

## GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİ İŞ FİKRİ GELİŞTİRME: MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

**Yazar / Author:** Yrd. Doç. Dr. / Asst. Prof. Dr. Ezgi CEVHER\*  
Yrd. Doç. Dr./ Asst. Prof. Dr. Hasan YÜKSEL\*\*

### Özet

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesini sağlamak ve iş geliştirme fikirlerini tespit etmektir. 21. yüzyılda ülkelerin ekonomik olarak gelişmelerinde ve kalkınmalarında rol oynayan en önemli faktör sahip oldukları girişimci insan kaynağıdır. Girişimci insan kaynağı ülke ekonomilerini pozitif yönde dönüştüren, istihdamı artıran ve işsizliği de azaltan itici bir güç niteliğindedir. O nedenle girişimci insan kaynağının olmadığı ülkelerde ekonomik gelişmeden ve kalkınmadan bahsetmek pek de olası değildir. Önemli olan beşeri sermayenin girişimci bir özelliğe sahip olarak yetiştirilmesi, eğitim ve öğretim programlarının bu amaç doğrultusunda yeniden yapılandırılmasıdır. Dolayısıyla girişimcilik yeteneğinin artırılması ile eğitim arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Çalışmada girişimcilik dersini ön lisans düzeyinde alan meslek yüksekokulu öğrencilerinin iş geliştirme eğilimleri uygulanan anket yoluyla ölçülmüştür. Ayrıca çalışmada öğrencilerin iş geliştirme fikirleriyle ilgili bazı çıkarsamalarda bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Girişimci, Girişimci Öğrenci, İş Geliştirme, İş Geliştirme Fikri

## ENTREPRENEURSHIP AND ENTREPRENEURSHIP JOB DEVELOPMENT: A CASE STUDY ON VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS

### Abstract

The objective of the study is to reveal the entrepreneurship oriented peculiarities of the students and to assess their work development ideas. In the 21th century, the most important factor in the economic development of the countries is the entrepreneur oriented human resource. Entrepreneurship is a driving force which transforms the countries' economy in a positive way, which enhances employment and decreases unemployment. For that reason it seems that it is impossible to talk about economic development in such kind of countries that do not possess human resources who are entrepreneurs. Growing the human capital in line with the paradigms of entrepreneurship and reshaping the education programs within the framework of this objective. To put in another way, there should be parallelism between an increase on the ability of entrepreneurship and education as well. In this study, through questionnaire conducted, the perceptions and attitudes of vocational school students towards entrepreneurship who take that course and their entrepreneurship capabilities was assessed. At the same time, there are some deductions concerning the work development ideas of the students.

**Key Words:** Entrepreneurship, Entrepreneur, Entrepreneur Student, Job Development, Idea of Job Development

### 1. Giriş

Ülkeler arasındaki gelişmişlik farkına rağmen 21. yüzyılda kalkınma yarışı tarihte hiç olmadığı kadar keskin bir şekilde dönüşmüştür. Ekonomik kalkınma ve gelişmeyle ilgili olarak ülkelerin kullandıkları enstrümanlar sürekli değişkenlik göstermiştir. Örneğin, Sanayi Devrimi'nden sonra sanayiye yönelik bir kalkınma anlayışından söz edilirken, sanayileşme öncesi ise tarım merkezli bir gelişmenin varlığı söz konusudur. 20. ve 21. yüzyılda bilgi ve bilgi yoğun teknolojiler kalkınma enstrümanı haline gelmiştir. Ayrıca bu dönemde ülkelere rekabet avantajı kazandıran, istihdamlarını artıran ve makro ekonomik dengelerin optimum noktaya gelmesine neden olan en önemli unsur ise pratik hayatta girişimcilik kültürünün yerleşmesidir. Kâr ve ekonomik bir çıktı elde etmek amacıyla yeniliğe önem verme, risk alarak fırsatları değerlendirme ve sonrasında da onları ticarileştirme faaliyeti olarak tanımlanan girişimcilik (Marangoz, 2012: 2, 3), günümüz ülkelerinin ekonomik gelişmede kullandıkları bir "silah"tır.

Girişimcilikle birlikte ortaya çıkan iş geliştirme fikri ise bireylerin yenilikçi yeteneklerine bağlı olarak fırsatları değerlendirmek suretiyle ekonomik, sosyal ya da kültürel getiri sağlayan iş kurma yeteneğini ifade

\* Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta, [ezgicevher@sdu.edu.tr](mailto:ezgicevher@sdu.edu.tr)

\*\* Çankırı Karatekin Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, [hasanyuksel37@gmail.com](mailto:hasanyuksel37@gmail.com)

etmektedir. Bu nedenle girişimcilik ile iş geliştirme fikri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin girişimcilik yetenekleri ile aldıkları eğitim arasında da doğrusal bir ilişki mevcuttur (Akyüz, 2009: 139).

Çalışmanın konusu girişimcilik dersini ön lisans düzeyinde alan meslek yüksekokulu öğrencilerinin iş geliştirme eğilimlerini belirlemek ve iş geliştirme fikirlerine yönelik olarak geliştirdikleri fikirleri istatistiksel analize tabi tutmaktır. Bu kapsamda Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu İşletme Yönetimi Bölümü öğrencilerine anket çalışması yapılarak veri seti elde edilmiştir. Çalışmada sonucunda öğrencilerin girişimcilik özellikleri tespit edilmiş ve girişimcilik özellikleri ile geliştirdikleri iş fikirleri değişkenlerinin yaş faktörü, ikamet ettikleri şehirler ve ailelerinin mesleklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramları

