğini sağlamak,
- Üretimi ve satışları Arttırmak,
- İşletmenin Pazar payını arttırmak,
- İşletmenin büyümesini ve globalleşmesini sağlamak.

Mucuk (2008) ise işletmenin amaçlarını aşağıdaki şekildeki gibi özetlemiştir;



Şekil 2. İşletmenin Amaçları

Kaynak: Mucuk, 2008.

1.4.2. İşletme Başarısı

Başarı, bir işi yapan bir bireyin, bir gurubun ya da bir örgütün, o işle amaçlanan hedefe (belirlenen amaçlara) yönelik neye ulaşabildiğinin, neyi sağlayabildiğinin nitel ya da nicel anlatımıdır. Belirli bir zaman dilimi içinde elde edilen sonuç, mutlak ya da

göreceli/mukayeseli olarak açıklanabilir. Örneğin bir atletin yüksek atlamadaki bireysel derecesinin veya bu derecenin sıralamadaki (diğerlerine göre) yeri şeklinde açıklanabilir. Bir diğer örnek, üretim birimindeki üretim miktarı veya gerçekleşen bu üretim miktarının, planlanan üretim miktarına oranı gibi (Benligiray, 1999, s. 5).

İşletme başarısı, işletmenin belli bir zaman aralığındaki çıktısı ya da çalışmasının sonucudur. İşletme başarısı ile işletmenin toplam başarısı anlatılmaktadır. Toplam başarının bilinebilmesi, işletmenin girdileriyle çıktıları arasındaki ilişkilerin ve sonuçların ölçülüp değerlendirilmesiyle mümkündür (Kıngır, 2007, s. 97-98).

İşletmelerin önceden belirledikleri amaç ve hedeflerine ulaşp ulaşmadıklarını belirlemede çeşitli başarı kriterleri/ölçütleri bulunmaktadır. Örneğin yenilik performansı, kalite performansı, personel kalitesi, iş tatmini ve bağlılık, örgüte bağlılık, müşteri tatmini ve bağlılığı, ciro ve Pazar payı artışı, kar ve sermaye artışı vb. Bu başarı göstergeleri hem ortaya çıkma zamanı ve hem de faaliyet alanı açısından birbirlerinden farklı olup aralarında da sebep sonuç ilişkisi mevcuttur. Bu faktörler Birbirleriyle etkileşim halindedirler (Benligiray, 1999, s. 5).

İşletmelerin faaliyet alanlarına, çıktılarına veya faaliyet sonuçlarına göre çeşitli ölçütlere (kriterler) göre değerlendirebilirler. Bu nedenle öncelikle işletme başarının kriterleri belirlenmesinde yarar vardır. Bunlar; Etkinlik, Verimlilik, Kalite, Çalışma yaşamının kalitesi, Yenilik, Karlılık ve Bütçeye Uygunluk şeklinde sayılabilir (Benligiray, 1999, s. 8).

Başarı; değerlendirme düzeyi, zaman süresi, amaç ve ölçme yöntemleri açılarından çeşitli boyutları içeren bir kavramdır. Bu çalışmada başarı; pragmatik amaçlara yönelik olarak, elden geldiğince yalın yöntemlerle değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada işletme başarısını değerlemede, sektörün durumsal faktörleri/değişkenleri dikkate alınarak aşağıdaki ölçütler kullanılmıştır:

- Satışlar
- Kâr
- Ürün kalitesi
- Ürün yenilikleri/Ürün geliştirme
- İş süreçlerindeki yenilikler

- Çalışan memnuniyeti

Başarı kelimesi; belirli bir beklentinin karşılanması, bir işin üstesinden gelinmesi anlamında kullanılmaktadır.

İşletme başarısı; daha önceden belirlenen işletme amaçlarının daha önceden belirlenen sürede gerçekleşme düzeyi anlamına gelmektedir. İşletme başarısını karşılaştırma, değerlendirme, derece ya da düzey ölçme ile belirlendiği görülmektedir (Ak, 2010, s. 106). İşletmede gelir ve giderler, maliyet ve kârlılık bağlamında işletme başarısına etki eden en önemli değişkenler arasında yer almaktadır. Rekabetin yoğun yaşandığı ortamlarda gelirlerin istenildiği düzeye getirilmesi mümkün olmamaktadır. İşletme kârlılığının artırılması bağlamında gider kalemleri, en önemli değişkenler haline gelmektedir (Acar vd., 2004, s. 101).

Sürekli değişen günümüz rekabet ortamında işletmelerin başarılı olabilmeleri; kendi güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek, dış tehditlerden minimum maliyetle kurtulabileceği ve elde ettiği fırsatlardan maksimum faydayı sağlayabileceği stratejileri geliştirmelerine bağlı gerçekleşmektedir. Bu nedenle işletme içinde ve dışında yer alan unsurların analizinin yapılması, belirlenen amaçların başarılması ve işletmenin sürekliliğinin sağlanması açısından oldukça önemli bir yere sahiptir (Akgemci, 2007, s. 128). Bu nedenle birçok firma belirli aralıklarda sektör analizi yapmaktadır. Yapılan sektör analizlerine göre piyasada kendilerine pozisyon almaktadırlar.

1.4.3. Başarı Ölçütleri

İşletmelerde başarıyı belirleyen faktörler arasında ağırlığı olanların bile zamanla öncelik sıraları değişim göstermiştir. 1980'li yılların başında sermaye en büyük başarı faktörüken, 1980'li yıllardan sonraki dönemde teknoloji ve insan kaynakları faktörleri ağırlık kazanmıştır. Günümüze gelindiğinde ise; yönetim birikiminin, yöneticinin ve liderin öneminin her geçen gün giderek artış gösterdiği görülmektedir (Akdemir, 2003, s.11).

İşletmelerdeki başarı ölçütlerini ise iki ana başlık altında incelemek mümkündür. Bu ölçütler Finansal ve Finansal Olmayan Ölçütler olarak anılmaktadır. Söz konusu bu iki ana ölçüt kendi içinde alt gruplara ayrılmaktadır.

Finansal Olmayan Ölçütler

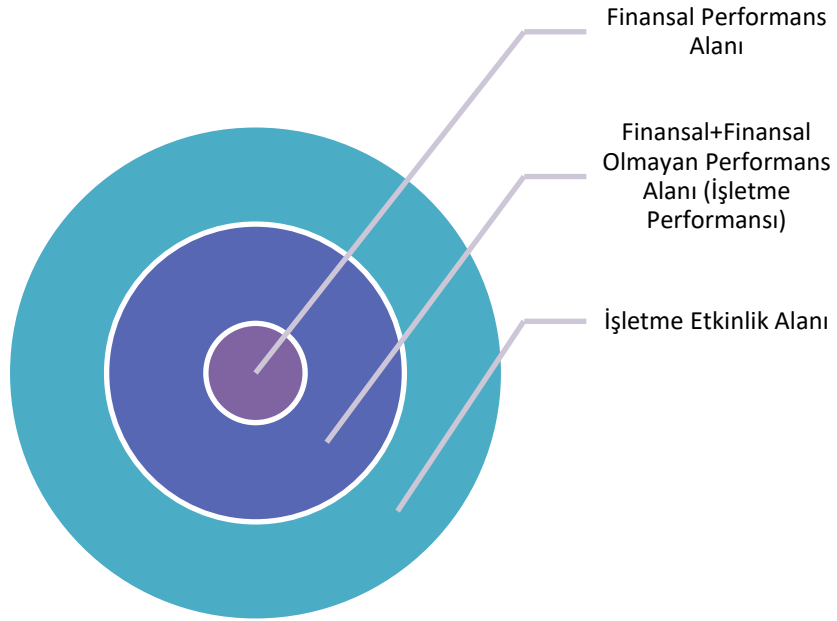
Ürünlerin Pazar payı, Yeni Ürün Sayısı şeklinde sayılabilir.

Finansal Ölçütler

Yatırımın Getirisi (Return on investment) Artık Gelir (Residual income) şeklinde sayılabilir (Garrison ve Eric, 2000, s. 566-576).

İşletme performansını oluşturan 2 temel bileşen Şekil 2’de gösterilmiştir. Merkezinde finansal olmayan ve olan performans ölçütleri işletme performansını oluşturmaktadır. Burada sıraladığımız unsurların tamamı işletmenin etkililik alanını oluşturur (Venkatraman ve Ramanujam, 1986, s.804).

İşletme başarı ölçütlerinin alanları sembolik olarak Şekil 3’de gösterilmiştir.



Şekil 3. İşletme Başarı Alanları

Kaynak: N. Venkatraman ve Vasudevan Ramanujam. (1986).

Bilgi sistemleri, alanda ihtiyaç duyulan bilginin toplanması ve işletme performansının verimli bir şekilde değerlendirilip ölçülmesi amacıyla gerekli alt yapıyı sağlamakla görevlidir. Bilgi işlemleri; verilerin bilgi haline çevrilerek işlenmesi, toplanması ve kullanıcılara dağıtılması gibi süreçleri kapsayan resmi bir metottur. Doğru bilgiye sahip olunmasıyla gerçekçi bilgi elde edilmesi sağlanır. Dolayısıyla

işletme performansında da artış gözlemlenir (Kluyver ve Pearce, 2015, s.38; Williams, Haka, Bettner ve Carcello, 2012, s.968).

1.4.3.1. Finansal Ölçütler

“Model of Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship” modeliyle ifade edilen iç girişimcilik çalışmalarının stratejik, çevresel ve firmaya ait değişkenlerden oluşan bir kombinasyondan etkilenmektedir (Zahra, 1991, s. 262). İlgili model her bir değişkenin bağımsızca iç girişimciliğe etki ettiğinden bahsetmektedir. Ancak sadece eşzamanlı etkilerin incelenmesi ile iç girişimciliğe dair ana öncülleri güvenli bir şekilde anlamının mümkün olacağı şekilde kurgulanmıştır. Modele dair bir diğer önermede ise üstün iç finansal performans ile iç girişimciliğin pozitif bir ilişkide olduğudur (Zahra, 1991, s. 260).

İşletmenin alt sistemleri; kurum kültürü, finansman, muhasebe, insan kaynakları, üretim, operasyon, pazarlama gibi faaliyetleri içerdiği görülmektedir. İşletme içi analizde, işletmenin rakiplerine karşı avantaj sağlayabileceği ve işletmeyi geliştirebileceği üstünlükler ile işletmenin varlığını devam ettirmesini zorlaştıran zayıflıklar tespit edilmeye çalışılmalıdır (Ülgen ve Mirze, 2007, s. 67).

Yenilik ve yaratıcılık konusunda kendini geliştirebilen ve bunu verimli bir şekilde kullanabilen işletmeler ve girişimciler rakiplerine nazaran daha başarılı olmaktadır. Bu işletmeler aynı zamanda ülke ekonomisine de büyük katkılar sunmaktadır (Haşit, 2003, s.172).

Finansal ölçüler birkaç sebep dolayısıyla eleştiriye maruz kalmaktadır. Finansal ölçülerin işletmenin geleceğine yönelik yeterli bilgiyi verememesi, uzun vadeli bakış açısının oluşmasını sağlayamaması, geçmişe yönelik bilgiler üzerine odaklanması gibi nedenler eleştiri nedeni olarak sıralanabilir (Feltham ve Xie, 1994; Chow ve Stede, 2006). Halbuki işletmenin hangi yöne doğru gittiği nerede bulunduğundan daha önemlidir (Denton, 2006).

Finansal olmayan ölçüler uzun dönem odaklıdır. Bu ölçüler yöneticilere işletmenin gelecekteki performansına dair bilgi verir (Banker ve diğ., 2000, Said ve diğ., 2003). Örnek olarak, gelecekteki karlılık durumu belirlenirken; ürün liderliği, yeni ürün, çalışanların sahip oldukları yetenekler, müşterinin sadakati gibi ölçüler

yıllık kar oranına kıyasla daha açık ve verimli göstergeler olarak kabul edilir (Kaplan ve Atkinson, 1998). Bilhassa, işletmenin özelliklerine uygun, finansal olmayan ölçüler seçildiğinde, bu ölçüler işletmenin gelecek performansı hakkında daha doğru bilgiyi sağlayabilir (Said ve diğ., 2003).

Banker ve diğ.'i (2000) finansal olmayan ölçülerin, işletmenin uzun vadede sergileyeceği finansal performansına dair daha sağlam bilgiler verebileceğini belirtmiştir. Ek olarak finansal ölçülerin göstermekte yetersiz kaldığı gelecekteki gelirler ve maliyetler hakkında bilgi sağlar (Hughes II, 2000).

Finansal ölçüler performans ölçümünde sıkça kullanılır. Ayrıca bu ölçütler, muhasebe kayıtları ile elde edilen parasal, tarafsız ve kesin verilerin yardımıyla hesaplanır. Bu sebeple, yöneticilerin karar alma süreçlerinde finansal ölçütlerin kullanılması, hızlı ve daha az düşünülerek hareket edilmesini sağlayan önemli bir araç olarak gösterilebilir. Özellikle yöneticiler, yatırımcılar ve işletmeler için büyük önem taşıyan finansal performans ölçütlerine ilişkin örnekler aşağıda sıralanmıştır (Akal, 2011, s.176; Nourayi ve Daroca, 1996, s.207).

- Finansal Tablolar (Bilanço, Gelir Tablosu, vd.)
- Finansal Oranlar (Likidite, Finansal Yapı, Faaliyet, vd.)
- Finansal Analiz Teknikleri (Karşılaştırmalı, Eğilim, vd.)
- Maliyet Tutarları (İşçilik, Hammadde, vd.)

1.4.3.2. Finansal Olmayan Ölçütler

Finansal olmayan ölçütlerin mali analistler tarafından kullanılmasıyla; işletmeyle ilgili olarak ortaya atılan tahminlerin kesinlik derecelerinin artması sağlanabilir. Finansal olmayan ölçütlerin de hesaplama katılması ile gelecekte oluşacak kazançlara yönelik tahminlerin doğruluk seviyesi artar. Böylece yatırımcıların riski azaltılmış olur. Bu neticede, finansal olmayan ölçüler işletmenin gelecek performansının değerlendirilmesi adına öncü belirteçler olarak kullanılabilir (Barsky ve Bremser, 1999).

Yapılan çalışmaların çoğunluğu, iki grup arasında olumlu veya olumsuz bir ilişkinin varlığını destekler nitelikte sonuçlar ortaya koymuştur. Hughes II (2000) firma değeriyle firmanın çevre ile olan etkileşimi veya çevreye olan etkisi arasında

ilişki olduğunu öne sürmüştür. Ittner ve Larcker (1998) işletmenin finansal performansı ile müşterilerin tatmin olma derecesi arasında kuvvetli bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Behn ve Riley'e göre (1999), kaliteyle ilgili ölçüler ve gelecek gelirleri arasında, Said ve diğ.'ne (2003) göre ise finansal olmayan ölçülerle işletmenin cari ve gelecekteki dönemde ulaşacağı hisse değerleri arasında açık bir ilişki bulunmaktadır. Ghosh (2005) finansal olmayan ölçülerin, bilhassa yapılan eylem ve bu eylemin finansal sonuçları arasında çok fazla zaman olmasıyla daha çok bilgi sağladığını iddia etmektedir.

