

KOBİLERDE İÇ GİRİŞİMCİLİĞİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: AKSARAY ÖRNEĞİ

Leyla İÇERLİ

Aksaray Üniversitesi İİBF

Yrd. Doç. Dr.

Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi AKSARAY

E-posta: leyla.icerli@gmail.com

Mehmet Halit YILDIRIM

Aksaray Üniversitesi İİBF

Yrd. Doç. Dr.

Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi AKSARAY

E-posta: yildirimmh@gmail.com

Yavuz DEMİREL

Aksaray Üniversitesi İİBF

Doç. Dr.

Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi AKSARAY

E-posta: ydemirel75@gmail.com

Özet

Bu çalışma, “KOBİ’lerde, çalışanların iç girişimcilik düzeylerinin tespiti” amacıyla tasarlanmıştır. Örgüt içi girişimcilik; yenilik, farklılaşma, proaktif davranış ve örgütsel yenilenme boyutlarından oluşmaktadır. Bu boyutlar; Aksaray Organize Sanayinde faaliyet gösteren KOBİ’lerde, çalışanların iç girişimcilik düzeylerini tespit etmek amacıyla sektörler arasında farklılıkların olup olmadığına da bakılarak araştırılmıştır. Araştırma sonucunda ise araştırmaya katılanların iç girişimcilik düzeylerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca analiz sonucunda tekstil ve otomotiv sektörünün diğer sektörlerle göre iç girişimciliklerinin daha yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İç Girişimci, İç girişimcilik, İç Girişimcilik Boyutları

Alan Tanımı: Girişimci Kişilik (Girişimcilik Konuları)

A RESEARCH ABOUT INTRAPRENEURSHIP IN SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES: A CASE OF AKSARAY

Abstract

This research has been projected to detect intrapreneurship level of employees in Small and Medium Sized Enterprises (SME). Intrapreneurship in organisation consists innovative, differentiation, proactive attitude and renevation of organisation. These dimensions were observed to detect intrapreneurship level the employees and see whether there is a difference between SME which work in industrial zone of Aksaray. As a result, high intrapreneurship level of employees, who got involve in this research, was emerged. Also in analysis result it was emerged that textile and the automotive sectors have more intrapreneurship level than other sectors.

Key Words: *Intrapreneur, Intrapreneurship, Dimensions of Intrapreneurship*

JEL Code: M10, L26

1. GİRİŞ

Yoğun rekabetin yaşandığı günümüz iş dünyasında girişimcilik kavramı, geleneksel anlamının yanı sıra örgütsel boyutuyla da ele alınmaktadır. Mevcut organizasyonlar bünyelerinde gerçekleştirilen girişim faaliyetlerini iç girişimcilik olarak adlandırmaktadırlar. Dolayısıyla iç girişimcilik, faaliyet halindeki bir örgütteki her konuda yenilik yapabilmek için alışlagelmiş fikir ve iş görme yöntemlerini değiştirerek, risk almaya ve yenilikçi olmaya yönelik davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Gürbüz vd.,2010:128). İç girişimcilik faaliyetleri ile işletmenin kuruluş aşamasındaki heyecanı canlı tutabilmek, çalışanları motive edebilmek, çalışanların yaratıcılıklarını beslemek, işletmenin performansını artırabilmek, nitelikli çalışanların işletmede kalmasını sağlayabilmek, işletmenin gelişimini sürekli hale getirmek ve sürekli değişen tüketici taleplerini karşılayabilmek mümkün olabilmektedir (Kozak ve Yılmaz,2010:95).

İç girişimcilik sadece belirli sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere yönelik değildir; aynı zamanda bir bütün olarak ekonomiyi ele almakta ve her türlü işletmeye yönelik olabilmektedir. Çünkü iç girişimcilik bir ekonomiyi, verimlilik artışları, en iyi işletme uygulamalarının ortaya çıkarılması, yeni endüstrilerin yaratılması ve işletmelerin uluslararası rekabet seviyelerini yükseltmesi bakımından etkileyebilmektedir (Ağca ve Kurt,2007:86). Günümüzde işletmelerin büyük çoğunluğunu küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) oluşturmaktadır. Büyük işletmelere göre daha dinamik bir yapıya ve esnek karar

alma mekanizmalarına sahip olan KOBİ'ler değişen piyasa koşullarına karşı hızlı uyum yetenekleri, esnek üretim yapıları, bölgesel kalkınmadaki rolleri, işsizliğin azaltılması ve yeni iş alanlarının açılmasındaki katkıları gibi bir dizi olumlu özellikleri nedeniyle ülkemizin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemli bir role sahiptirler (Cansız, 2008:4). Dolayısıyla iç girişimcilik sadece büyük ölçekli işletmeler için değil, aynı zamanda orta ve küçük ölçekli işletmeler için de önemli olarak görülmektedir (Ağca ve Kurt,2007:86).