Sanayileşmeden sonra bilgi toplumuna geçişin hız kazanmasıyla birlikte girişimcilik kavramına duyulan ilgi her geçen gün artmıştır. Ancak söz konusu kavramın teorik olarak tanımlanmasını yapmak hala çok zordur. Literatürde risk almasını bilen ve fırsatları kollayan ve yöneten birey olarak tanımlanan girişimci, bir yandan risk faktörlerinin etkilerini azaltırken diğer yandan başarı olasılığını arttırmaktadır (Lall ve Sahai, 2008: 5). O nedenle girişimciler genç, hırslı, enerjik, risk alabilen, kararlı, acımasız ve fırsat kollama yetenekleri bulunan özel kişilerdir (Thackray, 2004: 11). 20. yüzyılda ise girişimciler, yenilik yapabilen, fırsatları değerlendirerek onları ticari birer marka haline getiren bireylerdir. En basit ifadesiyle girişimci, girişimin çıkış noktası ve girişimi yapan kişi olarak tanımlanabilir (Marangoz, 2012: 2). Girişimciler gerçekleştirdikleri ticari faaliyetlerle birlikte gerek işletme yapılarında gerek toplum üzerinde kayda değer etkileri bulunan bireylerdir (Lall ve Sahai, 2008: 5).

Girişimciler tarafından gerçekleştirilen bu faaliyetlerin özdeşleşmiş hali olarak tanımlanan ve 17. yüzyılda Fransa’da “Entreprenre” ve Almanya’da “Uternehmen” kelimelerinden türeyen, risk alan bireyleri ve risk alma eylemini kapsayan girişimcilik kavramı (Lall ve Sahai, 2008: 5) “zihinsel algılama ve sezgi yoluyla başlayan bir yolculuk, model, güven, imaj ve kuluçka rollerle sosyalleşen bir başarı, psikolojik açıdan girişimcinin özellikleri ile birleşen bilinçli duygusallık, başarıya odaklanan davranışlarını ve diğer davranışları işe uygun şekilde biçimlendiren özel bir teknolojidir.” Bu bağlamda girişimcilik, kaynak yaratmak amacıyla toplu içerisinde sosyal ve ekonomik roller inşa eden ve değer yaratan bir sistemattir (Top, 2006: 7).

Başka bir tanımlamaya göre girişimcilik, “gerekli zaman ve çaba harcayarak ekonomik, fiziksel ve sosyal riskler alınması sonucunda, bireysel tatmin ve ekonomik ödüller elde etmeyi içeren farklı bir değer yaratma sürecidir” (Akpınar, 2009: 14). Ayrıca aşağıdaki tabloda girişimcilik kavramının farklı tanımlarına da yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Girişimcilik Kavramının Literatürdeki Farklı Çağrışımları

Kavramın Tanımı	Kaynak
Üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi ve bunların etkili bir şekilde kullanılması demektir.	(Lazear, 2005: 649).
Geleneksel ekonomik kalkınma teorilerinde önemsenmeyen ancak ekonomik kalkınmanın ardındaki en önemli itici güç olarak nitelendirilmektedir. O nedenle girişimcilik özel sektör girişimciliği ve devlet girişimciliği olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.	(Sit, 1998: 685).
Girişimcilik, girişimci olma yeteneğidir.	(Gasparski, Ryan ve Kwiatkowski (Eds), 2011: 9).
Ekonomik kalkınmada ve refahta öncü bir rol oynayan girişimcilik kavramı, karmaşık ve sürekli değişen bir konsept olarak değerlendirilmektedir.	(Warnecke, 2013: 455).

Dünyanın en eski mesleği olarak ifade edilen girişimcilik, sanayi öncesi dönemden günümüze dek var olan çok geniş bir perspektifi ifade etmektedir. Girişimcilik kavramının en önemli özelliği gelişen zaman ve çağ dinamiklerine göre değişim göstermesi ve dönemlerde değişse de dünya var olduğu sürece var olmaya devam etmesidir.	(Kariv, 2011: 3).
Bünyesinde inovasyon ve teknoloji gibi temel parametreleri barındıran girişimcilik, girişimcilerin çağın şartlarına uygun üretimler yaparak ekonomik çıktı elde etme süreçleridir.	(Acs, Desai, ve Hessels, 2008: 220).
Kâr elde etmek amacıyla bir ticari girişim gerçekleştirme, organize etme, planlama ve bunu sürdürülebilir hale getirme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik kavramının en çarpıcı özelliği yeni bir işletme kurmaktır. İktisatta ise üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi bağlamında ele alınmaktadır.	( <a href="http://www.businessdictionary.com">www.businessdictionary.com</a> , 02.06.2014).

## 2.2. Girişimciliğin Önemi

Bireylerin ihtiyaçlarında meydana gelen farklılaşmayla birlikte, tüm ihtiyaçlarını bireyin kendi başına çözemeyeceği düşüncesinden hareketle ortaya çıkan girişimcilik kavramı ülkelerin sosyal, kültürel ve siyasi dinamiklerini etkilemekte kalkınmalarında belirleyici bir rol üstlenmektedir. Günümüzde ise küresel ekonomik parametrelerin sürekli değişken bir yapıya bürünmesi ile birlikte girişimcilik kavramına duyulan ihtiyaçta her geçen gün daha da artmaktadır (Akpınar, 2009: 15). İşsizlik sorununun yerellikten sıyrılarak küresel bir problem haline gelmesi, yeni ekonomide meydana gelen güçlenmeye rağmen devam eden kırılğan ekonomik yapılar, gelir dağılımındaki dengesizlikler, teknolojik gelişmelerin pratik hayatta uygulanırlığının artışı ve kaynakların verimli kullanılmasına duyulan ihtiyacı her geçen gün daha da artması girişimciliğin ve girişimcilere duyulan ihtiyacın da artmasına neden olmaktadır (Tekin, 2005: 27-29'dan alıntılanan Akpınar, 2009: 18). Nitekim ekonomik yapılar içerisinde girişimciler temel yapıtaşını niteliğindedirler.