Performans ölçümündeki yenilikçi yaklaşımlara örnek olarak, değişen müşteri ihtiyacı ve rekabet ortamıyla beraber finansal olmayan ölçütlerin kullanılmasının gerekli hale gelmesi ve buna ek olarak işletmelerin de karar alma süreçlerinde finansal olmayan performans ölçütlerinden faydalanmaları verilebilir. Bu yaklaşım çerçevesinde kullanacak olan, sektörler ya da işletmeler arasında değişim gösterebilen, oluşturulan ve kullanılan finansal olmayan performans ölçütleri şu şekilde sıralanabilir (Chow ve Stede, 2006, s.1; Ittner ve Larcker, 1998, s.217; Williams vd., 2012, s.968).

- Çalışanlar ile İlgili (Hiyerarşi, eğitim, verim, döngü, vd.)
- Tedarikçiler ile İlgili (Temin, ödeme süresi, esneklik, vd.)
- Pazarlama, Satış, Dağıtım, vd. ile İlgili
- Müşteriler ile İlgili (Bağlılık, iade, şikâyet sayısı, vd.)
- Toplum ile İlgili (Sosyal, çevresel, hukuksal, vd.)

1.5. Ampirik Literatür

Bu başlık altında alanda yapılan yurtiçi ve yurtdışı çalışmalara yer verilecektir.

Literatürdeki çalışmalara bakıldığında, kurumsal girişimcilik, iç girişimcilik ve yenilikçilik performansı arasındaki ilişkileri incelemeye yönelik çeşitli çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışmaları tablolar halinde aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür. Tablo 5'te yurtiçinde ve yurtdışında yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Tablo 5. İlgili çalışmalar

Yazar	Yıl	Açıklama
-------	-----	----------

Çıkılmaz	2020	Çalışmada Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü incelenmiştir. Beş faktör kişilik özelliklerinin dışı dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevrotiklik, deneyime açıklık alt boyutlarının iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü olduğu saptanmıştır.
Delioğlu	2018	Isıtma ve soğutma sektörü çalışanlarına yönelik yapılan çalışmada işletmelerde iç girişimcilik eğilimlerinin sosyal inovasyon üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışmada girişimcilik ve inovasyon kavramlarının birbirlerinin tamamlayıcısı olduğu vurgulanmıştır.
Ayhan	2015	Hizmet sektöründe Dönüştürücü liderliğin iç girişimcilik üzerine etkilerinin incelendiği çalışmada, bankacılık sektöründe çalışan bireyler örneklem olarak alınmıştır.
Yıldırım vd.	2012	Karabük ilinde Demir - Çelik sektöründe faaliyet gösteren üretim işletmelerinin mevcut durumlarını inceleyerek, bu işletmelerin rekabet güçleri ve rekabet güçlerini etkileyen faktörlerin neler olduğu tespit etmeye çalışmıştır
Öztürk ve Fındık	2012	Çalışmada öncelikle Türk Demir - Çelik sektörünün gelişimi değerlendirilmiştir. Daha sonra ise Michael Porter tarafından geliştirilen "Sektörlerin Yapısal Analizi" yaklaşımında faydalanarak, sektörün uzun vadede rekabet edebilirliğine yönelik strateji önerileri geliştirerek sunmuşlardır.
Uçar	2011	Otel yöneticilerinin iç girişimcilik yönelimleri değerlendirilen çalışmada, organik tarzda örgütsel özellikler ile iç girişimcilik boyutları arasında anlamlı ve pozitif düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Göçmen	2007	İşletmelerde girişimcilik özelliğini destekleyen faktörler incelenmiştir. Ele alınan işletmelerde iç girişimciliği oluşturan bileşenler; örgütsel, çevresel algı ve performans kriterleri baz alınmıştır. Çalışmada şehirler, sektörler, çalışan sayısı ve işletmenin faaliyet yılı ile farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.
Atgür	2006	Avrupa Birliği'ne uyum sürecindeki Türk Demir - Çelik sektörünün değerlendirmesi yapılarak, sektördeki mevcut sorunları tartışılarak, çözüm önerileri sunulmuştur. Elde edilen bulgular, sanayi üretiminden Demir - Çelik üretimine doğru kısa ve uzun dönemde olmak üzere tek yönlü bir ilişkinin varlığını sergilemiştir.
Antonci ve Hisrich	2003	Var olan örgütlerdeki girişimciliğin, işletme boyutundan bağımsız olarak meydana geldiğini belirtmiştir. Ayrıca kurumsal girişimcilik yerine iç girişimcilik kavramının da kullanılabileceğinin mümkün olduğunu belirtmiştir.
Nielson, Peters ve Hisrich	1985	İç girişimciliği büyük örgütler içerisinde yenilikçi ve/veya gelişmiş iş gören metotları, hizmetleri ve teknolojileri oluşturmak ve yaygınlaştırmak üzere tasarlanan oluşum olarak açıklamıştır. İç girişimcilik kavramındaysa daha çok mevcut ürün gamı dışında üretimin veya pazarlama faaliyetleri yürüten ana işletmeye bağlı yeni işletme kurulmasının üzerinde durulmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

KARABÜK'TEKİ DEMİR ÇELİK İŞLETMELERİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

2.1. Araştırmanın Tanıtılması

Bu bölümde araştırmanın alanı, amacı, önemi, sorunsalı, hipotezleri ve modeli kısaca tanıtılmıştır.

2.1.1. Alanın Tanıtımı

Karabük ve Demir Çelik

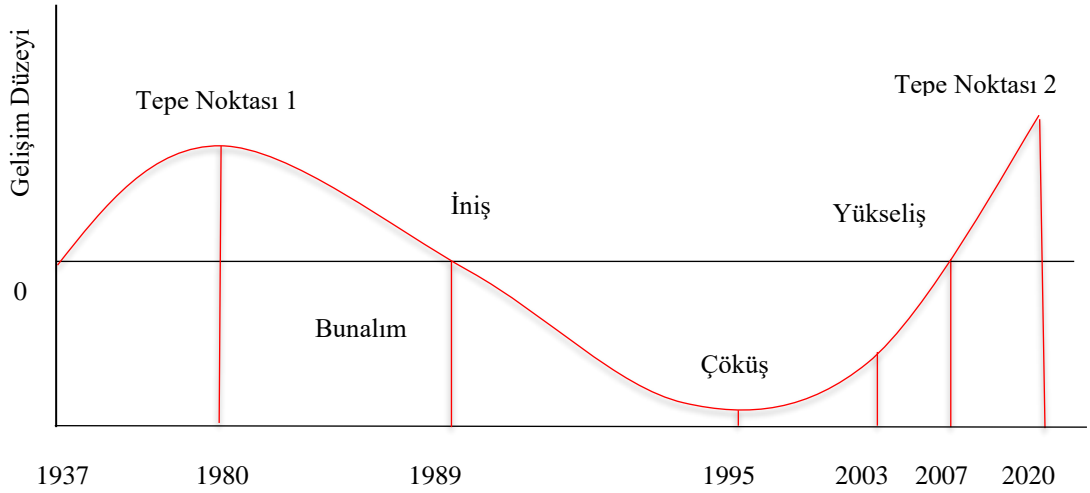
Araştırma, Cumhuriyet, sanayi, turizm, üniversite kenti olan Karabük'te, Demir Çelik sektörü üzerinde gerçekleştirilmiştir. Batı Karadeniz bölgesinde bulunan Karabük; Bartın, Kastamonu, Çankırı, Bolu ve Zonguldak illeri ile komşu olan Karabük; Eflani, Eskipazar, Ovacık, Safranbolu ve Yenice ilçeleri ile birlikte 4.145 km² yüzölçümüne sahiptir. Ankara'ya 217 km ve İstanbul'a 385 km uzaklıkta olan Karabük, Ankara-Zonguldak demiryolu güzergâhında bulunmaktadır. Karabük, bir cumhuriyet dönemi kenti olsa da, Safranbolu ve Eskipazar ilçeleri oldukça eski birer yerleşim merkezidir. Topraklarının yüzde 70'i ormanlarla kaplı olan Karabük, Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF) tarafından acil olarak korunması gereken 100 sıcak noktadan birisidir (TÜİK).

Karabük'te Demir-Çelik Fabrikalarının 1937 yılında temellerinin atılmasıyla, ilin kuruluşunda ve gelişmesinde, Karabük Demir- Çelik Fabrikaları lokomotif rol oynamıştır. Karabük'te ve ülkemizde ilk demir çelik üretimi, yıllık 150.000 Ton kapasiteyle 1939 yılında üretime geçen Karabük Demir Çelik Fabrikalarında gerçekleştirilmiştir. (Atgür, 2006). İlk yüksek fırın 9 Eylül 1939'da ateşlenmiş ve bir gün sonra 10 Eylül 1939'da İlk Türk Demiri üretilmiştir. Kardemir, ülkemizin sanayileşme atılımlarına öncülük ederek çok sayıda büyük endüstriyel tesisin proje, imalat ve montajını gerçekleştirmiştir. Bu nedenle Türkiye'de fabrikalar kuran fabrika unvanı ile tanınmıştır. (<https://www.kardemir.com/hakkimizda>).

İşletme 1995 yılında özelleştirilerek Kardemir A.Ş. adını almış ve bu tarihten itibaren gerçekleştirilen modernizasyon yatırımlarıyla üretimini çeşitlendirerek artırmıştır. Bu bağlamda ilin sosyo-ekonomik durumu, demir-çelik endüstrisi ve bu endüstriye dayalı olarak gelişen yan sanayiler ve ticaret sektörüne bağlı olarak şekillenmiştir/biçimlenmiştir. (Karakaya, 2010, s. 456).

Karabük, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre 2021 yılında yapılan yeni teşvik sisteminde üçüncü bölgede yer almıştır. Halen girişimcilere hizmet sunmakta olan Karabük Organize Sanayi Bölgesi (OSB) ihtiyacı karşılayamadığından, ilde ikinci bir OSB oluşturulması ile ilgili planlanma çalışmaları sürmektedir (Karabük Ticaret ve Sanayi Odası).

Karabük, Kardemir'e bağlı olarak var olduğundan, gelişmiş sürecini birlikte incelemek yararlı olacaktır. Bu anlamda Karabük ve Kardemir'in gelişim sürecindeki önemli evreler Şekil 4'te sunulmuştur.



Şekil 4. Karabük İlinin Ekonomik Gelişim Süreci

Kaynak: Karakaya, 2010'dan uyarlanmıştır.

Şekil 4'te sunulan Karabük ve Kardemir'in gelişim sürecindeki önemli kilometre taşları aşağıdaki biçimde özetlenebilir.

- 1937 Karabük Demir ve Çelik Fabrikalarının temellerinin atılması
- 1980 Kentin ekonomik açıdan zirveye ulaştığı yıl
- 1989 Genel Grev ve Ekonomik durumunun kötüleşmesi
- 1995 Özelleştirme ve kentin ekonomisinin belirsizlik ve krize sürüklenmesi

- 2003 Kardemir'in yeniden yapılanması ve yeni yatırımların başlatılması ile yükselişe geçmesi
- 2007 Karabük Üniversitesi'nin kuruluşu ve kentin yeni bir ivme kazanması Üniversite sanayi iş birliğinde örnek model
- 2007-2020 Yeni Tesislerin İşletmeye Alınması ve Kapasite Artırımları,
- Ray ve Profil Haddehanesi, 4. ve 5. Yüksek Fırın, Yeni Kok Fırınları, Hidroelektrik Santrali, Eğitim ve Kültür Merkezi, Merkezi Arıtma Tesisi, Yeni Sinter Tesisi, 3. Hava Ayrıştırma Tesisi, Hava Kalitesi İzleme İstasyonu, Yeni Kireç Fabrikası, Yeni Enerji Santrali, Torpidoda Kükürt Giderme Tesisi, IV. Hava Ayrıştırma Tesisi Demiryolu Tekerü Üretim Tesisi, İlk Kangal Üretimi,
- 2015 yılında Dünya demir çelik sektöründe önemli bir ölçüt olarak kabul edilen yıllık 2 milyon ton üretim seviyesinin, 2,5 milyon ton sıvı çelik üretimi ile aşılması ve bu seviyenin ilerleyen yıllarda artırılarak 2020 yılında 2,6 milyon üretimin gerçekleştirilmesi (Kaynak: https://www.kardemir.com/kilometre_taslari (24052021, 06:00))

Süreç kapsamında elde edilen verilerin analizi yapıldıktan sonra elde edilen bilgiler sistematik olarak düzenlenmiş ve Tablo 6'da özetlenerek sunulmuştur (Kökten ve Karakaya, 2017, s. 84-85).

Tablo 6. Karabük İli SWOT Analizi (Demir Çelik Sektörü Açısından)

Üstünlükler	Zayıflıklar
<ol style="list-style-type: none">1. Nitelikli işgücü oranı yüksektir.2. Demir Çelik ürünleri talebi yüksektir3. Ürünler kalite standartlarına uygundur.4. Kalite belgeli tesis sayısı fazladır.5. Demir Çelik yan sanayi tesisleri yeterlidir6. Teknolojik düzeyi ve tecrübe açısından rekabet gücü vardır.7. Kapasite geliştirme çalışmaları sürmektedir.	<ol style="list-style-type: none">1. Demiryolu altyapısı taşıma ve lojistik faaliyetleri açısından yetersizdir.2. Coğrafi konum nedeniyle deniz yolu bulunmamaktadır3. Kalitesiz ve ucuz ürün üretimini engelleyici mekanizmalar yetersizdir.4. Sermaye yetersizliği ve finansman maliyetleri yüksektir.
Fırsatlar	Tehditler
<ol style="list-style-type: none">1. Sektör ürünlerine karşı talep ve tüketim güçlüdür.2. Teknik bilginin yüksek seviyede bulunması ve teknolojik gelişmelerin yakından takip edilmesi işi kaliteli ve verimli kılmaktadır.3. Talebi oluşturan sektörlerin (otomotiv, dayanıklı tüketim ve inşaat sanayi) gibi metal tüketiminin fazla olduğu sektörlerin büyüme potansiyeli yüksektir.4. Bulunulan konum itibarıyla mevcut tesisler müşteri kitlesine yakındır.5. Karabük ilinde devam eden altyapı yatırımları sebebiyle çelik tüketimi fazladır.6. Altyapı ve kentsel dönüşüm çalışmaları sebebiyle, inşaat sektöründe büyüme potansiyeli yüksektir.7. Bölge çelik tüketimi, gelişme potansiyeli göstermektedir.	<ol style="list-style-type: none">1. Çevre mevzuatı kapsamında, çevre yatırımları yüksek maliyetler içermektedir.2. Piyasaya standart dışı, sertifikasız ve kalitesiz ürün girişi engellenememektedir.3. Hammadde fiyatlarında, yüksek oranda dalgalanmalar ve belirsizlikler yaşanmaktadır.4. Çelik ve diğer metallere ikame malzeme üretimi artmıştır.5. Karabük ilinin liman şehri olmamasından dolayı lojistik maliyetleri yüksektir.6. Katı çalışma ve çevre mevzuatı, yüksek tutarlarda ilave maliyetlere yol açmaktadır.7. Hammadde, yarı mamul ve mamul ürünlerde iç pazarlarını koruyan ve ihracata destek veren ülkelerin olması.8. Çelik sektörü yatırımlarında devlet desteği tam olarak hissedilememektedir.

Kaynak: Kökten ve Karakaya, 2017, s.84-85.