KOBİ'ler dinamik bir yapıya sahip olmaları sebebiyle örgüt içerisinde girişimcilik ruhuna sahip çalışanlar aracılığıyla etkin rol oynayabilmektedirler. İç girişimciliğin artan öneminden hareketle çalışmada KOBİ'lerde iç girişimcilik araştırma konusu yapılmıştır.

2. İÇ GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE BOYUTLAR

Gerek akademisyenler gerekse uygulamacılar, iç girişimcilik kavramına 1980'li yıllardan beri ilgi göstermektedirler (Ağca ve Kandemir,2008:211). İç girişimciliğe yönelen ilginin giderek yükselmesinin en önemli nedenleri, sayısı hızla artan rakipler, geleneksel işletme yönetimi yöntemlerinin yetersiz kalması, yetenekli çalışanların işletmelerden ayrılarak küçük ölçekli girişimciler haline gelmesidir (Odabaşı,2005: 65). Yine bu ilginin temelinde; iç girişimciliğin firmaları gerek kârlılık gerekse ekonomik büyüme bakımından yeniden canlandırması ve performanslarını iyileştirmesi gelmektedir (Ağca ve Kurt,2007: 86). İç girişimcilik, "faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimcilik" olarak ele alınmakta; organizasyonel ve genel ekonomik gelişmede çok önemli bir dinamik unsur olarak değerlendirilmektedir. İç girişimcilik (intrapreneurship) kavramıyla aynı anlamda veya ilgili kavramlar olarak kurumsal girişimcilik (corporate entrepreneurship), şirket girişimciliği (corporate venturing), kurum içi girişimcilik (internal corporate entrepreneurship), firma seviyeli girişimcilik eğilimi (firm-level entrepreneurial orientation), sürekli girişimcilik (continued entrepreneurship) kavramlarının kullanıldığı görülmektedir.

İç girişimcilik; var olan örgütü, risk alma, yenilik-aktif rekabet davranışları ve satışlar yoluyla harekete geçirmeyi ve yeniden canlandırmayı, var olan örgüt içerisinde yeni bir girişim yaratmaya yol açan girişimsel faaliyetleri, örgütün ana fikrini yenilemeyi ve örgütü dönüştürmeyi amaçlamaktadır (Onay ve Çavuşoğlu,2010:49). Bu kapsamda iç girişimci, risk alarak yenilik yaparak pazardaki fırsatları yakalayıp onları karlı iş fikirlerine dönüştüren ve pazara sunarak değişimi sağlayan kişidir (Yazıcıoğlu, vd.,2011:275).

Büyüklüğü ne olursa olsun mevcut bir işletme içinde devam eden bir süreç olarak tanımlanan iç girişimcilik, yeni hizmetler, teknolojiler, yönetim teknikleri, stratejiler ve rekabet geliştirme gibi diğer yenilik faaliyetlerinin sürdürülmesini ifade etmektedir (Antoncic ve Hisrich,2001:498). Zahra (1991) ise iç girişimciliği, mevcut bir işletmenin rekabet gücünü ve finansal durumunu iyileştirme amacına yönelik olarak işletmede, bölüm ve proje düzeyinde, ürünlerde yenilikler ve pazarların genişletilmesi yoluyla yeni işler yaratmayı amaçlayan faaliyetler olarak tanımlamıştır.

Birçok araştırmacıya göre “ bir firmanın iç girişimcilik seviyesini ortaya koyarken temel belirleyici davranışlar nelerdir?” sorusunun cevabı iç girişimcilik boyutları içerisinde olduğu yönündedir. İç girişimcilik; yenilik, farklılaşma, proaktif davranış ve örgütsel yenilenme yönelimi boyutlarından oluşmaktadır.