## 2.3. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik, fonksiyonları; planlanması ve uygulanması yönüyle gruplara ayrılmaktadır. Bu anlamda kavram, orijinal girişimcilik, iç girişimcilik (intrapreneurship), kurumsal girişimcilik, profesyonel girişimcilik (yönetici girişimcilik), teknik girişimcilik, girişimci girişimciliği, sosyal girişimcilik, kamu-özel sektör girişimciliği ve çevreci girişimcilik şeklinde sınıflandırılmaktadır. Ancak çalışmada bunlardan birkaçına değinilmiştir.(Top, 2006: 8-18).

### 2.3.1. Orijinal Girişimcilik (Entrepreneurship)

Girişimcinin bir işi sıfırdan kurarak, deneme yanılma yöntemiyle işini geliştirdiği, problemlerle mücadele ederek, işini daha iyi bir zemine taşıdığı girişimcilik türünü ifade etmek için kullanılmaktadır (Top, 2006: 9). Bu girişimcilik türünde bilgi, tecrübeleri ve deneyimleri doğrultusunda kendi hayallerini gerçekleştirmek amacıyla harekete geçen girişimciler ifade edilmektedir. Özellikle “ilk” ve “orijinal” olma düşüncesi bu girişimcilik türünü diğerlerinden ayıran en önemli faktördür. Gerek girişimin kendisi gerekse girişimci orijinallik taşımaktadır. Kendi işlerinin devamlılığı ve sürdürülebilirliği için girişimciler, bu süreçte kullanmaları gereken yöntemleri kendi başlarına belirlemekte ve uygulamaya koymaktadırlar (Lessem, 1986: 173'ten alıntılanan Top, 2006: 8, 9).

### 2.3.2. İç Girişimcilik (Intrapreneurship)

Örgüt içerisinde var olan bir girişimcilik şekli olarak tanımlanan iç girişimcilik, örgüt içerisinde yeni filizlenen, bilindik özelliklerinden ve gelenekçi çizgisinden oldukça farklı davranışsal yaklaşımları içeren girişimcilik türü olarak tanımlanmaktadır. İç girişimcilik, işletmenin büyüklüğüne bakılmaksızın işletme içerisinde var olan süreçleri içermektedir. Kavram, işletmeler arasında ticari bir bağ kurmanın ötesinde yeni ürün

geliştirme, yönetsel teknikler, stratejiler ve yönetim tekniklerini içeren çok geniş bir çerçeveye sahip bulunmaktadır (Antončić ve Hisrich, 2003: 9, 10). O nedenle iç girişimcilik kavramı risk alma, proaktif yaklaşım, yenilikçilik ve rekabetçi bakış açısıyla özdeşleştirilmiştir (Felicia, Rodrigues ve Caldeirinha, 2012: 1718; Sharma ve Chrisman, 1999: 11-27; Dess vd., 2003: 351-378).

Karimi vd. (2011) iç girişimcilikle ilgili olarak şu tespitlerde bulunmuşlardır (Karimi vd., 2011: 635): İlk defa 1976 yılında literatüre girmesine rağmen karmaşık problemlerle karşı karşıya kalındığında başarı ihtimalini arttıran ve bu anlamda örgütsel performansı da olumlu düzeyde etkileyen bir girişimcilik türüdür (Bjorn ve Kolvereid, 2005: 7-19). Her ne kadar kökeni girişimciliğe dayansa da (Bjorn ve Kolvereid, 2005; Antončić, 2001: 221-235; Davis, 1999: 295-327; Honig, 2001: 21-35) girişimcilik ve iç girişimcilik kavramları arasında bazı farklar bulunmaktadır. Öncelikle iç girişimciler işletmelerin kaynaklarını kullanarak riskli kararlar almaktadırlar. Ancak girişimciler ise kendi öz kaynaklarını kullanarak kararlar almaktadırlar (Antončić ve Hisrich, 2003: 7-24; Luchsinger ve Bagby, 1987: 10-13; Morris, Kuratho ve Covin, 2008). İkinci olarak iç girişimcilik, işletme içerisindeki işgörenler arasında meydana gelirken girişimciliğin işletme dışı faaliyetlere odaklandığı görülmektedir (Bjorn ve Kolvereid, 2005; Luchsinger ve Bagby, 1987). Üçüncü olarak girişimciler, yeni işletmelerde diğer işletmelerde kullanılan bilindik prosedürler ve mekanizmalar yerine örtülü bilgiyi kullanmayı tercih ederken, iç girişimciler ise işletmenin kendi sistematik dili, prosedürel işleyişi ve bürokratik mekanizmalarına odaklanmaktadır (Honig, 2001; Davis, 1999). Bu bağlamda girişimcilik ve iç girişimcilik arasında her ne kadar farklılıklar bulunsun da iç girişimcilik işletmelerde girişimcilikle içerisinde bir yer edindiğinden her iki kavram da birbirinden tam bağımsız olarak değerlendirilmemelidir (Antončić, 2001; Davis, 1999).

### **2.3.3. Sosyal Girişimcilik**

Sosyal girişimcilik, girişimcilik kavramının klasik anlamının yanı sıra farklı anlamları da ifade etmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu bağlamda sosyal girişimcilik, 21. yüzyılda sosyal, kültürel ve siyasi anlamda meydana gelen değişimler nedeniyle sosyal yapı içerisinde ortaya çıkan farklı problemleri çözmek amacıyla geliştirilen projeleri, alınan inisiyatifleri ve çözüm önerilerini içermektedir. Sosyal yapının oldukça kırılan bir hal aldığı bu dönemde bu anlayış STK'lar şeklinde kendini göstermiş, toplumsal sorunlara demokratik baskı mekanizmaları yoluyla çözüm bulunmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle sosyal girişimci, “yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar akla gelmeyen ya da cesaret edilmeyen bir yaklaşımla sorunların üzerine giden; üretken, ısrarcı, duyarlı, gerçekçi tavırları ile fark oluşturan ve toplumun güvenini kazanan kişi” olarak tanımlanmaktadır (Başar, Altın ve Doğan, 2013: 43, 44).