Tablo 6’da görüldüğü üzere Karabük ilinde demir çelik sektöründe istihdam edilebilecek yeterli donanımına sahip işgücü oranının yüksek olduğu ve ürünlerin kalite bakımından ihtiyaçları karşılayabilecek nitelikte olduğu görülmektedir. Sektörün Karabük ilinde zayıf yönlerine bakıldığında ise demiryolu altyapısının taşıma ve lojistik faaliyetleri açısından yetersiz olduğu, ayrıca haddehane işletme sayısının gerektiğinden az olduğu ve elektrik enerjisi kullanım maliyetlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, “*Karabük’teki Demir Çelik işletmeleri çalışanlarının iç girişimcilik algıları ile işletme başarısı arasındaki ilişkileri saptamayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda araştırmada incelenen boyutlar ile iç girişimcilik algıları arasındaki ilişkilerin saptanmasına ilişkin alt amaçlar şu şekilde ifade edilebilir:*

- Çalışanların iç girişimcilik algısı ile Özerklik Boyutu arasındaki ilişkiler
- Çalışanların iç girişimcilik algısı ile Proaktiflik Boyutu arasındaki ilişkiler
- Çalışanların iç girişimcilik algısı ile Yenilikçilik Boyutu arasındaki ilişkiler
- Çalışanların iç girişimcilik algısı ile Bilgi Edinme Boyutu arasındaki ilişkiler
- Çalışanların iç girişimcilik algısı ile Stratejik Boyutu arasındaki ilişkiler

Karabük’te Demir Çelik sektörünün çok önemli olmasına rağmen bu sektörde iç girişimcilik üzerinde bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Bu bağlamda uygulamalı çalışmaların yetersiz olduğunun gözlemlenmesinden hareketle, çalışmanın özgünlüğü ortaya çıkmakta ve alan açısından elde edilecek veriler ile hem literatüre hem de firma sahiplerine katkı sağlayacak olması açısından önemli bir yere sahiptir.

2.1.3. Araştırmanın Sorunsalı, Hipotezleri ve Modeli

2.1.3.1. Araştırmanın Sorunsalı

Çalışmanın ana sorunsalı; “*Karabük’teki Demir Çelik işletmesi çalışanlarının iç girişimcilik algıları ile işletme başarısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki var mıdır?*” olarak belirlenmiştir. Araştırmanın alt problemleri ise hipotezlerle tanımlanmıştır.

Çalışmada Sezgin (2020, s. 253-260) tarafından geliştirilen “İç Girişimci Algısı” ölçeği baz alınarak kullanılmıştır. Ölçek 6 boyut ve 23 ifadeden oluşmaktadır. Bu çalışmanın amacı ve kapsamı açısından önemli görüldüğünden dolayı “*İşimle ilgili kesin bir talimat olmadığı sürece inisiyatif alırım.*” ifadesi eklenerek yeniden uyarlanmış ve 24 ifadeden oluşur hale getirilmiştir. Çalışmada 5 boyut ve 24 ifade ele alınarak incelenmiştir. Söz konusu boyutlar aşağıda sunulmuş olup, ifadeler ise ekte sunulan anket formunda yer almaktadır. İşletme başarısı için ise araştırmacılar tarafından geliştirilmiş olan 9 ifadeli bir ölçek kullanılmıştır.

Bu çalışmada İç Girişimcilik Algısını ölçmek amacıyla kullanılan 5 boyut ise aşağıdaki gibidir;

- ✓ Özerklik Boyutu
- ✓ Proaktiflik Boyutu
- ✓ Yenilikçilik Boyutu
- ✓ Bilgi Edinme Boyutu
- ✓ Stratejik Boyut

2.1.3.2. Hipotezler

İç girişimler, yenilikçiliğin, sürdürülebilir bir büyümenin ve yenilenmenin kaynağıdır (Campbell vd., 2003, s. 30). İç girişimciliğin temelinde de örgütü yeniliğe götüren bir örgütsel çıktı bulunmaktadır (Kuratko vd., 2009, s. 460). Bu noktada, yeniliğe götüren örgütsel çıktı aşağıdan yukarıya doğru bireysel olarak örgüt üyelerinin davranışları ile gerçekleşmektedir (De Jong vd., 2011, s. 5). Bu çalışmada, Karabük ilinde iç girişimcilik algılarının saptanması ve bu algının işletme başarısındaki rolünün belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda iç girişimcilik algısı için; Sezgin (2020) tarafından geliştirilen “İç Girişimci Algısı” ölçeği baz alınmış olup, söz konusu ölçeğe ifade eklenerek kullanılmıştır. İşletme başarısı için ise ilgili literatürlerde yapılan araştırmalar sonucu doğrudan bir örnek bulunamamış olup araştırmacılar tarafından geliştirilmiş olan 9 ifadeli bir ölçek kullanılmıştır

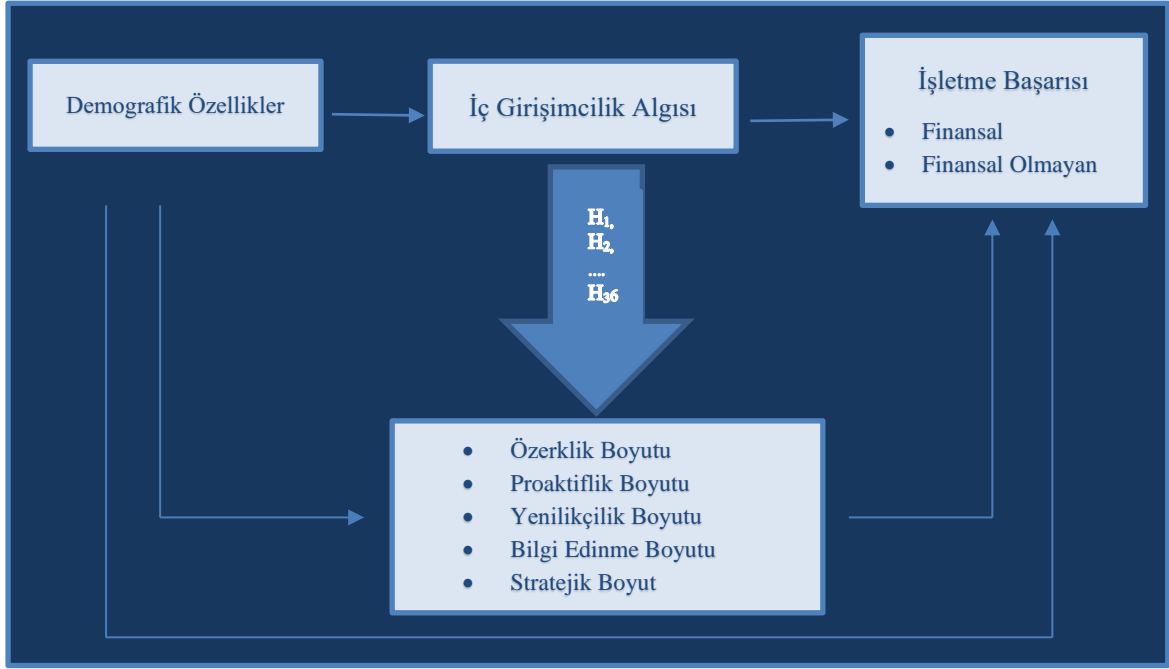
Bu çalışmanın ana hipotezi “*Karabük’teki Demir Çelik işletmesi çalışanlarının iç girişimcilik algıları ile işletme başarısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır*” şeklinde belirlenmiştir. Buna göre her boyuttan örnek seçilen hipotez çiftleri aşağıda sunulmuştur:

- H₁₃₀: İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₁₃₁: İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₂₂₀: İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

- H₂₂₁: İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₃₂₀: İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₃₂₁: İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₄₄₀: İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₄₄₁: İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₅₅₀: İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₅₅₁: İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₆₅₀: İşletme başarısı ile çalışanların sahip olduğu deneyim arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₆₅₁: İşletme başarısı ile çalışanların sahip olduğu deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₆₂₀: İşletme başarısı ile çalışanların medeni durumları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₆₂₁: İşletme başarısı ile çalışanların medeni durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₆₃₀: İşletme başarısı ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H₆₃₁: İşletme başarısı ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2.1.3.3. Araştırmanın Modeli

Araştırma modelini aşağıdaki şekildeki gibi (Şekil 5) göstermek mümkündür.



Şekil 5. Araştırmanın Modeli

Şekil 5’te araştırma çalışmamızın modeli yer almaktadır. Modelde sosyo-demografik özellikler ile iç girişimcilik algısı alt boyutları ve işletme başarısı incelenmiştir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu başlık altında araştırmaya ait evren, örneklem veri toplama ve veri analiz yöntemleri iki alt başlık altında incelenmiştir.

2.2.1. Evren, Örneklem ve Veri toplama Yöntemleri

Araştırmanın evrenini Karabük’te faaliyette bulunan Demir Çelik işletmelerindeki çalışanlar oluşturmaktadır. Bu bağlamda mavi yakalı, beyaz yakalı ve mobil yakalı çalışanlar araştırma kapsamı içerisinde yer almaktadır. Araştırmanın yapıldığı Ekim 2020 – Nisan 2021 döneminde Karabük Ticaret ve Sanayi Odası (TSO)’na kayıtlı kapasite raporu bulunan Demir Çelik İşletmesi sayısı Kardemir ve bağlı kuruluşları hariç 36’dır. Bu işletmeler kapasite ve çalışan sayısı bakımından standart bir yapıda

olmayıp farklı büyüklüklerde. Bu nedenle yoğun çabalarımıza rağmen tek tek çalışan sayısı elde edilememiştir ancak çalışan sayısının 40 kişi ile 450 kişi arasında değiştiği tespit edilmiştir.

Dolayısıyla ana kütle ortalama hesaplama yöntemleri ile tahmini olarak 8820 kişi $((40+450)/2 * 36)$ olarak hesaplanmıştır. Bu ana kütle için %5 hata payı ve %95 güven aralığında temsil yeteneğine sahip örneklem miktarı ise yaklaşık 368 kişidir (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 137). Araştırmada kullanılacak veriler, formel anket formu ile yüz yüze görüşme yöntemiyle elde edilmiş olup 371 kişiye anket çalışması uygulanmıştır.

Çalışma kapsamında işletme başarısının belirlenmesi amacıyla araştırmacı tarafından ölçek geliştirilmiş olup, kurulan regresyon istatistik modeli ile ölçümlenmiştir.

2.2.2. Veri Analiz Yöntemleri

Yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen veriler SPSS 24 istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Bu kapsamda demografik bilgilerin dağılımı frekans analizi ile incelenmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin belirlenmesi amacıyla güvenilirlik analizi yapılmış ve cronbach alfa katsayısı elde edilmiştir.

Ölçek skorları her bir katılımcı için hesaplanmış ve bu skorların demografik bilgilere göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği bağımsız grupta t testi ve tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı farklılık çıkması durumunda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için TUKEY testi kullanılmıştır. İç girişimcilik algısı ölçeğinin işletme başarısı ölçeği üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla iç girişimcilik algısı ölçeği alt boyutlarının bağımsız, işletme başarısının bağımlı değişken olarak alındığı regresyon modeli kurulmuş ve test edilmiştir.

2.3. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde araştırma kapsamında; demografik bilgilere, güvenilirliğe ve fonksiyonel değişkenlere yönelik bulgulara yer verilmektedir.

2.3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Katılımcılara ait demografik bilgilerin dağılımını frekans analizi ile incelenmiştir. Yapılan demografik dağılım analiz sonuçları tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. Demografik Dağılım

Demografik Bilgiler		n	%
Cinsiyet	Kadın	89	24
	Erkek	282	76
	Toplam	371	100
Medeni durum	Evli	236	64
	Bekâr	135	36
	Toplam	371	100
Yaş	30 yaş ve altı	116	31
	31-45 yaş arası	170	46
	46 yaş ve üstü	85	23
	Toplam	371	100
Eğitim	İlköğretim	96	26
	Lise	165	44
	Üniversite	110	30
	Toplam	371	100
Deneyim	5 yıl ve altı	135	36
	6-15 yıl arası	165	45
	16 yıl ve üstü	71	19
	Toplam	371	100
Birim	İdari	155	42
	Hadde	216	58
	Toplam	371	100

Tablo 7’da yer alan verilen demografik bilgiler incelendiğinde;

Cinsiyete göre dağılım incelendiğinde katılımcıların %76 sının erkek olduğu görülmektedir. Medeni duruma göre dağılım incelendiğinde katılımcıların %64 ünün evli olduğu görülmektedir. Yaş gruplarına göre dağılım incelendiğinde katılımcıların %46 sının 31-45 yaş arası, %31 inin 30 yaş ve altı olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna göre dağılım incelendiğinde katılımcıların %44 ünün lise mezunu, %30 unun ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Deneyime göre dağılım incelendiğinde katılımcıların %45 inin 6-15 yıl arası süre deneyimli, %36 sının ise 5 yıl ve altı süre ile deneyimli olduğu görülmektedir. Birimlere göre dağılım incelendiğinde ise katılımcıların %58 inin hadde birimi çalışanları olduğu görülmektedir.

2.3.2. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular

Ölçeklere ait skorların ortalama, standart sapma ve maksimum ve minimum gibi tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Söz konusu bu istatistiklere bakılırken orijinal ölçekte olduğu gibi altı boyutta ve çalışmamız kapsamında belirlenen beş boyutta ele alınarak bakılmıştır.

Tablo 8. Tanımlayıcı İstatistikler-5 Boyut

Boyutlar	N	Min.	Max.	Anlamlılık	Std. Sapma
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	371	4,00	20,00	13,454	3,472
Proaktiflik	371	8,00	25,00	18,325	3,650
Yenilikçilik	371	3,00	15,00	10,691	2,426
Bilgi Edime ve Fikir Üretme	371	5,00	20,00	14,631	3,008
Stratejik Boyut	371	10,00	40,00	28,861	4,906

Tablo 8’da yer alan çalışma kapsamında belirlemiş olduğumuz 5 boyuta göre yapılan tanımlayıcı istatistik analizinde en yüksek ortalama değeri Stratejik boyuta aittir.

2.3.3. Güvenilirliğe İlişkin Bulgular

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi için güvenilirlik analizi yapılmış ve cronbach alfa katsayısı elde edilmiştir.

Cronbach’ s Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü (Terzi, 2019);

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Aşağıda verilen tabloda (Tablo 9) elde edilen chronbach alfa katsayıları verilmiştir.

Tablo 9. Güven Analizi Sonuçları

Boyutlar	Chronbach Alfa
İç Girişimcilik Ölçeği (Toplam)	0,912
<i>Özerklik ve Güçlü Çalışanlar</i>	0,932
<i>Proaktiflik</i>	0,887
<i>Yenilikçilik</i>	0,725
<i>Bilgi edinme ve fikir üretme</i>	0,899
<i>Stratejik Boyut</i>	0,756
İşletme Başarısı	0,923

Tablo 9’da yer alan veriler incelendiğinde ölçeğimizin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin genelinin ve İşletme başarısının güvenilirlik oranı yüksek derecede güvenilirken, yenilikçilik ve stratejik boyut oldukça güvenilir olarak bulunmuştur.

2.3.4. Fonksiyonel Değişkenlere İlişkin Bulgular

İç girişimcilik ölçeği verilerinin faktör analizi için uygun olup olmadığının belirlenmesi amacıyla KMO katsayısı ve Bartlett Küresellik Testi anlamlılık düzeyleri incelenmiştir.

Tablo 10’de KMO katsayısı ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları yer alırken, tablo 11’de toplam açıklanan varyans verileri yer almaktadır.