Yenilik; bir örgütün, yeni ürün hizmet veya teknoloji yaratabilecek yeni fikir ve denemeleri destekleme eğilimini bunun yanı sıra mevcut ürün ve teknolojilerin geliştirilmesi ve değiştirilmesini ifade eder. Bir yenilikten söz edildiği zaman işletmede çalışanlara ait olan yeni fikirlerle geliştirilen yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni teknolojiler, yeni yönetim teknikleri, yeni stratejiler kastedilmektedir. Bir örgütte yenilik eğiliminin yüksek olması durumunda, o örgütte iç girişimcilik faaliyetlerinde de artış olduğu gözlemlenebilir. Dolayısıyla iç girişimcilerin yeniliklere açık olduğu söylenebilir. Özellikle Ar-Ge bölümünde çalışanların bu amaçla faaliyette buldukları ve örgütlerdeki iç girişimcilik faaliyetlerinin bu bölümlerde filizlendiği ifade edilebilir (Göçmen,2007: 71, Ağca ve Kurt,2007:90). Yenilikle iç girişimcilik ilişkisini ortaya çıkarabilmek amacıyla iç girişimcilik, “yeni ürünler ve yeni pazarlar geliştirme süreci” olarak tanımlanmaktadır (Pearce ve Carland,1996:88).

Farklılaşma; örgütlerin çevrelerindeki değişime ayak uydurmalarının yanında, rekabette üstünlük sağlayabilmek ve bir adım öne geçebilmek için gerek yönetim, gerek üretim, gerekse pazarlama alanlarında rakipleriyle benzer özellikleri sergilemekten sıyrılıp fark yaratmalarını ifade etmektedir (Göçmen,2007:73).

Proaktif Davranış; Lumpkin ve Dess (1996) proaktifliği, “gelecekte ortaya çıkacak sorunlardan, ihtiyaçlardan ve değişimlerden önce harekete geçme” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla hızla değişen çevresel koşullara uyabilmek ve bir adım öne geçebilmek amacıyla çevrenin gelecekteki taleplerini öngörerek potansiyel taleplere rakiplerden önce cevap verebilecek yapıda öncü olabilmektir. İç girişimciliğin özünde fırsatları değerlendirmek için harekete geçme dürtüsü vardır. Bu açıdan proaktiflik çabaları, örgütlerin pazarda lider olma girişimlerinde,

rakiplere göre temel faaliyet alanlarında ürün ve hizmetleri, teknolojileri yönetim tekniklerini daha önceden sunmasıyla ilgilidir (Göçmen,2007:75).

Örgütsel Yenilenme Yönelimi; İşletmeler değişen çevre şartlarına hızlı cevap verebilmek hatta değişimde liderlik yapabilmek amacıyla fırsat ve tehditleri iyi algılayıp örgüt yapı ve süreçlerinin yenilenmesi gerekmektedir (Göçmen,2007: 75). Guth ve Ginsberg (1990) iç girişimciliğin iki boyutlu bir süreç olduğunu ifade etmektedir. Birincisi mevcut işletme içerisinde yeni iş girişimlerinin başlatılmasıdır. İkincisi ise, işletmenin üzerine bina edildiği kilit fikirlerin yani temel yeteneklerin yenilenmesi yoluyla örgütün yenilenmesidir.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

İç girişimciliğin örgütsel başarı ve performanstaki önemi göz önünde bulundurularak araştırmanın temel amacı, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin iç girişimciliğe ne kadar önem verdiklerini ortaya çıkarabilmektir. Dolayısıyla çalışmada KOBİ'lerin iç girişimcilik düzeyleri aynı zamanda sektörler arasında fark olup olmadığına da bakılarak tespit edilmeye çalışılacaktır.

3.2. Örneklem

Durum tespitine yönelik olarak yapılan bu araştırmanın örneklemini, Aksaray Organize Sanayi Bölgesinde yer alan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin karar yetkisine sahip çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada örneklemin belirlenmesinde kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Verilerin toplanmasında survey yöntemi benimsenmiş ve soru sorma tekniği kullanılmıştır. Araştırmaya katılanlardan toplanan kullanılabilir durumda olan 230 adet soru formu araştırma kapsamına alınmıştır.

3.3.Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmanın amacı doğrultusunda, araştırmanın temel soruları ve temel hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir.

a. KOBİ'lerde iç girişimcilik yönelimi ne düzeydedir?

H₁: KOBİ'lerde iç girişimcilik düzeyi yüksektir.

b. İç girişimcilik düzeyleri sektörlerle göre farklılık göstermekte midir?