### **2.3.4. Kamu ve Özel Sektör Girişimciliği**

Ekonomik dalgalanmaları yaşadığı dönemlerde bizzat kamu erkinin inisiyatif almak suretiyle yatırımlara öncülük ettiği, işletmeler tarafından yaratılan kaynaklarla değil de bizzat kamu eliyle üretilen kaynakların kullanıldığı girişimcilik türüne kamu girişimciliği adı verilmektedir. Özel sektör girişimciliği ise sosyal ve ekonomik yapının dönüşümünde doğrudan özel sektör işletmelerinin ön plana çıktığı, başka bir ifadeyle bireylerin sahip oldukları sermayeleri kullanarak kaynak yarattıkları bir girişimcilik türüdür (Başar, Altın ve Doğan, 2013: 48).

## **2.4. Girişimcilik ve İş Geliştirme Fikri**

Girişimcilik ve iş geliştirme fikri kavramları birbirleriyle ilintili kavramlar olarak değerlendirilmektedir. İş geliştirme fikri girişimcilik eyleminin ilk aşamasını ifade etmektedir. Nitekim aktif bir çıktının fikrîsel bir aşaması bulunmaktadır. Bu doğrultuda girişimcilik yalnız başına bir sonuç iş geliştirme fikri ise bu sonucun ortaya çıkmasına neden olan bir zihinsel altyapıyı ifade etmektedir. Bu anlamda iş fikri, “girişimcilerin hedefledikleri amaçlarına ulaşabilmek için uygulamaya karar verdikleri fikir ya da fikirler bütünüdür.” Başka bir ifadeyle iş fikri, girişimcilerin amaçları doğrultusunda geliştirdikleri beyin fırtınasıdır.

Girişimciliği eyleme dönüştüren kişi ise her şeyden önce bir insandır. Bu nedenle girişimciler, yaşadıkları sosyo-ekonomik ortamın ürünüdürler. Her ne kadar girişimciliğin, insanın bireysel yetenekleri ve eğitimiyle ilgisi varsa da sadece bu iki unsur yeterli değildir. Bunların dışında bireyin içinde yetiştiği kültür ve çevresel faktörler girişimcinin davranışlarını ve kararları etkiler. Bu faktörler ise genetik faktörler, aile durumu, eğitim durumu, deneyimler, girişimcinin yaşadığı şehir, ilişkiler, motivasyon, ekonomik koşullar şeklinde sıralanabilir. (Birley, 1993). Bir girişimcinin, planladığı iş fikrine ulaşabilmesi için çeşitli alanlarda çalışmalar yapması ve doğru kararlar vermesi gerekir. İş fikrinin belirlenmesinden işin kurulmasına kadar birbirinden farklı süreçler söz konusudur. Başarılı bir iş fikri için planlama, iş kurma hazırlıklarını eksiksiz ve gerektiği kapsamda yapılması önemlidir.

Girişimcinin kurduğu işte başarılı olması için öncelikle iş fikrinin başarı potansiyeline sahip olması gerekir. Girişimci iş kurma sürecinin başında öncelikle kurmak istediği işin “sektörünü, ölçeğini, zamanını, ortaklarını, yerini, kullanacağı makine teçhizatını vb. “ belirlemekle yükümlüdür. Buna bağlı olarak, hedef

kitleyi, ürün veya hizmet özelliklerini, yasal seçenekleri, makine türleri ve kapasitelerini, personel gereksinimi ve teknik bilgiyi, finansal kaynak seçeneklerini dikkate alır. ([www.cdd.kosgeb.gov.tr](http://www.cdd.kosgeb.gov.tr)) İş fikrinin geliştirilmesinde dikkate alınan bazı önemli kriterler aşağıdaki gibidir:

1. Kuruluş Yeri Seçimi: Kuruluş yeri seçimi; işletmenin kurulacağı bölgenin seçimi, bölgenin yerinin belirlenmesidir. Kuruluş yeri seçimi uzun vadeli özellik taşıyan, işletmenin rekabet gücünü etkileyen stratejik bir yatırım kararıdır. Burada verilen karar işletmenin geleceği açısından hayati bir öneme sahiptir. (Ömürbek vd, 2013: 103) Yer seçimi kararı değerlendirme süreci çok sayıda kriteri içerir ancak genel anlamda kuruluş yerinin seçilmesinde “ekonomik faktörler, doğal faktörler, sosyal faktörler, psikolojik, fizyolojik ve politik faktörler” rol oynamaktadır. Ekonomik faktörler maliyetlerle ilgili iken, doğal faktörler iklim ve arazi durumu ile ilgilidir. Toplumsal etkenler ise sosyal faktörleri ifade eder. Girişimcinin bir bölgeye veya şehre duyduğu yakınlığı ise psikolojik faktörler içerisinde sayılabilir. (Doğan, 2013:8)
2. Faaliyet Alanı: Girişimci işletmeler için pazarı kendi istekleri doğrultusunda yönlendirebilmeleri fark ettikleri fırsatları belirleme ve değerlendirmeleri ve bu doğrultuda faaliyetlerini bir araya getirmeleri ile mümkündür. Faaliyet alanının ne olacağının doğru şekilde belirlenmesi hedef pazarın ihtiyaçları göz önünde bulundurularak mevcut rekabet koşullarında bir zorunluluk halini almıştır. (Mengüç ve Auh, 2008).
3. İşin Yapılacağı Sektör ve Hedef Pazar: Hedef Pazar, girişimcinin ürün veya hizmetlerini yönlendireceği tüketici dilimini ifade eder. İş fikrinin geliştirilmesinde üretimin kimin için yapılacağı veya hizmet sunumunda hedef kitlesi kriterleri göz önünde bulundurulur. Bir anlamda girişimci faaliyetlerini kimin için yapacağını hedef pazarını belirleyerek planlar. (Akdemir, 1998: 188)
4. İşin Katkıları: Girişimcilik faaliyetleri, ulusal ekonomilerin gelişmesi ve korunması bakımından önemli bir işlev üstlenmektedir. İşsizliğin azaltılması, yeni istihdam alanlarının yaratılması, dengeli, ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması girişimcilik ile ortaya çıkar. (Özbek, 2008: 49) Bunun dışında girişimcilik faaliyetlerinin girişimciye olan katkısı da, kar elde etme, büyümek, başarı sağlamak, verimli olmak, yenilikçi olmak, tanınmış işletme olmak şeklinde sıralanabilir. (Akdemir, 1998: 43-47)
5. Ürün veya Hizmetin Rakiplerden Farklılıkları: Girişimcilikte, sunulan ürün veya hizmet farklılaştırılarak benzersiz şeyler ortaya konabilir. Farklılıkla ilgili alanlar tasarım veya marka ismi, teknoloji, ürün özellikleri, müşteri hizmetleri, satıcı ağı şeklinde sıralanabilir. Burada önemli olan girişimcinin işletmesini, ürün veya hizmetlerini çeşitli boyutlarda farklılaştırmasıdır. (Porter, 2000: 47) Bu tarz farklılaşmalar, ürün veya hizmetin niteliğinden, faydasına, tasarımına, fiyatına ve işlevlerine göre değişiklik gösterebilir.