Tablo 10. KMO katsayısı ve Bartlett Küresellik Testi

KMO		,892
Bartlett's Test of Sphericity	Ki kare	3181,152
	sd	276
	p	0,000

KMO katsayısının 1'e yakın olması ve Bartlett Küresellik Testi anlamlılık sınır düzeyinin $<0,05$ (Field, 2000) olması dolayısı ile verilerin faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür.

Tablo 11. Özdeğerler Matrisi-1

	Başlangıç Özdeğeri			Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Birikimli %	Toplam	Varyans %	Birikimli %
1	8,236	34,317	34,317	8,236	34,317	34,317
2	1,811	7,544	41,861	1,811	7,544	41,861
3	1,452	6,052	47,913	1,452	6,052	47,913
4	1,256	5,234	53,148	1,256	5,234	53,148
5	1,147	4,780	57,928	1,147	4,780	57,928
6	1,043	4,346	62,274	1,043	4,346	62,274
7	,892	3,717	65,992			
8	,835	3,480	69,471			
9	,788	3,282	72,753			
10	,736	3,067	75,820			
11	,679	2,829	78,649			
12	,610	2,540	81,189			
13	,531	2,213	83,402			
14	,500	2,082	85,484			
15	,479	1,994	87,479			
16	,447	1,864	89,343			
17	,409	1,703	91,046			
18	,384	1,600	92,646			
19	,362	1,508	94,154			
20	,319	1,331	95,485			
21	,304	1,268	96,753			
22	,280	1,167	97,920			
23	,264	1,099	99,019			
24	,236	,981	100,000			

Tablo 11’de yer alan toplam açıklanan varyans tablosu incelendiğinde; özdeğeri 1’den büyük faktör sayısı 6 olduğu için 24 maddenin 6 faktör altında ağırlıklandığı söylenebilir. 6 faktör toplam varyansın %62,27’sini açıklamaktadır.

Tablo 12’de Faktör analizinin birinci Aşamasın ağırlık matrisi yer almaktadır.

Tablo 12. Faktör Ağırlık Matrisi-Birinci Aşama

	Component					
	1	2	3	4	5	6
22 İşimi geliştirecek fırsatları keşfetmek için çabalarım.	,710					
24Başkasının iş yapmasını beklemek yerine önceden harekete geçerim.	,696					
23 İşimle ilgili gelecekte yaşanacak sorun, ihtiyaç ve değişimleri önceden fark ederim.	,644					
20 İşim ile ilgili belirsizlikleri azaltmak için gerekli bilgileri toplayarak kararlar alırım.	,564				,430	
21 Gerekli olduğunda işimle ilgili risk almaktan çekinmem.	,514					
19 İşimle ilgili bir sorun yaşanmadan önce önlemini alırım.	,500				,471	
7Yenilikçi iş fikirlerimin uygulanmasının sürekliliği konusunda üstlerimin desteği için çabalarım.	,477					
8 İşimle ilgili karşılaştığım sorunlar için özgün çözümler üretirim.						
14Görevlerimi yerine getirirken özerk biçimde karar veririm.		,785				
13 İşimle ilgili kesin bir talimat olmadığı sürece inisiyatif alırım.		,726				
3 İşimle ilgili sorunların çözümünde hazırda uygulanan yöntemler yerine yeni yöntemler denerim.		,484	,474			,418
5Çalışma arkadaşlarımı yenilikçi iş fikirleri konusunda teşvik ederim.			,755			
6Yenilikçi iş fikirlerimi iş arkadaşlarımla paylaşıyorum.			,714			
4Yaratıcı iş fikirlerimi çalıştığım kurum/firma içinde yararlı uygulamalara dönüştürürüm.			,655			
10İşyerimde ön plana çıkmak için cesur kararlar alırım.				,715		
9 İşyerimde oldukça rekabetçi biriyimdir.				,666		
11 İşyerimdeki çalışanlar arasında en iyi olmak için çabalarım.				,619		
12Görevimi nasıl yapacağım konusunda bağımsız davranırım.		,546		,578		
16 Görevimin gerektirdiği tüm bilgilere ulaşırım.					,763	
17Görevimi tamamlamak için ihtiyacım olan bilgiyi farklı kaynaklardan edinirim.					,666	
15 İşimin gerektirdiği tüm kişilerle özgür bir şekilde iletişim kurarım.		,485			,576	
18 Eriştiğim bilgilerin arasından, görevlerimi tamamlamak için değerli olanları ayırt ederim.	,458				,494	,413
1İşimle ilgili yaratıcı fikirler geliştiririm.						,790
2Yeni fikirlerimi sürekli işime uygulayarak denerim.						,763

Yukarıda verilen faktör ağırlık matrisi (Tablo 12) incelendiğinde; 19, 3, 12, 15 ve 18. maddelerin ağırlıkları birden fazla faktör altında birbirine yakın düzeyde ağırlıklandığı ya da ağırlığı 0,40'tan daha düşük olduğu için çalışma dışı bırakılıp faktör analizi tekrarlanmıştır.

Tablo 13'de Faktör analizinin ikinci aşamasına ait ağırlık matrisi yer almaktadır.

Tablo 13. Faktör Ağırlık Matrisi -İkinci Aşama

	Component				
	1	2	3	4	5
24Başkasının iş yapmasını beklemek yerine önceden harekete geçerim.	,707				
22 İşimi geliştirecek fırsatları keşfetmek için çabalarım.	,706				
23 İşimle ilgili gelecekte yaşanacak sorun, ihtiyaç ve değişimleri önceden fark ederim.	,671				
20 İşim ile ilgili belirsizlikleri azaltmak için gerekli bilgileri toplayarak kararlar alırım.	,600				
21 Gerekli olduğunda işimle ilgili risk almaktan çekinmem.	,590	,472			
7Yenilikçi iş fikirlerimin uygulanmasının sürekliliği konusunda üstlerimin desteği için çabalarım.	,449		,401		
10İşyerimde ön plana çıkmak için cesur kararlar alırım.		,732			
14Görevlerimi yerine getirirken özerk biçimde karar veririm.		,721			
13 İşimle ilgili kesin bir talimat olmadığı sürece inisiyatif alırım.		,714			
9 İşyerimde oldukça rekabetçi biriyimdir.		,544		,489	
11 İşyerimdeki çalışanlar arasında en iyi olmak için çabalarım.		,499			
5Çalışma arkadaşlarımı yenilikçi iş fikirleri konusunda teşvik ederim.			,813		
6Yenilikçi iş fikirlerimi iş arkadaşlarımla paylaşıyorum.			,783		
4Yaratıcı iş fikirlerimi çalıştığım kurum/firma içinde yararlı uygulamalara dönüştürürüm.			,577		
8 İşimle ilgili karşılaştığım sorunlar için özgün çözümler üretirim.					
16 Görevimin gerektirdiği tüm bilgilere ulaşıyorum.				,744	
17Görevimi tamamlamak için ihtiyacım olan bilgiyi farklı kaynaklardan edinirim.				,737	
1İşimle ilgili yaratıcı fikirler geliştiririm.					,829
2Yeni fikirlerimi sürekli işime uygulayarak denerim.					,771

Tablo 13’de yer alan Faktör analizinin ikinci adımında elde edilen faktör ağırlık matrisindeki ağırlıklar incelendiğinde 7, 9 ve 8. Maddeler birden fazla faktör altında ağırlıklandığından dolayı çalışma dışı bırakılmış ve faktör analizi tekrarlanmıştır.

Tablo 14’de faktör analizinin ikinci aşamasına ait varyans analizi (öz değerler) yer almaktadır.

Tablo 14. Özdeğerler Matrisi-2

	Başlangıç Özdeğeri			Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Birikimli %	Toplam	Varyans %	Birikimli %
1	5,80	36,23	36,23	5,80	36,23	36,23
2	1,41	8,83	45,05	1,41	8,83	45,05
3	1,25	7,78	52,84	1,25	7,78	52,84
4	1,09	6,81	59,64	1,09	6,81	59,64
5	0,97	6,07	65,72			
6	0,86	5,35	71,07			
7	0,70	4,37	75,44			
8	0,61	3,82	79,26			
9	0,58	3,61	82,87			
10	0,51	3,19	86,06			
11	0,47	2,92	88,98			
12	0,45	2,84	91,82			
13	0,41	2,57	94,39			
14	0,32	1,97	96,36			
15	0,30	1,86	98,22			
16	0,28	1,78	100,00			

Tablo 14’de yer alan toplam açıklanan varyans tablosu incelendiğinde; özdeğeri 1’den büyük faktör sayısı 5 olduğu için 24 maddenin 5 faktör altında ağırlıklandığı söylenebilir. 5 faktör toplam varyansın %59,64’ünü açıklamaktadır.

Tablo 15’de Faktör analizinin üçüncü Aşamasın ağırlık matrisi yer almaktadır.

Tablo 15. Faktör Ağırlık Matrisi -Üçüncü Aşama

	Component			
	1	2	3	4
13 İşimle ilgili kesin bir talimat olmadığı sürece inisiyatif alırım.	0,79			
14Görevlerimi yerine getirirken özerk biçimde karar veririm.	0,78			
10İşyerimde ön plana çıkmak için cesur kararlar alırım.	0,65			
11 İşyerimdeki çalışanlar arasında en iyi olmak için çabalarım.	0,46	Özerklik ve Güçlü Çalışanlar		
23 İşimle ilgili gelecekte yaşanacak sorun, ihtiyaç ve değişimleri önceden fark ederim.		0,70		
20 İşim ile ilgili belirsizlikleri azaltmak için gerekli bilgileri toplayarak kararlar alırım.		0,68		
24Başkasının iş yapmasını beklemek yerine önceden harekete geçerim.		0,65		
22 İşimi geliştirecek fırsatları keşfetmek için çabalarım.		0,60		
21 Gerekli olduğunda işimle ilgili risk almaktan çekinmem.		0,59	Proaktiflik	
5Çalışma arkadaşlarımı yenilikçi iş fikirleri konusunda teşvik ederim.			0,81	
6Yenilikçi iş fikirlerimi iş arkadaşlarımla paylaşıyorum.			0,80	
4Yaratıcı iş fikirlerimi çalıştığım kurum/firma içinde yararlı uygulamalara dönüştürürüm.	Yenilikçilik		0,60	
16 Görevimin gerektirdiği tüm bilgilere ulaşırım.				0,69
1İşimle ilgili yaratıcı fikirler geliştiririm.				0,65
17Görevimi tamamlamak için ihtiyacım olan bilgiyi farklı kaynaklardan edinirim.				0,64
2Yeni fikirlerimi sürekli işime uygulayarak denerim.	Bilgi Edime ve Fikir Üretme			0,58

Faktör analizinin üçüncü adımında toplam açıklanan varyans tablosunda (Tablo 16) kalan 16 maddenin 4 faktör altında ağırlıklandığı görülmüştür. 4 faktör toplam varyansın %59,64'ünü açıklamaktadır. Faktör ağırlık matrisi incelendiğinde 10,11,13 ve 14. Maddeler birinci faktör altında, 20,21,22,23,24. Maddeler ikinci faktör altında, 4,5 ve 6. Maddeler üçüncü faktör altında, 1,2,16 ve 17. Maddeler ise dördüncü faktör altında ağırlık almıştır.

2.3.5. Fonksiyonel Değişkenlere İlişkin Bulgular

Bu bölümde çalışmanın değişkenleri ile ilgili bulgular yer almaktadır.

2.3.5.1. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Cinsiyete Göre Değişimi

İç girişimcilik algısı ve işletme başarı faktörleri ölçeklerinin cinsiyete göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan bağımsız gruplarda t testi sonuçları Tablo 16’de verilmiştir.

Tablo 16. Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t Testi

		N	Anlamlılık	Std. Sapma	t	p
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	Kadın	48	12,48	3,76	-2,124	0,034*
	Erkek	269	13,63	3,39		
Proaktiflik	Kadın	48	17,98	3,96	-0,712	0,477
	Erkek	269	18,39	3,60		
Yenilikçilik	Kadın	48	10,63	2,24	-0,204	0,839
	Erkek	269	10,70	2,46		
Bilgi Edime ve Fikir Üretme	Kadın	48	14,77	3,14	0,349	0,727
	Erkek	269	14,61	2,99		
Stratejik Boyut	Kadın	48	28,29	5,30	-0,873	0,383
	Erkek	269	28,96	4,84		

*p<0,05

Tablo 16’de yer alan İç girişimcilik algısı ölçeği alt boyutlarının cinsiyete göre değişimi incelendiğinde; Özerklik ve Güçlü Çalışanlar alt boyutunun cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülürken (p<0,05), diğer alt boyutların anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür (p>0,05). Erkeklerin Özerklik ve Güçlü Çalışanlar düzeyinin kadınlardan anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 17’de işletme başarısının cinsiyete göre değişimi verilmiştir.

Tablo 17. İşletme Başarısının Cinsiyete Göre Değişimi

Cinsiyet		N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
İşletme Başarısı	Kadın	89	31,58	5,40	-1,041	0,299
	Erkek	282	32,63	6,59		

*p<0,05

Tablo 17’de yer alan İşletme başarısının cinsiyete göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür (p>0,05). Diğer bir ifade ile kadın ve erkeklerin işletme başarısı düzeyleri benzer seviyededir denilebilir.

2.3.5.2. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Medeni Duruma Göre Değişimi

İç girişimcilik algısı ve işletme başarı faktörleri ölçeklerinin medeni duruma göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan bağımsız gruplarda t testi sonuçları Tablo 18’da verilmiştir.

Tablo 18. Medeni Duruma Göre Bağımsız Gruplar t Testi

Medeni durum		N	Anlamlılık	Std. Sapma	t	p
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	Evli	217	13,50	3,54	0,328	0,743
	Bekar	100	13,36	3,33		
Proaktiflik	Evli	217	18,25	3,71	-0,546	0,585
	Bekar	100	18,49	3,53		
Yenilikçilik	Evli	217	10,59	2,51	-1,042	0,298
	Bekar	100	10,90	2,22		
Bilgi Edime ve Fikir Üretme	Evli	217	14,42	3,04	-1,852	0,065
	Bekar	100	15,09	2,91		
Stratejik Boyut	Evli	217	28,82	4,96	-0,218	0,827
	Bekar	100	28,95	4,81		

*p<0,05

Tablo 18’de yer alan Bağımsız gruplarda t testi sonuçlarına göre iç girişimcilik ölçeği alt boyutlarının medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermediği

görülmüştür ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile evli ve bekârların iç girişimcilik algıları ölçeği alt boyutları düzeyi benzer seviyededir.

Tablo 19’de işletme başarısının medeni duruma göre değişimi verilmiştir.

Tablo 19. İşletme Başarısının Medeni Duruma Göre Değişimi

Medeni durum		N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
İşletme Başarısı	Evli	236	32,41	6,68	-0,276	0,783
	Bekar	135	32,62	5,87		

* $p<0,05$

Tablo 19’da yer alan İşletme başarısının medeni duruma göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile evli ve bekârların işletme başarısı algı düzeyleri benzerdir denilebilir.