H₂: Sektörler ve iç girişimcilik boyutları arasında anlamlı bir fark vardır.

3.4. Analiz Yöntemi

Soru formunda iç girişimcilik düzeyini ölçmek için Naktiyok (2004) tarafından geliştirilmiş bir ölçek kullanılmıştır. Naktiyok'un yaptığı çalışmaya göre ölçeğin hazırlanma şekli şu şekildedir (Naktiyok ve Kök, 2006:84, Antoncic ve Hisrich, 2001:500): Örgüt içi girişimcilik olgusunun farklı boyutlardan oluştuğu göz önünde bulundurularak örgütlerin iç girişimcilik yönelimini ölçmek için ifadeler birbirinden bağımsız olarak geliştirilen iki farklı ölçek temel alınarak oluşturulmuştur. Birinci ölçek (Entrescale Scale) örgütün iç girişimciliğe doğru genel yönelimini ölçmeye odaklanan ifadelerden oluşmaktadır. İç girişimciliğin yenilik ve proaktif davranış boyutlarını içermektedir. Zahra tarafından geliştirilen ikinci ölçek ise (Corporate Entrepreneurship Scale) örgütün yeni iş girişimi, yenilik ve örgütsel yenilenme faaliyetlerine olan ilgisini ölçmek amacıyla tasarlanmıştır. Birbirini tamamlayan bu iki ölçek bir arada kullanıldıkları zaman iç girişimciliğin boyutlarını açıklayabilmektedir. Antoncic ve Hisrich (2001)'in ve Naktiyok (2004)'un bu iki ölçeğin bileşimine uyguladıkları faktör analizi sonuçları da göz önünde bulundurularak iç girişimciliği ölçmek için iki ölçekten alınan ifadeler temel alınmıştır.

İç girişimcilik ölçeği, toplam 18 ifadeden oluşan ve 1.çok önemsiz....5.çok önemli seçeneklerinden oluşan 5'li Likert tipi ölçektir.

4. ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmada soru formu aracılığı ile toplanan veriler SPSS 16.0 veri analizi paket programıyla analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerine ilişkin veriler, frekans ve yüzde değerleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilikleri analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların iç girişimcilik düzeylerini belirlemek amacıyla tanımlayıcı istatistik yardımıyla ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ayrıca tek yönlü varyans analizi (One –Way ANOVA) yapılarak sektörler arasında farklılığın olup olmadığına bakılmıştır.

4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerini şu şekilde özetleyebiliriz: Araştırmaya katılan toplam 230 çalışanın %4,3 bayan, % 95,7'i erkek, yaşları, %33,5'i 20-29, %48,3'ü 30-39, %15,2'si 40-49, %3'ü 50-59 yaş grubundakiler oluşturmuştur. Eğitim düzeyleri, %32,6 ilköğretim, %59,1'i lise; %7'si yükseköğretim ve %1,3'ü fakülte- yüksek lisans, sektörde çalışma süreleri ,%57,82'i 0-5 yıl, %25,2'si 6-10 yıl, %16,6'sı ise 10 yıl ve üstüdür, işletmede

çalışan sayısı %88,7 ile 0-50 arasındadır, faaliyette buldukları sektörler ise mobilya %24,3, otomotiv %25,7, tekstil %9,6, gıda %22,6, inşaat %17 ve %0,9'u ise hizmet sektörüdür.

4.2. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Tanımsal İstatistik Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Geçerlilik analizinde Keşfedici Faktör Analizi uygulanmıştır. Ölçeğin faktör yapısını belirlemek amacıyla elde edilen verilere varimax rotasyonu temel bileşenler faktör analizi yapılmıştır. Temel bileşenler faktör analizinde verilerin faktör analizi için yeterli olup olmadığını test etmek için uygulanan Kaiser – Mayer-Olkin (KMO) değeri kabul edilebilir sınır olan 0,70'in üzerinde yüksek değerler bulunmuştur. Küresellik derecesi (Barlett's Test of Sphericity) ise (0,001) olarak tespit edilmiştir. Bu iki değer örneklemin yeterliliğini ve araştırma verilerinden anlamlı faktörler elde edildiğini göstermektedir. Bu değerler Tablo 1'de görülmektedir.