### 3. Öğrencilerin Girişimci İş Fikrini Belirlemeye Yönelik Araştırma

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmada meslek yüksekokulu işletme yönetimi bölümü öğrencilerine anket tekniği uygulanmıştır. Amaç, işletme yönetimi bölümü öğrencilerinin yaşları, cinsiyetleri, yaşadıkları şehir ve aile meslekleri ile girişimcilik eğilimleri ve girişimci kişilik özellikleri arasında ilişki kurmaktır. Bu eksende öğrencilerin demografik özellikleri ile yapmayı planladıkları işlere göre bazı değişkenler arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Araştırmada yöntem olarak anket tekniği kullanılmış, Isparta Meslek Yüksekokulu İşletme Yönetimi bölümüne kayıtlı 450 öğrenciden 150'sine anket uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında anket formları kullanılmış, anket formu oluşturulurken girişimcilik iş fikri geliştirme ve girişimci kişilik özellikleri ile ilgili kriterler “kuruluş yeri, işin ismi, faaliyet alanı, faaliyette bulunulan sektör, girişimcilik türü, işletmedeki pozisyon, girişim yapmadaki amaçlar, girişimci kişilik özellikleri, hedef pazar, girişimci işin katkıları” şeklinde, girişimcilik alan yazın araştırması yapılarak ve yazarlar tarafından konunun teorik yapısı dikkate alınarak hazırlanmıştır. Bu tekniğin seçilmesinin nedeni geniş bir gruptan, çok miktarda veriyi kısa zamanda kolayca toplama imkânını vermesidir. Çalışmada anket soruları için Cronbach Alpha Testinden elde edilen değer %70 ve üzerinde olması anket güvenilirliğin göstergesidir. Bu doğrultuda yapılan anketin güvenilirliği %70'in üzerinde hesaplandığından çalışmanın başında anketin güvenilir olduğuna ve istatistiksel analizlerin yapılabileceğine karar verilmiştir.

İşletme yönetimi bölümü öğrencilerine anket formunda demografik bilgilere yönelik 4 soru, iş geliştirme fikirlerine yönelik 9 soru sorulmuştur. Anket çalışması, meslek yüksekokuluna kayıtlı işletme

yönetimi bölümü öğrencilerinin toplam sayısı dikkate alınarak bu toplam sayıdan örneklem hesaplanarak 150 kişiye uygulanmıştır. Öğrencilere anketler elden ulaştırılmış, 150 anketin tamamının öğrenciler tarafından doldurulması ve geri dönüşümü sağlanmıştır. İncelemeler sonucu 150 anket SPSS (20.0) paket programında değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen bulgular, araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerinin girişimcilik iş fikirleri eğilimleri ve kişilik özelliklerine etkisini yansıtmaktadır. Bu nedenle araştırma sonuçları genellenemez. Çalışmanın meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik yapılması ve örneklem sayısı çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Katılımcıların cinsiyetleri ile iş kuracakları sektör arasındaki ilişki bulunmaktadır.

H2: Katılımcıların yaşadıkları şehir ile işi kurdukları şehir arasında ilişki vardır.

H3: Katılımcıların aile mesleği ile işi kurdukları sektör arasında ilişki vardır.

H4: Katılımcıların cinsiyetleri ile işi kurdukları işletmenin ismi arasında ilişki vardır.

H5: Katılımcıların cinsiyetleri ile seçtikleri pozisyonlar arasında ilişki vardır.

H6: Katılımcıların cinsiyetleri ile işletmenin faaliyet alanı arasında ilişki vardır.

### 3.2.Araştırmanın Bulguları

Araştırmada, sorular “kapalı uçlu sorular” şeklinde cevap seçenekleri ve katılımcıların özelliklerinden gelen sınırlılıklar dikkate alınarak düzenlenmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ve girişimci iş fikrinin farkları katılımcıların tanımlamaları dikkate alındığından açık uçlu sorular şeklinde sorulmuştur. Anket bulguları soruların sırasına göre tablo halinde gösterilmiş, SPSS İstatistik programında *frekans analizi*, *One Way Anova* ve *t testine* tabi tutularak değerlendirilmiş ve kabul statüsünde değer alan sorular detaylandırılmıştır. Söz konusu çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

**Tablo 1.** Örneklem Grubunun Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Tablolar	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	67	44,7
	Erkek	83	55,3
	Toplam	150	100
Yaş	18-20	83	55,3
	21-23	59	39,3
	24-26	4	2,7
	26 ve Üstü	4	2,7
	Toplam	150	100
Yaşadığı Şehir	İstanbul	10	6,7
	Ankara	3	2,0
	Adana	2	1,3
	Bursa	3	2,0
	Kocaeli	0	0
	İzmir	4	2,7
	Gaziantep	0	0
	Kayseri	0	0
	Konya	0	0
	Antalya	42	28,0
	Isparta	45	30,0
	Diğer	41	27,3
	Toplam	150	100
	Ailesinin Mesleği	Kamu Sektörü	28
Özel Sektör		47	31,3
Mesleği	Tarım (Çiftçilik)	14	9,3
	Kendi İşyeri	61	40,7
	Toplam	150	100

Katılımcıların cinsiyete göre 67'si (%44,7) bayanlardan, 83'ü (%55,3) erkeklerden oluşmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların büyük bir çoğunluğunu bayanlar oluşturmaktadır.