2.3.5.3. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Yaş Gruplarına Göre Değişimi

İç girişimcilik algısı ve işletme başarı faktörleri ölçeklerinin yaş gruplarına göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. Yaşa Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi

		N	Anlamlılık	Std. Sapma	F	p
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	30 yaş ve altı	89	13,24	3,14	0,943	0,391
	31-45 yaş arası	157	13,36	3,52		
	46 yaş ve üstü	71	13,94	3,75		
	Toplam	317	13,45	3,47		
Proaktiflik	30 yaş ve altı	89	18,31	3,87	0,586	0,557
	31-45 yaş arası	157	18,15	3,32		
	46 yaş ve üstü	71	18,72	4,05		
	Toplam	317	18,32	3,65		
Yenilikçilik	30 yaş ve altı	89	10,94	2,22	1,300	0,274
	31-45 yaş arası	157	10,47	2,55		
	46 yaş ve üstü	71	10,86	2,38		
	Toplam	317	10,69	2,43		
Bilgi Edime ve Fikir Üretme	30 yaş ve altı	89	15,03	2,93	1,116	0,329
	31-45 yaş arası	157	14,46	2,88		
	46 yaş ve üstü	71	14,51	3,35		
	Toplam	317	14,63	3,01		
Stratejik Boyut	30 yaş ve altı	89	28,96	4,79	0,415	0,661
	31-45 yaş arası	157	28,63	4,69		
	46 yaş ve üstü	71	29,25	5,53		
	Toplam	317	28,86	4,91		

*p<0,05

Tablo 2’de yer alan İç girişimcilik algısı ölçeğinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür (p>0,05). Diğer bir ifade ile farklı yaş gruplarının iç girişimcilik algısı ölçeği alt boyutları düzeyleri benzerdir denilebilir.

Tablo 21’de işletme başarısının yaşa göre değişimi verilmiştir.

Tablo 21. İşletme Başarısının Yaşa Göre Değişimi

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p
İşletme Başarısı	30 yaş ve altı	116	32,84	5,56	0,450	0,038*
	31-45 yaş arası	170	32,13	6,79		
	46 yaş ve üstü	85	34,77	6,68		
	Toplam	371	33,47	6,43		

*p<0,05

Tablo 21'den de anlaşılacağı üzere, İşletme başarısının yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde; anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülmüştür (p<0,05). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde; 46 yaş ve üzeri kişilerin işletme başarısı algısı diğer yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir.

2.3.5.4. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Eğitim Durumuna Göre Değişimi

İç girişimcilik algısı ve işletme başarı faktörleri ölçeklerinin eğitim durumuna göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 22'de verilmiştir.

Tablo 22. Eğitime Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi

		N	Anlamlılık	Std. Sapma	F	p
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	İlköğretim	76	13,09	3,49	0,542	0,582
	Lise	139	13,57	3,52		
	Üniversite	102	13,57	3,41		
	Toplam	317	13,45	3,47		
Proaktiflik	İlköğretim	76	17,68	4,10	1,761	0,174
	Lise	139	18,40	3,55		
	Üniversite	102	18,71	3,39		
	Toplam	317	18,32	3,65		
Yenilikçilik	İlköğretim	76	10,46	2,75	2,464	0,087
	Lise	139	10,50	2,39		
	Üniversite	102	11,13	2,16		
	Toplam	317	10,69	2,43		
Bilgi Edinme ve Fikir Üretme	İlköğretim	76	13,74	3,16	7,774	0,001*
	Lise	139	14,50	3,13		
	Üniversite	102	15,47	2,49		
	Toplam	317	14,63	3,01		
Stratejik Boyut	İlköğretim	76	28,22	5,43	1,321	0,268
	Lise	139	28,80	4,48		
	Üniversite	102	29,42	5,04		
	Toplam	317	28,86	4,91		

*p<0,05

Tablo 22’de yer alan Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; bilgi edinme ve fikir üretme alt boyutu eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken ($p<0,05$), diğer alt boyutlar eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan TUKEY testi sonuçlarına göre; üniversite mezunlarının bilgi edinme ve fikir üretme alt boyutu düzeyi ilköğretim ve lise mezunlarından anlamlı derecede daha yüksektir.

Tablo 23’de işletme başarısının eğitim durumuna göre değişimi verilmiştir.

Tablo 23. İşletme Başarısının Eğitim Durumuna Göre Değişimi

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p
İşletme Başarısı	İlköğretim	96	31,84	6,08	1,262	0,284
	Lise	165	33,12	6,34		
	Üniversite	110	32,07	6,78		
	Toplam	371	32,47	6,43		

Tablo 23’de yer alan İşletme başarısının eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile farklı eğitim düzeyine sahip kişilerin işletme başarısı algıları benzer düzeydedir denilebilir.

2.3.5.5. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Deneyime Göre Değişimi

İç girişimcilik algısı ve işletme başarı faktörleri ölçeklerinin deneyime göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları tablo 24’de verilmiştir.

Tablo 24. Deneyime Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi

		N	Anlamlılık	Std. Sapma	F	P
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	5 yıl ve altı	110	13,15	3,42	1,519	0,221
	6-15 yıl arası	143	13,40	3,59		
	16 yıl ve üstü	64	14,09	3,25		
	Toplam	317	13,45	3,47		
Proaktiflik	5 yıl ve altı	110	18,30	3,84	0,203	0,816
	6-15 yıl arası	143	18,23	3,34		
	16 yıl ve üstü	64	18,58	4,01		
	Toplam	317	18,32	3,65		
Yenilikçilik	5 yıl ve altı	110	10,86	2,48	1,027	0,359
	6-15 yıl arası	143	10,48	2,26		
	16 yıl ve üstü	64	10,88	2,69		
	Toplam	317	10,69	2,43		
Bilgi Edime ve Fikir Üretme	5 yıl ve altı	110	14,97	3,01	1,960	0,143
	6-15 yıl arası	143	14,27	2,96		
	16 yıl ve üstü	64	14,86	3,07		
	Toplam	317	14,63	3,01		
Stratejik Boyut	5 yıl ve altı	110	28,83	4,87	1,075	0,343
	6-15 yıl arası	143	28,55	4,82		
	16 yıl ve üstü	64	29,63	5,14		
	Toplam	317	28,86	4,91		

Tablo 24’de yer alan İç girişimcilik algısı ölçeğinin deneyime göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile farklı farklı seviyede deneyime sahip bireylerin iç girişimcilik algısı ölçeği alt boyutları düzeyleri benzerdir denilebilir.

Tablo 25’da işletme başarısının deneyime göre değişimi verilmiştir.

Tablo 25. İşletme Başarısının Deneyime Göre Değişimi

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
İşletme Başarısı	5 yıl ve altı	135	33,02	6,14	0,618	0,540
	6-15 yıl arası	165	32,13	6,47		
	16 yıl ve üstü	71	32,30	6,86		
	Toplam	371	32,47	6,43		

Tablo 25’da yer alan İşletme başarısı ölçeğinin çalışma süresine göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile farklı sürelerde mesleki deneyime sahip olanların işletme başarısı algı düzeyleri benzerdir denilebilir.

2.3.5.6. İç Girişimcilik Algısı ve İşletme Başarısı Faktörlerinin Birime Göre Göre Değişimi

İç girişimcilik algısı ve işletme başarı faktörleri ölçeklerinin birime göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 26’de verilmiştir.

Tablo 26. Birime Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi

Birim		N	Anlamlılık	Std. Sapma	t	p
Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	İdari	118	14,10	3,36	2,580	0,010
	Hadde	199	13,07	3,49		
Proaktiflik	İdari	118	18,96	3,56	2,394	0,017
	Hadde	199	17,95	3,66		
Yenilikçilik	İdari	118	11,08	2,15	2,240	0,026
	Hadde	199	10,46	2,55		
Bilgi Edime ve Fikir Üretme	İdari	118	15,46	2,85	3,849	0,000
	Hadde	199	14,14	3,00		
Stratejik Boyut	İdari	118	29,97	4,93	3,130	0,002
	Hadde	199	28,21	4,79		

* $p<0,05$

Tablo 26’de yer alan Bağımsız gruplarda t testi sonuçlarına göre; iç girişimcilik algısı ölçeği alt boyutları olan Özerklik ve Güçlü Çalışanlar, Proaktiflik, Yenilikçilik, Bilgi Edime ve Fikir Üretme ve Stratejik boyut çalışılan birime göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($p<0,05$). İdari birimlerde çalışan bireylerin Özerklik ve Güçlü Çalışanlar, Proaktiflik, Yenilikçilik, Bilgi Edime ve Fikir Üretme ve Stratejik Boyut ortalamaları hadde biriminde çalışanlardan anlamlı derecede daha yüksektir.

Tablo 27’de işletme başarısının birime göre değişimi verilmiştir.

Tablo 27. İşletme Başarısının Birime Göre Değişimi

Birim		N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
İşletme Başarısı	İdari	155	32,39	5,55	-0,177	0,859
	Hadde	216	32,52	6,91		

Tablo 27’de yer alan İşletme başarısı algısının çalışılan birime göre değişimi incelendiğinde; anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile idari ve hadde biriminde çalışanların işletme başarısı algısı benzer düzeydedir denilebilir.

2.3.5.7. İç Girişimcilik Algısı Ölçeğinin İşletme Başarısına Etkisinin Belirlenmesi için Regresyon Analizi

İç girişimcilik algısı ölçeğinin işletme başarısı ölçeği üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla iç girişimcilik davranışları ölçeği alt boyutlarının bağımsız, işletme başarısının bağımlı değişken olarak alındığı regresyon modeli kurulmuş ve test edilmiştir. Elde edilen sonuçlar tablo 28’de verilmiştir.

Tablo 28. Regresyon Analizi Sonucu

Model		Standartlanmamış Katsayılar		Std. Katsayılar	t	p
		B	Std. Hata	Beta		
İşletme Başarısı F=11,573; p=0,000 R2=0,396	(Sabit)	18,208	2,104		8,653	0,000
	Özerklik ve Güçlü Çalışanlar	-0,514	0,142	-0,277	-3,628	0,000
	Proaktiflik	0,340	0,130	0,193	2,620	0,009
	Yenilikçilik	0,231	0,173	0,087	1,334	0,183
	Bilgi Edime ve Fikir Üretme	0,171	0,156	0,080	1,096	0,274
	Stratejik Boyut	0,345	0,137	0,263	2,526	0,012

*p<0,05

Tablo 28’da görüldüğü üzere 5 boyut üzerine tek tek regresyon modeli kurulmuştur. Regresyon analiz modeli her boyut için p<0,05 düzeyinde anlamlı çıkmıştır. İç girişimcilik algısı alt boyutlarının 5 boyutunun işletme başarısı ile olan ilişkisinin düzeyi yaklaşık olarak %39 oranında açıklanabilmektedir. Tüm alt boyutlardan en anlamlı ve etkiye sahip olanı (istatistiksel olarak anlamlı p=0,000) Özerklik ve Güçlü Çalışanlar (β : -0,277) Boyutu olarak bulunmuştur. Ancak Bilgi Edime ve Fikir Üretme Boyutu (β : 0,080) ve Yenilikçilik Boyutu (β : 0,087) p<0,05 ve p=0,000 seviyesinde etkisinin olmadığı görülmüştür.

2.3.6. Hipotezlerin Değerlendirilmesi

Araştırma çalışması kapsamında oluşturulan hipotezler, istatistiksel yöntemle incelenmiştir. İnceleme sonucunda kabul ve reddedilen hipotezlerle ilgili değerlendirmeler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 29. Hipotezlerin Değerlendirilmesi

Hipotez	Kabul/Red	p
H ₁₁₁ : İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₁₁₁ Red	0,839
H ₁₂₁ : İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₁₂₁ Red	0,298
H ₁₃₁ : İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₁₃₁ Red	0,274
H ₁₄₁ : İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₁₄₁ Red	0,0087
H ₁₅₁ : İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₁₅₁ Red	0,359
H ₁₆₁ : İşyerinde oldukça yenilikçi birisi olmakla çalışılan birim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₁₆₁ Kabul	0,026
H ₂₁₁ : İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₂₁₁ Red	0,557
H ₂₂₁ : İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₂₂₁ Red	0,477
H ₂₃₁ : İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₂₃₁ Red	0,585
H ₂₄₁ : İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₂₄₁ Red	0,174
H ₂₅₁ : İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₂₅₁ Red	0,816
H ₂₆₁ : İşyerinde oldukça proaktif birisi olmakla çalışılan birim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₂₆₁ Kabul	0,017
H ₃₁₁ : İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₃₁₁ Red	0,727
H ₃₂₁ : İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₃₂₁ Red	0,065
H ₃₃₁ : İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₃₃₁ Red	0,329
H ₃₄₁ : İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₃₄₁ Kabul	0,001*
H ₃₅₁ : İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₃₅₁ Red	0,143
H ₃₆₁ : İşyerinde oldukça bilgi edinmeye açık birisi olmakla çalışılan birim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₃₆₁ Kabul	0,000

H ₄₁₁ : İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₄₁₁ Kabul	0,034*
H ₄₂₁ : İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₄₂₁ Red	0,743
H ₄₃₁ : İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₄₃₁ Red	0,391
H ₄₄₁ : İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₄₄₁ Kabul	0,582
H ₄₅₁ : İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₄₅₁ Red	0,221
H ₄₆₁ : İşyerinde oldukça özerk birisi olmakla çalışılan birim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₄₆₁ Kabul	0,010*
H ₅₁₁ : İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₅₁₁ Red	0,383
H ₅₂₁ : İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₅₂₁ Red	0,827
H ₅₃₁ : İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₅₃₁ Red	0,661
H ₅₄₁ : İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₅₄₁ Red	0,268
H ₅₅₁ : İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₅₅₁ Red	0,343
H ₅₆₁ : İşyerinde oldukça stratejik birisi olmakla çalışılan birim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₅₆₁ Kabul	0,002
H ₆₁₁ : İşletme başarısı ile çalışanların sahip olduğu cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₆₁₁ Red	0,299
H ₆₂₁ : İşletme başarısı ile çalışanların medeni durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₆₂₁ Red	0,783
H ₆₃₁ : İşletme başarısı ile çalışanların yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₆₃₁ Kabul	0,859
H ₆₄₁ : İşletme başarısı ile çalışanların sahip olduğu eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₆₄₁ Red	0,284
H ₆₅₁ : İşletme başarısı ile çalışanların sahip olduğu deneyim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₆₅₁ Red	0,540
H ₆₆₁ : İşletme başarısı ile çalışanların sahip olduğu çalışılan birim arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H₆₆₁ Kabul	0,038*

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Toplumsal kalkınmanın önemli lokomotiflerinden olan girişimcilik faaliyetlerinin önemli bir bölümü de iç girişimciliktir. İç girişimcilik, var olan işletmelerde yeni iş fikirlerinin oluşturulması, iş süreçlerinin değiştirilmesi ve benzeri yollarla kendilerini geliştirerek daha başarılı konuma geçmelerini sağlayan bir etkidir.

Bu bağlamda Karabük'teki Demir Çelik sektörü çalışanlarının iç girişimcilik algıları ölçülmüştür. Yapılan araştırmada, iç girişimcilik ve bunların işletme başarısındaki rolü, çalışanların demografik özellikleri ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bu kapsamda; özerklik boyutu, proaktiflik boyutu, yenilikçilik boyutu, bilgi edinme boyutu ve stratejik boyut; işletme başarısı ise finansal ve finansal olmayan ölçütlerle analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen veriler katılımcı için hesaplanmış ve bu skorların demografik bilgilere göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği bağımsız grupta t testi ve tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı farklılık çıkması durumunda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için TUKEY testi kullanılmıştır. İç girişimcilik algısı ölçeğinin işletme başarısı ölçeği üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla iç girişimcilik algısı ölçeği alt boyutlarının bağımsız, işletme başarısının bağımlı değişken olarak alındığı regresyon modeli kurulmuş ve istatistik yöntemleri kullanılarak SPSS ile analiz edilmiştir.