İç girişimcilik ölçeğinin güvenilirliği Cronbach alfa değeri ile değerlendirilmiştir. Güvenilirliği düşüren S4, S7, S9 ve S10 analizden çıkarılmıştır. Sorular çıkarıldıktan sonra yapılan faktör analizine göre faktörlerin açıklama düzeyinin %56,136 olduğu ve toplam 4 faktörde toplandığı görülmüştür. Ortalama, standart sapma, faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

İç girişimcilik ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı (α) 0,803 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin toplam güvenilirliği değerlendirildiğinde ($0.80 \leq \alpha < 1.00$) α 0,803 ile ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir bir ölçek olduğu ifade edilebilir. İç girişimcilik düzeylerine ilişkin olarak yapılan tanımsal istatistik sonuçları (ortalama ve standart sapma) incelendiğinde; soru ifadelerinin 4'ün üstünde yüksek ortalamalara sahip olduğu görülebilir. Verilerden elde edilen bu sonuçlara göre araştırmaya katılan işletmelerde karar yetkisine sahip çalışanların iç girişimcilik düzeylerinin oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla KOBİ'lerde iç girişimcilik ruhuna sahip çalışanların sırasıyla yenilik, örgütsel yenilenme, proaktif davranış ve farklılaşmaya önem verdikleri ifade edilebilir.

Tablo:1 İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Tanımsal İstatistik, Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları (N=230)

Faktörler (Toplam Alfa Değeri (α) 0,803)	Ort.	S.Sap.	Faktör Ağırlığı	Açık. Varyans
Faktör 1: Proaktif Davranış	4,25	0,433		41,966
S6 Ürünler için yeni talepler yaratmak	4,34	0,567	0,606	
S11 Misyonu sık sık gözden geçirmek	4,40	0,580	0,555	
S15 Rakiplerle mücadele etmek	4,25	0,683	0,617	
S16 Risk taşıyan projeleri uygulamak	4,02	0,841	0,587	
S17 Stratejik faaliyetleri tercih etmek	4,23	0,625	0,622	
S18 Cesur davranarak karar almak	4,29	0,716	0,616	
Faktör 2: Yenilik	4,36	0,440		52,300
S3 Yenilik için kaynak ayırmak	4,46	0,651	0,667	
S8 Diğer endüstrilerde yeni işler almak	4,29	0,597	0,593	
S14 Çalışanları yenilik için eğitmek	4,35	0,584	0,693	
Faktör 3: Farklılaşma	4,24	0,457		77,717
S1 Ürünleri farklılaştırmak	4,25	0,509	0,858	
S2 Yenilikte ilk olmak	4,24	0,528	0,819	
Faktör 4: Örgütsel Yenilenme	4,31	0,476		60,562
S5 Denenmemiş yöntemleri kullanmak	4,30	0,605	0,579	
S12 Endüstrileri yeniden tanımlamak	4,30	0,601	0,634	
S13 Bölümleri yeniden organize etmek	4,33	0,631	0,639	
Açıklanan Toplam Varyans %				56,136
Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)			0,813	
Bartlett's Ki-Kare Değeri			702,502	
Bartlett's Sig. Değeri			0,001	

4.3. Sektörlere Göre Boyutlar Açısından Farklılık Analizi

İç girişimcilik düzeyinin sektörler göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (One –Way ANOVA) yapılmıştır.

Araştırmanın boyutları sektörler açısından değerlendirildiği zaman; farklılaşma boyutu $p=0,102>0,05$ olduğu için gruplar arası anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Proaktif davranış boyutu $p=0,002<0,05$, yenilik boyutu $p=0,001<0,05$ ve örgütsel yenilenme boyutu $p=0,000<0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Dolayısıyla sektörler arasında iç girişimcilik düzeyi farklılaşmaktadır. Hangi gruplar arasında anlamlı bir fark olduğuna Post Hoc çoklu karşılaştırma (Bonferroni testi) ile karar verilmiştir. Proaktif davranış boyutunda; tekstil sektörü

ve otomotiv sektörü, inşaat sektörüne göre daha proaktif davranmaktadır. Yenilik boyutunda; tekstil ve otomotiv sektörü inşaat sektörüne göre daha yenilikçidir. Örgütsel yenilenme boyutunda ise, tekstil sektörü ve otomotiv sektörü inşaat sektörüne göre daha çok yenilenme yönelimi içindedir.