Katılımcılar yaşlarına göre 83'ü (%55,3) 18-20, 59'u (%39,3) 21-23, 4'ü (%2,7) 24-26, 4'ü (%2,7) 26 ve üstü şeklinde dağılmaktadır.

Katılımcılar şehirlerine göre 10'u (%6,7) İstanbul, 3'ü (%2,0) Ankara, 2'si (%1,3) Adana, 3'ü Bursa (%2,0), 4'ü İzmir (%2,7), 42'si Antalya (%28,0), 45'i Isparta (%30,0) ve 41'i Diğer (%27,3) şeklinde dağılım göstermektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Batı Akdeniz bölgesindeki illerde ve diğerlerinde yaşadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca sanayisiyle ön plana çıkmış Kocaeli, Antep, Bursa, Konya ve Kayseri gibi şehirlerde yaşayan herhangi bir katılımcı yoktur.

Katılımcılar ailelerinin mesleklerine göre 28'i Kamu Sektörü (%18,7), 47'si Özel Sektör (%31,3), 14'ü tarım (%9,3), 61'i Kendi İşyeri (%40,7) şeklinde dağılım göstermektedir.

**Tablo 2.** Katılımcıları İş Kuracakları Sektörün Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	p
<b>İşletmenin Faaliyet Göstereceği Sektör</b>	<b>Kız</b>	67	8,955	4,790	-,274	0,69
	<b>Erkek</b>	83	9,156	4,189		
	<b>Toplam</b>	150		4,453		

Çalışmada katılımcıların kuracakları işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörlerin cinsiyetlerine göre anlamlı düzeyde farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla t testi kullanılmıştır. Tablo 2'de belirtildiği gibi erkek katılımcıların kuracakları işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörler puan ortalamaları kadın katılımcıların puan ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca tabloya göre anlamlılık sütunundaki değerlerin 0,69 olduğu görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların kurmayı planladığı işletmelerin faaliyet gösterecekleri sektörlerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ( $t=-,274$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 3.** Katılımcıların Yaşadıkları Şehrin İşletmeyi Kurmayı Planladıkları Şehir Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	İşletmeyi Kurmak İstedikleri Şehir	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F	p
<b>Yaşadıkları Şehir</b>	<b>İstanbul</b>	18	6,166	5,124	10,159	0,000
	<b>Ankara</b>	4	7,000	5,773		
	<b>Adana</b>	2	3,500	0,707		
	<b>Bursa</b>	3	6,666	4,618		
	<b>İzmir</b>	8	8,875	3,090		
	<b>Antalya</b>	35	10,114	0,322		
	<b>Isparta</b>	44	10,772	1,460		
	<b>Diğer</b>	36	11,111	2,561		
	<b>Total</b>	150	9,766	3,144		

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşadıkları şehir ile işletmeyi kurmak istedikleri şehir değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ( $F=10,159$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Bu anlamda katılımcıların genellikle yaşadıkları şehre işletmelerini kurmak istedikleri saptanmıştır.

**Tablo 4.** Katılımcıların Aile Mesleğinin İş Kurmak İstedikleri Sektör Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	<b>İş Kurulmak İstenen Sektör</b>	<b>N</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Ailenin Mesleği</b>	<b>Kozmetik</b>	5	2,200	1,303	1,224	0,265
	<b>Otomotiv</b>	3	1,333	0,577		
	<b>Gıda</b>	12	2,416	1,164		
	<b>Giyim Tekstil</b>	16	2,937	1,340		
	<b>Taşımacılık</b>	4	2,750	1,500		
	<b>Beyaz Eşya</b>	3	2,666	1,154		
	<b>Kafe Restaurant</b>	24	2,708	1,122		
	<b>Organizasyon</b>	2	1,000	0,000		
	<b>İnşaat</b>	7	2,714	1,253		
	<b>Sağlık</b>	4	3,250	0,957		
	<b>Hizmetleri/Medikal</b>					
	<b>Bilişim</b>	25	2,840	1,106		
	<b>Teknolojileri</b>					
	<b>İletişim</b>	3	3,000	1,732		
	<b>Spor</b>	6	2,333	1,032		
	<b>Eğitim</b>	5	3,800	0,447		
	<b>Diğer</b>	31	2,774	1,203		
<b>Total</b>	150	2,720	1,182			

Araştırmaya katılan katılımcıların ailelerinin meşgul oldukları iş ile iş kurmak istedikleri sektör değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ( $F=1,224$ ;  $p=0,000>0,05$ ). Dolayısıyla katılımcıların ailelerinin sahip oldukları meslekler ile iş kurmak istedikleri sektörleri belirleyici nitelikte değildir.

**Tablo 5.** Katılımcıların Cinsiyetlerinin Kurmak İstedikleri İşteki Pozisyon Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	<b>Kurmak İstedikleri İşteki Pozisyonları</b>	<b>N</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Cinsiyetleri</b>	<b>Girişimci</b>	65	1,584	0,496	0,953	0,435
	<b>Yönetici</b>	39	1,615	0,492		
	<b>Bölüm Sorumlusu</b>	7	1,428	0,534		
	<b>Mühendis</b>	6	1,666	0,516		
	<b>Girişimci ve Yönetici</b>	33	1,424	0,501		
	<b>Diğer</b>	150	1,553	0,498		

Katılımcıların cinsiyetleri ile kurmak istedikleri işteki pozisyonları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ( $F=,953$ ;  $p=0,000>0,05$ ).