Bu çerçevede, iç girişimcilik algısı boyutlarının cinsiyete göre değişimi incelendiğinde; Özerklik ve Güçlü Çalışanlar alt boyutunun cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülürken, diğer alt boyutlar olan proaktiflik boyutu, yenilikçilik boyutu, bilgi edinme boyutu ve stratejik boyut anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür. Erkeklerin Özerklik ve Güçlü Çalışanlar düzeyinin kadınlardan anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür ($p < 0,05$). Durmaz (2011) yapmış olduğu çalışmada erkeklerin kadınlara kıyasla daha yenilikçi, proaktif, özerk, girişimci ve risk alma eğiliminde olduğu yönünde bulgular elde etmiştir. Küçük

(2020) tarafında yapılan çalışmada da erkeklerin ortalaması kadınlara göre yüksek olarak bulunmuştur.

İç girişimcilik algısı tüm alt boyutlarının medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür. Özerklik boyutu için medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Proaktiflik boyutu için medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Yenilikçilik boyutu için medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Bilgi edinme boyutu için medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Stratejik boyut için medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir ($p < 0,05$). Literatürde yer alan çalışmalara baktığımızda, Bektemür (2018) de yapılan bu çalışmada olduğu gibi medeni duruma göre farklılaşma olmadığı yönünde sonuçlar elde etmiştir.

İç girişimcilik algısı ölçeğinin yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde tüm alt boyutlarında anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür. Özerklik boyutu için yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Proaktiflik boyutu için yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Yenilikçilik boyutu için yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Bilgi edinme boyutu için yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Stratejik boyut için yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Literatürde yer alan çalışmalara baktığımızda, Bektemür (2018) de yapılan bu çalışmada olduğu gibi yaşa göre farklılaşma olmadığı yönünde sonuçlar elde etmiştir.

İç girişimcilik algısı ölçeğinin alınan eğitime göre değişimi incelendiğinde tüm alt boyutlarında anlamlı düzeyde farklılık gösterirken, farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan TUKEY testi yapılmıştır. Buna göre; üniversite mezunlarının ortalaması ilköğretim ve lise mezunlarından anlamlı derecede daha yüksektir ($p < 0,05$). Literatürde yer alan çalışmalara baktığımızda, Bektemür (2018) de yapılan bu çalışmada olduğu gibi eğitim duruma göre farklılaşma olmadığı yönünde sonuçlar elde etmiştir. Tıpkı bu çalışmada olduğu gibi lise mezunlarının ortalaması daha düşük çıkmıştır. Çakarel (2019) tarafından yapılan çalışmada ise, bu çalışmanın aksine eğitime göre farklılaşma olmadığı görülmüştür.

İç girişimcilik algısı ölçeğinin deneyime göre değişimi incelendiğinde tüm alt boyutlarda anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür. Diğer bir ifade ile

farklı farklı seviyede deneyime sahip bireylerin iç girişimcilik davranışları ölçeği alt boyutları düzeyleri benzerdir denilebilir. Özerklik boyutu, Proaktiflik boyutu, Yenilikçilik boyutu, Bilgi edinme boyutu ve Stratejik boyut için deneyime göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir($p>0,05$). Çakarel (2019) tarafından yapılan çalışmada ise, bu çalışmada olduğu gibi deneyime göre farklılaşma olmadığı görülmüştür.

İç girişimcilik algısı ölçeğinin çalışılan birime göre değişimi incelendiğinde tüm alt boyutlarda çalışılan birime göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. İdari birimlerde çalışan bireylerin tüm alt boyutlardaki ortalamaları hadde biriminde çalışanlardan anlamlı derecede daha yüksektir($p<0,05$). Bu durum çalışılan birim alınan eğitim gibi unsurların bireyin girişimcilik özelliğini ortaya çıkarmasına etki etmektedir şeklinde açıklamak mümkündür. Çakarel (2019) tarafından yapılan çalışmada ise, bu çalışmanın aksine çalışılan birime göre farklılaşma olmadığı görülmüştür.

İşletme başarısının cinsiyete göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür($p>0,05$). Diğer bir ifade ile kadın ve erkeklerin işletme başarısı düzeyleri benzer seviyededir denilebilmektedir.

İşletme başarısının medeni duruma göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür($p>0,05$). Diğer bir ifade ile evli ve bekârların işletme başarısı algı düzeyleri benzerdir diyebilir.

İşletme başarısının yaş gruplarına göre değişimi incelendiğinde; anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülmüştür($p<0,05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığı incelendiğinde; 46 yaş ve üzeri kişilerin işletme başarısı algısı diğer yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir.

İşletme başarısının eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür($p>0,05$). Diğer bir ifade ile farklı eğitim düzeyine sahip kişilerin işletme başarısı algıları benzer düzeydedir denilebilir.

İşletme başarısı ölçeğinin deneyime göre değişimi incelendiğinde anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir($p>0,05$). Diğer bir ifade ile farklı sürelerde mesleki deneyime sahip olanların işletme başarısı algı düzeyleri benzerdir denilebilir.

İşletme başarısı değişkenlerinin çalışılan birime göre değişimi incelendiğinde; anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür ($p > 0,05$). Diğer bir ifade ile idari ve hadde biriminde çalışanların işletme başarısı algısı benzer düzeydedir denilebilir. Doğru (2010) tarafından yapılan çalışmada çalışılan birime göre farklılaşmaların olduğu görülmüştür. Çalışmada tedarik aşamasında işletme başarısında farklılaşma olmazken, üretim lojistik, satış ve satış sonrası hizmetlerde farklılaşma olduğu görülmektedir.

Ayrıca çalışma kapsamında iç girişimcilik algısı ölçeğinin 5 boyutu için tek tek regresyon modeli kurulmuş olup, her boyut için $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı çıkmıştır. İç girişimcilik algısı alt boyutlarının işletme başarısı ile olan ilişkisinin düzeyi yaklaşık olarak %39 oranında açıklanabilmektedir. Tüm alt boyutlardan en anlamlı ve etkiye sahip olanı Özerklik ve Güçlü Çalışanlar ($\beta: -0,277$) Boyutu olarak bulunmuştur. Ancak Bilgi Edime ve Fikir Üretme Boyutu ($\beta: 0,080$) ve Yenilikçilik Boyutu ($\beta: 0,087$) $p < 0,05$ ve $p = 0,000$ seviyesinde etkisinin olmadığı görülmüştür.

İç girişimcilik algısı ve İşletme başarısı ilişkisi açısından değerlendirildiğinde; İç girişimcilik alt boyutlarından özerklik ve güçlü çalışanlar boyutunun diğer boyutlara kıyasla daha anlamlı ve etkili olduğu görülmüştür. Bu bağlamda şirketlerin çalışanlarına özerk davranabileceği alanlar yaratıldığında iç girişimcilik algılarını ve dolayısıyla işletme başarısını arttıracakları düşünülebilir. Çalışmamızda özerklik ve güçlü çalışanlar boyutunun yüksek düzeyde anlamlı çıkması, insana ve insani değerlere önem verilmesi gerektiğini, insana insanca davranılmasının işletme yararına sonuçlar vereceği görüşünü desteklemektedir. Bu görüş aynı zamanda insanı yaşat ki devlet yaşasın felsefesiyle örtüşmektedir.

Yapılan istatistik analizlere göre aşağıdaki önerilerde bulunulabilir;

- Yapılan araştırma sonucunda kadınların oranı daha düşük bulunmuş olup, bu oranın artırılması amacıyla kadınlara yönelik girişimcilik faaliyetleri gerçekleştirilebilir.
- Yapılan araştırma sonucunda üniversite mezunlarının ortalaması ilköğretim ve lise mezunlarına göre anlamlı derecede daha yüksektir. Ayrıca yapılan araştırma sonucunda İdari birimlerde çalışan bireylerin ortalamaları hadde biriminde çalışanlardan anlamlı derecede daha yüksektir. Bu durum çalışılan birim, alınan eğitim gibi unsurların bireyin girişimcilik özelliğini ortaya

çıkarmasına etki etmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde tüm eğitim seviyelerine yönelik girişimcilik eğitim programları gerçekleştirilebilir.

- Yapılan araştırma sonucunda 46 yaş ve üzeri kişilerin işletme başarısı algısı diğer yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür. Daha genç yaşlardaki bireylerin başarı algısını oluşturmak için çeşitli etkinlik ve faaliyetler düzenlenebilir.
- Farklı sektörlerde ve farklı örneklerde benzer çalışmalar yapılarak, farklılaşmalar daha detaylı olarak incelenebilir. Bu inceleme sonucunda elde edilecek veriler ile hem literatüre katkı sağlanacaktır hem de firma sahiplerine. Bunun nedeni yapılan bu çalışma ülke genelindeki tüm çalışanların görüşlerini yansıtmamaktadır, aynı şekilde dönemsel olarak çalışanların görüşleri değişim göstermektedir.
- Bu çalışmada anket/ölçek yöntemi kullanılmıştır. Yapılacak yeni çalışmalarda farklı yöntemler (mülakat, röportaj... vb.) kullanılarak, daha farklı ve detaylı bilgiye ulaşmak mümkün olabilir.
- Araştırma sonucunda Özerklik ve Güçlü Çalışanlar Boyutunun yüksek düzeyde anlamlı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda işletme başarısı ve çalışanlarının iç girişimcilik algılarının artırılması için çalışanlara inisiyatif kullanma ve yetki devri uygulamalarının yaygınlaştırılması yararlı olacaktır. Ayrıca kendilerini değerli görme, ifade etme ve fikir özgürlüğü verilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, D., Tolunay, A. ve Alkan, H. (2004). Devlet Orman Fidanlık İşletmelerinde Maliyet Yönetimi Çabaları ve Maliyet Yönetiminin İşletme Başarısındaki Rolü, *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:19, (Sayı:1), s.101-118
- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* c. 0. s. 29.
- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007) İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 29, 83-112.
- Ağca, V. ve Yumuşakipek, H. D. (2015). *Günümüzde Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler* (1. Bölüm). Girişimcilik Kitabı, Siyah İnci Akademi: İstanbul.
- Ak, B. G., (2010). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmanın İşletme Başarısına olan Etkileri: Aydın İlinde Faaliyet Gösteren Aile İşletmeleri Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Akal, Z. (2011). *İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Akdemir, A. (2003). *Düşünceden Uygulamaya Temel İşletmecilik Bilgileri*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Akgemci, T., (2007). *Stratejik Yönetim*, Birinci Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akoğlan Kozak, M. ve Gül Yılmaz, E. (2010) Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Algılamaları: Frigya Bölgesi Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 85-97.
- Alpkan L. ve diğerleri, Şirket Girişimciliğinin Şirket Performansına Etkileri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), 2005, s.177-178 (175-189)
- Alpugan, O. (1996). *İşletme Bilimine Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Alpugan, O. (1998). *Küçük İşletmeler: Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. 3. Baskı. İzmir: Per Yayınları.

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yildirim, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* c. 39. s. 1: 50–74. www.ifdergisi.org.
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2003) Clarifying The Intrapreneurship Concept, *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Antoncic, B., and Robert D. H. (2001). Intrapreneurship. *Journal of Business Venturing* c. 16. s. 5: 495–527.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*, Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Arslan, A. ve Staub, S. (2015). Kuşak Teorisi Ve İç Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11), 1-23.
- Atasoy (2009). *Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik*, Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Atgür, M. 2006. “Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Demir - Çelik Sektörü: Analizi, Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, *Yüksek Lisans Tezi*, Tez No: 206628.
- Avcı, U. (2011). Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Yönelimlerinin Analizi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yüksek Lisans Tezi*, Muğla.
- Aydın, N. (2004). *Finansal Yönetim*. Anadolu Üniversitesi yayını. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=0MGKO88fqIkC&oi=fnd&pg=PR11&dq=kAR+MAKS%C4%B0M%C4%B0ZASYONU&ots=LtggCuVUx3&sig=11A6b96sLo4QEcWUKMFJV08ZpT4&redir_esc=y#v=onepage&q=kAR%20MAKS%C4%B0M%C4%B0ZASYONU&f=false
- Ayhan, Ü. (2015). Dönüştürücü Liderliğin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri, Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 139-160

- Balaban, S. (2018). Kriz Yönetiminde Liderlik ve Liderlik Özelliklerinin Kriz Yönetimine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Banker, R. D., Gordon P. ve Dhinu S. (2000). An Empirical Investigation of Incentive Plan that Includes Nonfinancial Performance Measures, *The Accounting Review*, 75(1):65-92.
- Barsky, N. P. ve Wayne G. B. (1999). Performance Measurement, Budgeting And Strategic İmplementation in the Multinational Enterprise, *Managerial Finance*, 25(2):3-15.
- Behn, B.K. ve R.A. Riley, 1999, Using Nonfinancial Measures to Predict Financial Performance: The case of the U.S. airline industry, *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 14:29-56.
- Bektemür, G. (2018). İç Girişimciliğin Hasta Güvenliği Kültürü Üzerine Etkisi: Bir Özel Hastane Uygulaması. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 5(3), 161-177.
- Benligiray, S. (1999). *İnsan Kaynakları Açısından Otellerde Performans Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir s.5
- Bosma, N. S., Stam, F. C. ve Wennekers, A. R. M. (2010). Intrapreneurship: An International Study. Erişim Adresi https://www.researchgate.net/profile/Erik_Stam/publication/48322618_Intrepreneurship_-_An_International_Study/links/0c960524e7270b79bc000000/Intrepreneurship-An-International-Study.pdf
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi, Cilt 1, Sayı 2, 94-111.
- Brockhaus Sr, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brockhaus, R. H. (1980) Risk Taking Propensity Of Entrepreneurs, *Academy Of Management Journal*, 23(3), 509-520.

- Bulut, Ç. ve Yılmaz, C. (2008). Innovative Performance Impacts of Corporate Entrepreneurship: An Empirical Research in Turkey. *Proceedings of Academy of Innovation and Entrepreneurship* c. 16. s. 17.
- Bulut, Ç., Fiş, A. M. Aktan, B. ve Yılmaz, S. (2008). Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma. *Journal of Yaşar University* c. 3. s. 10: 1389–1520.
- Burgelman, R. A. (1984). Designs for Corporate Entrepreneurship, *California Management Review*, 26, 154-166.
- Busenitz, L. W. and Barney, Jay B. (1997) Differences Between Entrepreneurs and Managersin Large Organizations.
- Büber, H. *Girişim Kurma Süreci*. Editör: Erdoğan, Z. (2012). *Girişimcilik ve Kobiler*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, s.91.
- Cabar, H (2006). Türkiye’de Girişimcilik Faktörünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning Orientation, Firm İnnovation Capability, And Firm Performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- Campbell, A., Birkinshaw, J., Morrison, A. ve van Basten Batenburg, R. (2003). The Future of Corporate Venturing. *MIT Sloan Management Review*, 45(1), 30-37.
- Can, H. (2002). *Organizasyon ve Yönetim*, Ankara: Siyasal Kitap Evi
- Can, Y. ve Karataş, A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, s. 251261.
- Cebecik, Hasan (2017). Türkiye’nin Sanayileşmesi Sürecinde Ağır Sanayii Kuruluşu Olarak Karabük Demir Ve Çelik Fabrikası 1937-1995. Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri Ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara.
- Chow, C. W. Ve Stede, W. A. Van Der. (2006). The Use and Usefulness of Nonfinancial Performance Measures. *Management Accounting Quarterly*, 7(3), 1–8.