Tablo:2 Sektörlere Göre Boyutlar Açısından Farklılık Analizi

Boyutlar	Sektör	N	Mean	F	p
Proaktif				3,889	0,002
	mobilya	56	4,19		
	tekstil	22	4,46		
	gıda	52	4,20		
	otomotiv	59	4,38		
	inşaat	39	4,13		
	diğer	2	3,75		
Yenilik				4,2	0,001
	mobilya	56	4,28		
	tekstil	22	4,53		
	gıda	52	4,36		
	otomotiv	59	4,50		
	inşaat	39	4,23		
	diğer	2	3,67		
Yenilenme				5,145	0,000
	mobilya	56	4,30		
	tekstil	22	4,44		
	gıda	52	4,27		
	otomotiv	59	4,50		
	inşaat	39	4,04		
	diğer	2	4,17		

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

KOBİ'ler, gerek sosyal gerek ekonomik boyutlarıyla bireyin, toplumun ve ekonomik sistemin hayati bir parçasıdır. Çalışmada KOBİ'lerin artan öneminden hareketle, daha çok büyük ölçekli işletmelerde görülen iç girişimcilik ruhunun, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde ne düzeyde olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda KOBİ'lerde iç girişimcilik düzeylerinin oldukça yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca tekstil ve otomotiv sektörü çalışanlarının diğer sektörlerle göre daha çok iç girişimcilik ruhuna sahip oldukları tespit edilmiştir.

Çalışma uygulama güçlüğü sebebiyle sadece Aksaray ilinde gerçekleştirilmiştir. KOBİ'lerde iç girişimcilikle ilgili olarak yapılacak benzer çalışmalarda farklı illerde daha fazla çalışana ulaşarak, örneklem büyüklüğünü artırarak araştırma sonuçlarında genellemeler yapılabilir.

KAYNAKLAR

AĞCA, Veysel ve Mustafa KURT (2007). “İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S: 29, Temmuz-Aralık, ss.83-112.

AĞCA, Veysel ve Tuğrul KANDEMİR (2008). “Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma”, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:X, Sayı:3, ss.209-230.

ANTONCIC, Bostjan, Robert D. HISRICH (2001). “*Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation*”, Journal of Business Venturing, 16, ss. 495-527.

CANSIZ, Mehmet (2008). “Türkiye’de KOBİ’ler ve KOSGEB”, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, DPT Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.

GÖÇMEN, Selin (2007). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik, Celal Bayar Üni., SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

GUTH, William D. ve GINSBERG, Ari (1990). “*Guest Editors’ Introduction: Corporate Entrepreneurship*”, Strategic Management Journal, 11 (5), ss. 5-15.

GÜRBÜZ, Sait, Mustafa BEKMEZCİ, İ. Sani MERT (2010). “*Örgütsel Faktörlerin iç Girişimciliğe Etkisi: İş Tatmini Aracı Değişken mi?*”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:2, Sayı:2, ss.127-135.

KOZAK, Meryem AKOĞLAN, Esra GÜL YILMAZ (2010). “*Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Algulamaları: Frigya Bölgesi Örneği*”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt:21, Sayı:1, ss.85-97

LUMPKIN, G.T., ve DESS, G.G. (1996). “*Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance*”, Academy of Management Review, 21 (1), ss. 135-172.

NAKTİYOK, Atılhan (2004). İç Girişimcilik, Beta Basın Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.

NAKTİYOK, Atılhan, Sabahat BAYRAK KÖK (2006). “Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri”, Afyon Kocatepe Üni. İ.İ.B.F. Dergisi Cilt: VIII, Sayı:2, ss.77-96.

ODABAŞI, Yavuz (2005). Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Eskişehir.

ONAY, Meltem ve Selin ÇAVUŞOĞLU (2010). “İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik”, Yönetim ve Ekonomi Cilt:17, Sayı 1, ss.47-67.

PEARCE, James W.,ve CARLAND, James W. (1996). “Intrapreneurship and Innovation In Manufacturing Firms:An Empirical Study of Performance Implications”, Academy of Entrepreneurship Journal, Volume: 1, Sayı: 2, ss. 87-96.

YAZICIOĞLU, İrfan, Alev SÖKMEN, Alptekin SÖKMEN (2011). “Şirket İçi Girişimcilik: Adana’daki Sanayi Kuruluş Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:25, ss.273-283.

ZAHRA, Shaker A. (1991). “Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study”, Journal of Business Venturing, 6 (4): 259-285.