**Tablo 6.** Katılımcıların Cinsiyetlerinin İş Kurmak İstedikleri İşletmenin İsmi Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	<b>Grup</b>	<b>N</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Şehir İsmi</b>	<b>Kız</b>	67	2,000	0,000	2,059	<b>0,000</b>
	<b>Erkek</b>	83	1,939	0,239		
<b>Kendi İsminin Yer Alması</b>	<b>Kız</b>	67	1,895	0,308	0,931	0,060
	<b>Erkek</b>	83	1,843	0,365		
<b>Fabrika Kelimesi</b>	<b>Kız</b>	67	2,000	0,000	1,278	0,010
	<b>Erkek</b>	83	1,975	0,154		
<b>Slogan Gibi İsim</b>	<b>Kız</b>	67	1,791	0,409	-2,774	<b>0,000</b>
	<b>Erkek</b>	83	1,939	0,239		
<b>Ürün Vurgusu</b>	<b>Kız</b>	67	1,656	0,478	0,305	0,173



	<b>Erkek</b>	83	1,602	0,492		
<b>Hizmet</b>	<b>Kız</b>	67	1,746	0,438	1,414	<b>0,005</b>
<b>Vurgusu</b>	<b>Erkek</b>	83	1,638	0,483		
<b>Proje Fayda</b>	<b>Kız</b>	67	1,806	0,398	-,399	0,427
<b>Vurgusu</b>	<b>Erkek</b>	83	1,831	0,376		
<b>Diğer</b>	<b>Kız</b>	67	1,895	0,308	0,305	0,541
	<b>Erkek</b>	83	1,879	0,327		

Araştırmaya katılan katılımcıların şehir ismi puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak açıdan anlamlı bulunmuştur ( $t=2,059$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Cinsiyeti kız olan katılımcıların şehir ismi puanları ( $x=2,000$ ), cinsiyeti erkek olan katılımcıların puanlarından ( $x=1,939$ ) puanlarından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan katılımcıların slogan gibi isim puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak açıdan anlamlı bulunmuştur ( $t=-2,774$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Cinsiyeti erkek olan katılımcıların slogan gibi isim puanları ( $x=1,939$ ), cinsiyeti kız olan katılımcıların puanlarından ( $x=1,791$ ) puanlarından yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya katılan katılımcıların hizmet vurgusu puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak açıdan anlamlı bulunmuştur ( $t=1,414$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Cinsiyeti kız olan katılımcıların hizmet vurgusu puanları ( $x=1,746$ ), cinsiyeti erkek olan katılımcıların puanlarından ( $x=1,638$ ) puanlarından yüksek bulunmuştur.

**Tablo 7.** Katılımcıların Cinsiyetleri ile Kuracakları İşletmelerin Faaliyet Alanı Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	<b>Grup</b>	<b>N</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>t</b>	<b>Sig</b>
<b>İşletmenin Faaliyet Alanı</b>	<b>Kız</b>	67	1,985	1,065	1,006	0,317
	<b>Erkek</b>	83	1,915	1,149		

Araştırmaya katılan katılımcıların kurmayı planladıkları işletmelerinin puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak açıdan anlamlı bulunmamıştır ( $t=1,006$ ;  $p=0,000>0,05$ ).

#### 4. Sonuç

Girişimcilik, tespit edilen ihtiyaçların iş fikrine dönüştürülmesi ve gerekli risklerin üstlenilmesi ile fikirlerin hayata geçirilmesi faaliyetidir. Başarılı bir iş fikrini girişime dönüştürmek kadar, söz konusu girişimin varlığını sürdürmek ve geliştirmek de önemlidir. İş fikrini geliştirmede önemli olan bazı kriterler, faaliyet alanının belirlenmesi, işin yapılacağı sektörün belirlenmesi, hedef kitlenin tespiti, kuruluş yeri seçimi vb. şeklinde sıralanabilir. Çalışmada, Teoride alınan girişimcilik eğitimi ve öğrenim hayatı boyunca işletmeciliğe yönelik kavramların öğrencilerin girişimci iş fikri geliştirmede yönlendirici bir unsur olduğundan hareketle, elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Uygulamada ise önlisans eğitimini işletme yönetimi programında öğrenim gören öğrencilerin almış oldukları girişimcilik eğitimleri sonrası, iş fikri geliştirme eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Girişimci iş fikirlerinin sadece teoride veya pratikte ortaya çıkmadığı, geleceğin yetişen girişimcilerinin de daha öğrenim hayatlarında iş fikri geliştirebileceği elde edilen bulgular sonucunda ortaya çıkmıştır. Öyle ki, öğrencilerin iş fikri geliştirme eğilimlerinde çalışmada değerlendirilen bağımlı ve bağımsız değişkenlerin dışında iş fikirlerinin içeriği de oldukça çarpıcı sonuçlar ortaya koymuştur. Ancak bu sonuçlar ayrı bir araştırmayı gerektirdiği için bu çalışmada bu konuda şu bilgileri paylaşmakta yarar vardır: Öğrenciler, iş fikri geliştirirken ilgi alanlarının veya amaçlarının dışında yaratıcı, yenilikçi, hayalci iş fikirleri de ortaya koymuşlardır. “Sigara kullanımını engelleyen kıyafetlerden, engellilere yönelik gözlüklere, ayakkabılara, 3-5 katlı kafelerden, akıllı beşiklere, dijital menülerin olduğu restaurantlara, parmak izli akıllı biletlerden, sapında macun olan diş fırçalarına, kırsal tatil köylerine, cep yazıcılarına, karavan pastanelere” kadar pek çok iş fikrini geliştirmişlerdir.