- Chow, Chee W. ve Wim A. Van Der Stede, 2006, The Use and Usefulness of Nonfinancial Performance Measures, *Management Accounting Quarterly*, 7(3) : 1-8
- Covin, J.G. ve Slevin, D.P. (1989). Strategic management of small firm in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*,10(1), 75–87.
- Covin, Jeffrey G., Morgan P. Miles. 1999. Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice* c. 23. s. 3: 47–63.
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). Entrepreneurship: concepts, theory and perspective. Introduction. In *Entrepreneurship* (pp. 1-20). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Çelik, A. ve Akgemci, T. , (1998) *Girişimcilik Kültür ve KOBİ'ler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çelik, C. (2015). *Eko Girişimcilik* (8.Bölüm). Girişimcilik Kitabı, Siyah İnci Akademi: İstanbul.
- Çetin, F. (2011) Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü, *Business and Economics Research Journal*, 2(3), 69-85
- Çetin, F., ve Varoğlu, A. K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2), 51-66.
- Çevik, E. (2006). Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Çıkılmaz, Gül. (2020). Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı. *Yüksek Lisans Tezi*.
- Çiçeklioğlu, H. ve Afşar, A. (2017). Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Bireylerin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimlerine Olan Etkilerinin İncelenmesi. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*. Vol 3, Issue:1 Vol 3, Issue:1 ISSN:2587-2168.

- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: a Meta-Analysis of Effects of Determinant and Moderators”, *Academy of Management. Journal*, vol.34, p.55–390.
- Davis, K. S. (1999). Decision Criteria in the Evaluation of Potential Intrapreneurs. *Journal of Engineering and Technology Management*, 16(3-4), 295-327
- De Jong, J. D. ve Wennekers, S. (2008). Intrapreneurship; Conceptualizing Entrepreneurial Employee Behavior. Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs (SCALES), Zoetermeer: EIM, 1-47.
- De Jong, J. P. J., Parker, S. K., Wennekers, S. ve Wu, C. (2011). Corporate Entrepreneurship at Individual Level: Measurement and Determinants. EIM Research Reports, 1-27.
- Delioğlu, Nurullah (2018). İşletmelerde İç Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyal İnovasyon Üzerine Etkisi: Isıtma Ve Soğutma Sektörü Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama. Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnovasyon Ve Girişimcilik Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Demirci, A.E. (2006) İşletmelerin Yenilik Faaliyetlerinde Şirket İçi Girişimciliğin Temel Faktör Olarak İncelenmesi: Türkiye ve Polonya’da Faaliyet Gösteren Büyük Ölçekli Kimya-İlaç Sektörü İşletmelerinde Karşılaştırmalı Durum Değerlendirmesi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Denton, Keith D.,2006, Measuring Relevant Things, Performance Improvement, 45(3):33-37.
- Dess, G.D., Lumpkin, G.T. ve McGee, J.E. (1999) Linking Corporate Entrepreneurship To Strategy, Structure And Process: Suggested Research Directions, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 23(3), 85-85.
- Dhillon P. K. , (1993). Women Entrepreneurs. Blaze Publishers and Distributors PVT
- Doğaner, A.E. (2006). Yeni Nesil Girişimci (New Generation Entrepreneurs), İstanbul; Sistem Yayıncılık.
- Doğru, E. (2010). Eğer Yaratan Faaliyetler Açısından İşletme Başarısı Ve Çimento Sanayii İşletmelerinde Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı *Yüksek Lisans tezi*.

- Dougherty, Deborah, Cynthia Hardy. 1996. Sustained Product Innovation in Large, Mature Organizations: Overcoming Innovation-to-Organization Problems. *Academy of Management Journal* c. 39. s. 5: 1120–53.
- Douglas, E. J. ve Fitzsimmons, J. R. (2013). Intrapreneurial Intentions versus Entrepreneurial Intentions: Distinct Constructs with Different Antecedents. *Small Business Economics*, 41(1), 115-132.
- Döm, S. (2008). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, Ankara, s.92.
- Durmaz, I. (2011). Psikolojik güçlendirme algısının iç girişimcilik üzerine etkisi. *Doktora Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dursun, B. (2013). http://personel.klu.edu.tr/dosyalar/kullanici/bahtiyar.dursun/dosyalar/dosya_ve_belgeler/Dursun_B_girisimcilik_ders_notu_gozden%20gecirilmis.pdf 28/01/2020
- Ece, O.(2018). Değer Maksimizasyonu için Değer Temelli Yönetim ile Kurumsal Sürdürülebilirlik İlişkisinin Belirlenmesi: BİST’de Bir Uygulama. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 299-329.
- Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Bildiriler ve tartışmalar. (Ed: Aypar Altınel). Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Eğitim Serisi, Yayın No:74, Ankara: Şafak Matbaacılık Ltd. Şti,
- Emer, B. (2019). Batman’da Kadın Girişimciliğinin Sorunlarının İncelenmesi. Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Batman.
- Emre. S. (2007). Girişimcilik Kültürü: Hofstede’in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya
- Erdun, Ş (2011). Kadın Girişimcilerin Risk Alma Eğilimi ve Kendine Güven Özellikleri Üzerine Bir Çalışma: Zonguldak Örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Zonguldak
- Eren, E. (2001). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A. Ş.

- Feltham, Gerald A. ve Jim Xie, (1994). Performance Measure Congruity and Diversity in Multi-Task Principal/Agent Relations, *The Accounting Review*, 69(3):429-453.
- Ferreira, J. (2002). “Corporate Entrepreneurship: A Strategic and Structural Perspective”, Working Paper.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*. London, Thousand Oaks, Sage Publications, New Delhi.
- Fitzsimmons, J.R., Douglas, E.J., Antoncic, B. ve Hisrich, R.D. (2005) Intrapreneurship İn Australian Firms, *Journal of Australian and New Zealand Academy of Management*, 11(1), 17-27.
- Frederickson, W. J. (1986). “The Strategic Decision Process and Organizational Structure”. *Academy Of Management Review*, 11(2). 280-297.
- Gawke, J. C., Gorgievski, M. J. ve Bakker, A. B. (2017). Employee Intrapreneurship and Work Engagement: A Latent Change Score Approach. *Journal of Vocational Behavior*, 100, 88- 100.
- Ghosh, D. (2005). Alternative Measures of Manager’s Performance, Controllability and Outcome Effect, *Behavioral Research in Accounting*, 17:55-70.
- Göçmen, S. (2007). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik. Celal Bayar Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans. Manisa.
- Gödek, Deniz, Belikli (1994). Türkiye’de Küçük Girişimci Profili Ve Ostim Örneğinde Küçük Girişimcinin Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Tez No: 110031, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 1994, Ankara,
- Gözek, S. (2006). Girişimci Adayının Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler. *Yüksek Lisans Tezi*. Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Groenewald, G. (2010). Slaves and Free Blacks in VOC Cape Town, 1652–1795. *History Compass* 8(9), 964–983.

- Guth, W. D. ve Ginsberg, A. (1990), Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 11 (5), ss. 5-15.
- Güner, F. (2013). İç Girişimciliğin Yenilik Ve Ekip Yönetimi İle İlişkisi Ve Bir Araştırma, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yüksek Lisans Tezi*.
- Güney, S (2008) *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğe Genel Bakış, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 26.
- Güney, S. (2015). *Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitapevi .
- Güney, S. , Yalçın, Ö. ve Çetin, A. (2006). Girişimcilik ve Kültür, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(2), 53-77.
- Güran, T. (1991). *İktisat Tarihi*, Acar Matbaacılık - Yayıncılık, İstanbul.
- Gürel, E. B. B. (2012). İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 3(6), 56-75
- Gürol, M. A. (2006). *Küresel Arena'da Girişimci ve Girişimcilik*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Güven, M. (2007). *İnşaat Sektörü'nde Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi* Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Haşit, G. (2003). İşletme Başarısında Yönetmel Yararıcılığın Rolü, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:5, (Sayı:8),
- Hegarty, J. , (2015). *Yararıcılık*. (Çev.:İclal Büyükdevrim Özçelik), Ankara: Mediacat Yayıncılık.
- Heinonen, J. ve Korvela, K. (2006). How about measuring intrapreneurship. <http://www.tukkk.fi/pki/> (Erişim Tarihi: 03.06.2009).
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship :Starting, Developing, And Managing A New Enterprise*, Homewood, Il: Bpi, Irwin Mcgraw-Hill, 2, 173-188.

- Hisrich, R. D. and Peters M. P. (1998). *Entrepreneurship* (4th Ed.). McGraw-Hill. Boston: Irwin
- Honig, B. (2001). Learning Strategies and Resources for Entrepreneurs and Intrapreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(1), 21-35.
- Hornsby, J.S., Naffziger, D.W., Kuratko, D.F. ve Montagno, R.V. (1993) An Interactive Model of The Corporate Entrepreneurship Process, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29-38.
- Hughes II, K.E., 2000, The Value of Nonfinancial Measures of Air Pollution in the Electric Utility Industry, *The Accounting Review*, 75 (2):209-228
- Hydle, K. M. Aas, T. H. ve Breunig, K. J. (2014). Characteristics of Intrapreneurs in Scale-Intensive Service Firms. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEMI)*, 10(2), 89- 118
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., ve Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct And Its Dimensions. *Journal Of Management* Vol. 29(6): 963-989.
- Ittner, C. D. Ve Larcker, D. F. (1998). Innovations in Performance Measurement: Trends and Research Implications. *Journal of Management Accounting Research*, 10, 205–238.
- Ittner, C. ve D.Larcker, 1998, Are nonfinancial measures leading indicators of financial performance? An analysis of customer satisfaction, *Journal of Accounting Research*, 36:1-35
- İçerli, L. ve Karadal Ş. M. (2013). *Sosyal Girişimcilik*. H. Karadal, (Ed.), Girişimcilik içinde (343-361). İstanbul: Beta Yayıncılık, s.358.
- İçerli, Leyla, Mehmet Halit Yıldırım, Yavuz Demirel. (2011). Kobilerde İç Girişimciliğin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Aksaray Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* c. 3. s. 2: 177–87
- Kalkan, N, Kaplan, T. ve Nas, İ. , (2018) 26. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Karadeniz Teknik Üniversitesi. Trabzon Kalkınma Bakanlığı, 9. Kalkınma Planı: 2007-2013, Ankara.

- Kaplan, Robert S. ve A. Atkinson, (1998). *Advanced Mangement Accounting*, USA, Prentice Hall
- Kapu, H. (2001). Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci/Yöneticilerin Yaşam ve Girişimcilik Değerleri, *Doktora Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Karadal, H. (2016). *Girişimcilik*. İstanbul : Beta Yayınevi .
- Karateke, G. (2006). Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler, *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Karakaya, A. (2010). Karabük'ün Gelecek Vizyonunda Stratejik İş Birliği. *Kuruluşundan bugüne Karabük ve Demir-Çelik Sempozyumu*, 23 nisan 2010, Karabük.
- Kaya, A. (2017). İş-Aile Çatışmasının İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Turizm Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. *Yüksek Lisans Tezi*. Nevşehir.
- Kaya, N. ve Peçen, Ü. (1996); *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Yolları*, İstanbul: EGS Bank Yayınları.
- Keskin, S. (2014) Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 64-76.
- Kıngır, S. (2007) *Toplam Kalite ve Stratejik Yönetimde Yeni Eğilimler*. Gazi Kitabevi:Ankara.
- Kinicki, A. and Williams B. K. (2003). *Management, A Practical Introduction*, New York: Mcgraw-Hill/Irwin.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition And Entrepreneurship*, II: University Of Chicago Press. Chicago.
- Kluyver, C. A. De Ve Pearce, J. A. (2015). *Strategic Management: An Executive Perspective*. New York: Business Expert Press.
- Kokten, E. S., & Karakaya, A. (2017, September). SWOT (GZFT) Uygulaması ile Karabük Demir Çelik Sektörünün Analizi. *In 5th International Symposium on Innovative Technologies in Engineering and Science* 29-30 September 2017 (ISITES2017 Baku-Azerbaijan).

- KOSGEB, <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/187/2011-2013-kobi-stratejisi-eylem-plani>
- Kuratko, D. F., Covin, J. G. ve Garrett, R. P. (2009). Corporate Venturing: Insights from Actual Performance. *Business Horizons*, 52(5), 459-467.
- Küçük, B. (2020). Algılanan örgütsel desteğin iç girişimcilik üzerine etkisi: Tekstil sektöründe bir uygulama. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık: Ankara,
- Küçük, O. (2011). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (5. Basım), Ankara: Seçkin Yayınları.
- Lafuente, A., and Salas, V. (1989). Types of entrepreneurs and firms: The case of new Spanish firms. *Strategic Management Journal*, 10(1), 17-30.
- Lajuie, J. (1968). *Ekonomik Sistemler*, Varlık Yayınları, İstanbul,
- Langkamp, B. D. ve Lane, M. D. (2012). Individual Entrepreneurial Orientation: Development of a Measurement Instrument. *Education+Training*, 54(2/3), 219-233.
- Littunen, H. (2000) Entrepreneurship and The Characteristics Of The Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(6), 295-310.
- Louie J. Mullins (1990). Management and Organizational Behaviour, *Pitman Publishing U.S.A.* 1990, s.70-72
- Lumpkin, G. Tony., Gregory G. Dess. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review* c. 21. s. 1: 135-72.
- Magdoff, F. Ve Yates, M. D., (2009). *The ABCs of the Economic Crisis: What Working People Need to Know*, New York University Press.
- Marangoz, M. (2013). *Girişimcilik*. 2. Baskı. İstanbul: Beta Basım.
- Marangoz, M. (2018). *Girişimcilik*. İstanbul : Beta Yayınevi .

- Menzel, H. C., Aaltio, I. ve Ulijn, J. M. (2007). On the Way to Creativity: Engineers as Intrapreneurs in Organizations. *Technovation*, 27(12), 732-743.
- Ocak, M. (2014). Bazı Öncülleri Ve Sonuçları Bağlamında Kurumsal Girişimcilik: *Görgül Bir Araştırma*, s 14
- Meydan, C. (2010). Adalet Algısı-İç Girişimci Davranışlar İlişkisinde Kontrol Odağının Şekillendirici Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(36), 195-222.
- Mucuk, İ. (2008). *Modern İşletmecilik*. 16. Baskı. Türkmen Kitapevi:İstanbul.
- Müftüoğlu, T., Akbulut, Y. ve Özsoy, A., (1996). *Türkiye’de Girişimcilik Tarihi*, Tosyöv Girişim, Sayı :8, Kasım – Aralık 1996,
- Nourayi, M. M. Ve Daroca, F. P. (1996). Performance Evaluation And Measurement Issues. *Journal of Managerial Issues*, 8(2), 206–217.
- Nyström, K. (2012). Entrepreneurial Employees: Are They Different From Independent Entrepreneurs (No. 281). Royal Institute of Technology, *CESIS-Centre of Excellence for Science and Innovation Studies*. Erişim Adresi <https://static.sys.kth.se/itm/wp/cesis/cesiswp281.pdf>
- Özdamar. H. İ. (2007). Kuruluş Yeri Seçiminde Görünmeyen Maliyetlerdeki Eğilimin Belirlenmesinde Kullanılan Bir Yaklaşım, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi Seri: A, (2)*, s. 128133.
- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Bir Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 81-95, s.84.
- Özdevecioğlu, M., ve Karaca, M. (2015). *Girişim ve Girişimci Kişilik*. İstanbul : Eğitim Yayınevi .
- Özer, A. (2017). İç Girişimcilerin Örgütsel Bağlılığını Etkileyen Faktörler: Girişimci Özellikleri ve İç Girişimcilik İklimi. *Doktora Tezi*. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Özgen, H. (1987). *Üretim Yönetimi*. Adana: Bizim Büro Basım Evi.
- Özkalp, E. (2000). Kamu ve Özel Sektör Örgütlerinde Risk Kültürü ve Karşılaştırmalı Bir Uygulama, 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Nevşehir.

- Öztürk, R. ve Fındık, M. (2012). Türkiye’de Demir-Çelik Sektörünün Yapısal Analizi, *International Iron& Steel Symposium*, 02-04 April, Karabük, 1261.
- Pinchot, III, Gifford., Intrapreneuring: Why you don’t have to leave the corporation to become entrepreneur, New York, NY: Harper and Row Publishers, 1985.
- Preenen, P. T., Dorenbosch, L., Plantinga, E. ve Dhondt, S. (2016). The Influence of Task Challenge on Skill Utilization, Affective Wellbeing and Intrapreneurial Behaviour. *Economic and Industrial Democracy*, Erişim Adresi <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0143831X16677367#articleCitationDownloadContainer>
- Ray H. Garrison ve Eric W. Noreen. (2000). *Managerial Accounting*, McGraw-Hill, Boston. s.566-576.
- Rigtering, J. P. C. ve Weitzel, U. (2013). Work Context and Employee Behaviour as Antecedents for Intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 337- 360
- Ronstadt, R. C. (1984). *Entrepreneurship: Text, Cases, And Notes*, Lord Publishing.
- Said, Amal A., H.R. HassabElnaby ve Benson Wier, 2003, An Empirical Investigation of the Performance Consequences of Nonfinancial Measures, *Journal of Management Accounting Research*, 15:193-223
- Sayeed, O. B. ve Gazdar, M. K. (2003). Intrapreneurship: Assessing And Defining Attributes of Intrapreneurs. *Journal of Entrepreneurship*, 12(1), 75-89.
- Sezgin, O. B. (2015). Algılanan Örgütsel Destek İle İçgirişimci Davranışı İlişkisinde Örgütsel Güvenin Rolü. *Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Sezgin, O. B. (2020). İç Girişimci Davranışı: Ölçek Geliştirme, Güvenilirlik Ve Geçerlilik Çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (26), 249-268.
- Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). The Promise Of Entrepreneurship As A Field Of Research. *Academy Of Management Review*, 25(1):217-226.
- Soysal, A. (2015). *Sanal (Dijital) Girişimcilik* (10. Bölüm). Girişimcilik Kitabı, Siyah İnci Akademi: İstanbul.
- Soyşekerci, S. (2012). *Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik*. İstanbul : Kriter Yayınevi .

- Stevenson, H. H. & Sahlman, W. A. (1989). *The Entrepreneurial Process*, İçinde: Dewhurst P. B. J. (Ed.), *Small Business And Entrepreneurship*, Basingstoke: Macmillan.
- Stevenson, H. H., Roberts M., Grousbeck, J., Harold I. I., & Bhide, A., (1985). *New Business Ventures And The Entrepreneur* (2nd Ed.). Homewood, Ill.: R.D. Irwin.
- Stull (2005). Intrapreneurship in Nonprofit Organizations Examining The Factors that Facilitate Entrepreneurial Behaviour among Employees. Erişim Adresi https://www.researchgate.net/profile/Mike_Stull/publication/228383477_Intrapreneurship_in_nonprofit_organizations_examining_the_factors_that_facilitate_entrepreneurial_behavior_among_employees/links/00b4952d465f9dc171000000.pdf
- Tengilimoğlu, D., Atilla, A. ve Bektaş, M. (2008). *İşletme Yönetimi*. Seçkin Yayıncılık:Ankara.
- Terzi, Y. (2019). Anket, Güvenilirlik–Geçerlilik Analizi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi İstatistik Bölümü Ders Notları.
- Tokat, A. O. (2007), Öz Yeterlilik Algısının Performans ve Girişimciliğe Etkisi: Uygulamalı Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul : Beta Yayınevi .
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, [www. tuik. gov. tr](http://www.tuik.gov.tr)
- Türk Dil Kurumu (TDK) [http://sozluk. gov. tr/](http://sozluk.gov.tr/)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Türkiye Demir ve Demir Dışı Metaller Meclisi. Türkiye demir ve demir dışı metaller meclisi sektör raporu. Ankara; 2013.
- Uçar, H. (2011) Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Yönelimlerinin Analizi. Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. *Yüksek Lisans Tezi*. Muğla.
- Uluköy, M. ve Demirel, C. (2014). Cinsiyetin Girişimcilik Üzerine Etkisi: Erkek Girişimci ve Kadın Girişimciliğinin Karşılaştırılmalı Analizi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, (22), 47-55.

- Ülgen Aydınlık, A. (2015). Girişimcilik, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Ders Notu, son erişim tarihi: 18/05/2021. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/isletme_au/girisimcilik.pdf
- Ülgen, H. Ve S. K. Mirze (2007). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, 4. Baskı, Arıkan Basım, İstanbul, 2007.
- Van der Sijde, P., Veenker, S. ve During, W. (2013). Intrapreneurship in SMEs: about The Role of Management and R&D. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(11), 24-30.
- Venkatraman, N. Ve Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *The Academy of Management Review*, 11(4), 801–814.
- Vural, S. (2006). Girişimci Kişilik Özellikleri Ve Biga İlçesi Girişimcilik Profili Araştırması, *Dönem Projesi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Wakkee, I., Elfring, T. ve Monaghan, S. (2010). Creating Entrepreneurial Employees in Traditional Service Sectors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.
- Wiklund, J. and Shepherd, D. (2003). Knowledge-based Resources, Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium-sized Businesses. *Strategic Management Journal* c. 24. s. 13: 1307–14
- Wiklund, J. (1999). The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation Performance Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice* c. 24. s. 1. SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA: 37–48.
- Williams, J. R., Haka, S. F., Bettner, M. S. Ve Carcello, J. V. (2012). *Financial & Managerial Accounting: The Basis for Business Decisions*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Yaşar, F. (2017). Düzce İlinde Kadın Girişimcilik Profilinin Belirlenmesi, *Yüksek Lisans Tezi*. Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Yıldırım, H. (2008). *Girişimcilik Ateşi ve İş Melekleri*, İstanbul: Değişim Yayınları.

- Yıldırım, M. Günay ve G. Dönmez, A. (2012). Demir Çelik Sektörünün Rekabet Gücü: Karabük İli Örneği. *International Iron& Steel Symposium*, 02-04 April, Karabük.
- Yöndem, Z, D. (2006). *Kişilik Dinamikleri ve Stresle Baş Etme*, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Zahra, S.A. (1991) Predictors And Financial Outcomes Of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study, *Journal Of Business Venturing*, 6(4), 259-285.
- Zahra, S., Jeffrey, A. and G. Covin. (1995). Contextual Influences on the corporate Entrepreneurship-performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing* c. 10. s. 1: 43–58.
- Zahra, S. (1996). Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities, *Academy of Management Journal*, 39(6):1713–1735.
- [https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/60564/mod_resource/content/0/6.%20Tam%20Rekabet%20ve%20Monopol%20Piyasalar%C4%B1.pdf#:~:text=K%C3%A2r%20Maksimizasyon%20ko%C5%9Fulu%3A,maliyeti%20\(MC\)%20birbirine%20e%C5%9Fittir.](https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/60564/mod_resource/content/0/6.%20Tam%20Rekabet%20ve%20Monopol%20Piyasalar%C4%B1.pdf#:~:text=K%C3%A2r%20Maksimizasyon%20ko%C5%9Fulu%3A,maliyeti%20(MC)%20birbirine%20e%C5%9Fittir.)

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Girişimcilik Kavramı Tanımlamaları	18
Tablo 2. Girişimci Özellikleri	29
Tablo 3. İç girişimcilik Boyutlarının Sınıflandırılması	48
Tablo 4. Girişimci ile İç Girişimci Arasındaki Başlıca Farklar	59
Tablo 5. İlgili çalışmalar	66
Tablo 6. Karabük İli SWOT Analizi (Demir Çelik Sektörü Açısından)	71
Tablo 7. Demografik Dağılım.....	77
Tablo 8. Tanımlayıcı İstatistikler-5 Boyut.....	78
Tablo 9. Güven Analizi Sonuçları	79
Tablo 10. KMO katsayısı ve Bartlett Küresellik Testi	80
Tablo 11. Özdeğerler Matrisi-1	81
Tablo 12. Faktör Ağırlık Matrisi-Birinci Aşama	82
Tablo 13. Faktör Ağırlık Matrisi -İkinci Aşama.....	83
Tablo 14. Özdeğerler Matrisi-2	84
Tablo 15. Faktör Ağırlık Matrisi -Üçüncü Aşama.....	85
Tablo 16. Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t Testi	86
Tablo 17. İşletme Başarısının Cinsiyete Göre Değişimi.....	87
Tablo 18. Medeni Duruma Göre Bağımsız Gruplar t Testi	87
Tablo 19. İşletme Başarısının Medeni Duruma Göre Değişimi	88
Tablo 20. Yaşa Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi	89
Tablo 21. İşletme Başarısının Yaşa Göre Değişimi.....	90
Tablo 22. Eğitime Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi.....	91
Tablo 23. İşletme Başarısının Eğitim Durumuna Göre Değişimi.....	92

Tablo 24. Deneyime Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi.....	93
Tablo 25. İşletme Başarısının Deneyime Göre Değişimi	94
Tablo 26. Birime Göre Bağımsız Gruplar Tek Yönlü Varyans Analizi	94
Tablo 27. İşletme Başarısının Birime Göre Değişimi.....	95
Tablo 28. Regresyon Analizi Sonucu	96
Tablo 29. Hipotezlerin Değerlendirilmesi	97

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Lumpkin ve Dess'in İç Girişimcilik Modeli.....	44
Şekil 2. İşletmenin Amaçları	60
Şekil 3. İşletme Başarı Alanları	63
Şekil 4. Karabük İlinin Ekonomik Gelişim Süreci	69
Şekil 5. Araştırmanın Modeli.....	75

EKLER

Ek 1: ANKET FORMU

İÇ GİRİŞİMCİLİK ALGISI VE İŞLETME BAŞARISI ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket bilimsel amaçlı olup, vereceğiniz yanıtlar kişisel haklarınıza zarar vermeyecek şekilde yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Araştırmaya yapmış olduğunuz katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA

Karabük Üniversitesi İİBF

akarakaya@karabuk.edu.tr

H. Şule ARICI

Karabük Üniversitesi LEE

hsulearici1@gmail.com

A- DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyet	Medeni D.	Yaş	Eğitim	Deneyim	Birim
Kadın	Evli	30 yaş ve altı	İlköğretim	5 yıl ve altı	İdari
Erkek	Bekar	31-45 yaş arası	Lise	6 – 15 yıl arası	Hadde
		46 yaş ve üstü	Üniversite	16 yıl ve üstü	

B- İŞLETME BAŞARI ÖLÇÜTLERİ

	İşletme performans ölçütleri ile ilgili olarak aşağıda sunulan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı, size uygun gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. 1- Beklentinin Çok Altında 2- Beklentinin Altında 3- Beklenen Düzeyde 4- Beklentinin Üstünde 5- Beklentinin Çok Üstünde	1	2	3	4	5
1	İşletmemizin satışları artmaktadır.					
2	İşletmemizin kârı artmaktadır.					
3	İşletmemizin verimliliği artmaktadır.					
4	İşletmemiz ürünlerinin kalitesini artırmaktadır.					
5	İşletmemiz ürünlerinde yenilikler yapmaktadır.					
6	İşletmemiz iş süreçlerinde yenilikler yapmaktadır.					
7	İşletmemizde çalışma ortamları iyileştirilmektedir.					
8	İşletmemizde İleri teknoloji kullanımı artmaktadır.					
9	İşletmemizde çalışan memnuniyeti artmaktadır.					

C- FONKSİYONEL DEĞİŞKENLER

	İç girişimcilikle ilgili olarak aşağıda sunulan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı, size uygun gelen seçeneği işaretleyerek belirtiniz. 1- Kesinlikle Katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Kararsızım 4- Katılıyorum 5- Kesinlikle Katılıyorum	1	2	3	4	5
1	İşimle ilgili yaratıcı fikirler geliştiririm.					
2	Yeni fikirlerimi sürekli işime uygulayarak denerim.					
3	İşimle ilgili sorunların çözümünde hazırda uygulanan yöntemler yerine yeni yöntemler denerim.					
4	Yaratıcı iş fikirlerimi çalıştığım kurum/firma içinde yararlı uygulamalara dönüştürürüm.					
5	Çalışma arkadaşlarımı yenilikçi iş fikirleri konusunda teşvik ederim.					
6	Yenilikçi iş fikirlerimi iş arkadaşlarımla paylaşıyorum.					
7	Yenilikçi iş fikirlerimin uygulanmasının sürekliliği konusunda üstlerimin desteği için çabalarım.					
8	İşimle ilgili karşılaştığım sorunlar için özgün çözümler üretirim.					
9	İşyerimde oldukça rekabetçi biriyimdir.					
10	İşyerimde ön plana çıkmak için cesur kararlar alırım.					
11	İşyerimdeki çalışanlar arasında en iyi olmak için çabalarım.					
12	Görevimi nasıl yapacağım konusunda bağımsız davranırım.					
13	İşimle ilgili kesin bir talimat olmadığı sürece inisiyatif alırım.					
14	Görevlerimi yerine getirirken özerk biçimde karar veririm.					
15	İşimin gerektirdiği tüm kişilerle özgür bir şekilde iletişim kurarım.					
16	Görevimin gerektirdiği tüm bilgilere ulaşıyorum.					
17	Görevimi tamamlamak için ihtiyacım olan bilgiyi farklı kaynaklardan edinirim.					
18	Eriştığım bilgilerin arasından, görevlerimi tamamlamak için değerli olanları ayırt ederim.					
19	İşimle ilgili bir sorun yaşanmadan önce önlemini alırım.					
20	İşim ile ilgili belirsizlikleri azaltmak için gerekli bilgileri toplayarak kararlar alırım.					
21	Gerekli olduğunda işimle ilgili risk almaktan çekinmem.					
22	İşimi geliştirecek fırsatları keşfetmek için çabalarım.					
23	İşimle ilgili gelecekte yaşanacak sorun, ihtiyaç ve değişimleri önceden fark ederim.					
24	Başkasının iş yapmasını beklemek yerine önceden harekete geçerim.					

ÖZGEÇMİŞ

Hayriye Şule ARICI, ilk, orta ve lise eğitimini Karabük'te tamamlamış ardından Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümünde lisans eğitimine başlamış ve 2017 yılında mezun olmuştur. Lisans eğitiminin hemen ardından Karabük Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans eğitimine başlamıştır. 2018 Nisan ayında Karabük'te özel bir Demir Çelik firmasında Dış Ticaret Sorumlusu ve Kalite Geliştirme Sorumlusu olarak işe başlamış, aynı zamanda Gümrük Müşavir Yardımcılığı stajını tamamlamıştır. İş hayatına aynı Demir Çelik Firmasında devam etmektedir.