Çalışmanın sonucunda katılımcıların kurmayı planladığı işletmelerin faaliyet gösterecekleri sektörlerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. Ayrıca araştırma sonucunda araştırmaya katılan katılımcıların yaşadıkları şehir ile işletmeyi kurmak istedikleri şehir değişkenine

göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Katılımcıların ailelerinin meşgul oldukları iş ile iş kurmak istedikleri sektör değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. Söz konusu durum katılımcıların cinsiyet değişkenine göre kurmak istedikleri işteki pozisyonları arasında da aynıdır. Diğer taraftan cinsiyetlerinin iş kurmak istedikleri işletmenin ismi, şehir ismi, slogan gibi isim ve hizmet vurgusu değişkenlerine göre karşılaştırılması yapıldığında katılımcıların söz konusu değişken puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır.

## Kaynakça

Acs, Z. J., Desai, S., Hessels, J. (2008). Entrepreneurship Economic Development and Institutions, *Small Business Economics*, Vol 31, No 3, Special Issue: Entrepreneurship, Economic Development, and Institutions, 219-234.

Akdemir, A. ve Rodoplu, G. (1998). *İşletme Bilimine Giriş*.

Akpınar, S. (2009). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*, 1. Basım, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

Akyüz, K. C., Gedik, T., Aydın, A., Yıldırım, İ., Akyüz, İ. (2009). Orman Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Tercihleri ve Girişimcilik Yetenekleri, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 2(1), 139-158.

Antonic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the Intrapreneurship Concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24

Antonic, B. (2001). Organizational Processes in Intrapreneurship: A Conceptual Integration, *Journal of Enterprising Culture*, 9(2), 221-235.

Antonic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the Intrapreneurship Concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.

Başar, E., Altın, H. ve Doğan, V. (2013). *Meslek Yüksekokulları için Girişimcilik*, Geliştirilmiş 2. Baskı, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Birley, S. (1993). The-Start-Up, Eds: P. Burns and J. Dewhurst, *Small Business and Entrepreneurship*, The Macmillian Press Ltd., London.

Bjorn, W. A. ve Kolvereid, L. (2005). Organizational Strategy, Individual Personality and Innovation Behaviour, *Journal of Enterprising Culture*, Vol 13, No 1, 7-19.

Davis, K. S. (1999). Decision Criteria in The Evaluation of Potential Intrapreneurs, *Journal of Engineering and Technology Management*, 16(3-4), 295-327

Dess, G. G., Ireland, R. D., Zahra, S. A., Floyd, S. W., Janney, Jay J., Lane, Peter J. (2003). Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship, *Journal of Management*, 29/3, 351-378.

Felicia, J. A., Rodrigues, R. ve Caldeirinha, V. R. (2012). The Effect of Intrapreneurship on Corporate Performance, *Management Decision*, 50(10), 1717-1738.

Gasparski, W. W., Ryan, L. V. ve Kwiatkowski, CSV S. (Eds). (2011). *Entrepreneurship Values and Responsibility, Praxiology: The International Annual of Practical Philosophy and Methodology*, Volume 17, Transaction Publishers, New Jersey, USA.

Girişimciler İçin İş Planı Rehberi, [www.cdd.kosgeb.gov.tr](http://www.cdd.kosgeb.gov.tr)

Honig, B. (2001). Learning Strategies And Resources for Entrepreneurs And Intrapreneurs, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(1), 21-35.

Karimi, A., Malekmohamadi, I., Daryani, M. A., Rezvanfar, A. (2011). A Conceptual Model of Intrapreneurship in the Iranian Agricultural Extension Organization, *Journal of European Industrial Training*, 35(7), 632-657.

Kariv, D. (2011). *Entrepreneurship An International Introduction*, Routledge Publication, USA.

Lall, M. ve Sahai, S. (2008). *Entrepreneurship*, 2nd Edition, Excel Books Publication, New Delhi, India.

Lazear, E. P. (2005). Entrepreneurship, *Journal of Labour Economics*, 23(4), 649-680.

Lessem, R. (1986). *Enterprise Development*, Gower Publishing Company, England.

Luchsinger, V. ve Bagby, D. R. (1987). Entrepreneurship and Intrapreneurship: Behaviors, Comparisons, And Contrasts, *SAM Advanced Management Journal*, 52(3), 10-13.

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

Mengüç, B. ve Auh, S., (2008), The Asymmetric Role of Market Orientation on The Ambidexterity Firm Performance Relationship for Prospectors and Defenders, *Industrial Marketing Management*, 37(4), 455-470.

Morris, M. H., Kuratho, D. F. ve Covin, J. G. (2008). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*, 2nd ed., Thomson South-Western, Mason, OH.

Ömürbek, N., Üstündağ, S. ve Helvacıoğlu, Ö. C. (2013). [Kuruluş Yeri Seçiminde Analitik Hiyerarşi Süreci \(AHP\) Kullanımı: Isparta Bölgesinde Bir Uygulama, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Dergisi, 11\(21\), 101-116](#)

Özbek, Z. (2008). KOBİ'lerin Türk Ekonomisine Etkileri, *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 31, 49- 57.

Porter, M. (2003). *Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*, Sistem Yayıncılık.

Sharma, P. ve Chrisman, J.J. (1999). Toward A Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-27.

Sit, V. F. S. (1998). Entrepreneurship and Economic Development in Hong Kong by Tony Fu-lai Yu, *The China Quarterly*, No 155, 685-686.

Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü Girişimcilik*, 4. Baskı, Güney Matbaacılık, Konya.

Thackray, R. (2004). *Adım Adım Girişimcilik*, 1. Baskı, Elips Kitapları.

Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*, 1. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Warnecke, T. (2013). Entrepreneurship and Gender: An Institutional Perspective, *Journal of Economic Issues*, 47(2), 455-463.

[www.businessdictionary.com](http://www.businessdictionary.com). (Erişim Tarihi: 02.06.2014).