

**GİRİŞİMCİLERİMİZİN İŞ FİKRİ BULMA YÖNTEMLERİ VE İŞ FİKRİ BULMA YÖNTEMLERİNİN KARAR VERME TARZLARI İLE İLİŞKİSİ: ISPARTA-BURDUR GİRİŞİMCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA\*.**

Kürşat ÖZDAŞLI\*\*

Burcu ÖZKARA\*\*\*

**Öz:**

*Girişimciler girişimcilik sürecinin başında bir iş fikrine karar verip bu iş fikrinin hayata geçirmektedirler. Yerli ve yabancı literatürde girişimcilerin iş fikrini hangi yollarla elde ettikleri konusunda sistematik bir araştırma yoktur. İlk tahlilde girişimcilerin iş fikrine karar vermesi üzerinde birçok faktörün etkili olduğu ileri sürülebilir. Ancak yapmış olduğumuz araştırma neticesinde, devlet yönlendirmesi, ebeveyn etkisi, pazar araştırması, becerileri dikkate alma, beyin fırtınası, taklitçilik, fırsatçılık ve yatay düşünme olmak üzere sekiz adet yöntemin kullanıldığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, girişimcilerimizin ani, rasyonel, sezgisel, bağımlı ve çekingen karar verme yöntemlerini tercih ettikleri görülmüştür. Yapılan ilişki analizi neticesinde de bağımlı karar verenlerin ebeveyn etkisiyle; sezgisel karar verenlerin yine ebeveyn etkisiyle ve becerilere dönük; akılcı karar verenlerin ise, pazar araştırmasına dayalı ve becerilere dönük iş fikri buldukları tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan tutum farklılığı analizlerine göre; genç girişimcilerin yaşlılara kıyasla yatay düşünmeye ve devlet yönlendirmesine dayalı iş fikri bulmaya, lise mezunlarının orta öğretim mezunlarına kıyasla yatay düşünmeye dayalı iş fikri bulmaya daha eğilimli oldukları görülmüştür.*

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, İş fikri, İş fikri Bulma Yöntemleri, Karar Verme Tarzları

---

\* Yrd. Doç. Dr. Kürşat Özdaşlı danışmanlığında Burcu Özkara tarafından hazırlanan “İş Fikri Bulma Yöntemleri Üzerinde Kişilik ve Karar Verme Tarzlarının Etkisi: Burdur ve Isparta İllerindeki Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezi geliştirilerek ve verileri ile hazırlanmıştır.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, kursad@iibf.sdu.edu.tr

\*\*\* Öğrt. Gör., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, İşletme Yönetimi Bölümü, burcuozkara@mehmetakif.edu.tr

**BUSINESS IDEA DETECTING METHODS OF OUR  
ENTREPRENEURS AND THE RELATIONSHIP BETWEEN  
BUSINESS IDEA DETECTING METHODS AND DECISION MAKING  
STYLES: A RESEARCH ON ISPARTA-BURDUR ENTREPRENEURS**

**Abstract:**

*Entrepreneurship is a process which has composed two main phases. In the first phase, entrepreneur candidate make decision about the business and find the business idea. Second phase, the finding business idea has gone to the realization. All two phases some factors come into prominence. Such as, in the business idea finding phase to think of, imagining and researching the business and predicting of benefits and costs of the business become more of an issue. Also in realization phase, the financial issues come into question.*

*The idea phase which before the beginning of the entrepreneurship will impress the success of enterprise. Feasibility analysis which appearing in business administration literature purposes to determine how a business idea to be realized and to foresee probable success situation of this idea. Therefore, first of all a business idea come into prominence in the core of a enterprise. However, there is not enough systematic researches in the local or foreign literature on how entrepreneurs get business idea. At first glance, many factors can be suggested to make a decision on business idea.*

*Business idea inventing methods and decision-making styles have been made to bring out the survey method was used to collect data in this study. The sample, is the founder of Isparta and Burdur before 20 November 2009 last established 300 business entrepreneurs. This sample of the entrepreneurs, who agreed to a questionnaire, were surveyed, 50 entrepreneurs from Burdur and 100 entrepreneurs from Isparta.*

*Applied questionnaire, consists of three parts with two scales and demographic questions. First-scale entrepreneurs of all attempts made so far to find business idea, which was prepared in order to determine the method they use is 30 questions. For answers to the scale of the expressions used to express the five intermittent Likert-type metric. "1-Never, 2-Very little, 3-occasionally, 4-Often, 5-continuous" there are five options in the form of answers. The scale has been prepared with the help of literature by the authors. The second scale can be named as the scale of decision-making style. There are 25 questions asked by entrepreneurs for the determination of decision-making styles. At this scale to answer questions, Likert-type five interval used in the metric expression. Likert scale "1-Strongly disagree, 2-Disagree, 3-Undecided, 4-Agree, 5-Strongly Agree" was created in the form. The*

*scale, developed by Scott and Bruce, and David P. Spicer and Eugene Sadler-Smith, "An examination of the general decision making style questionnaire in two UK samples" has been translated into the original scale.*

*Factor analysis of the factors related to methods of inventing business idea, looking at the average scores of entrepreneurs, respectively, under the influence of their parents (mean 3.4917), brainstorm (mean 3.4267), on the basis of skills (mean 3.3000) , doing market research (mean 3.2833), using the methods of horizontal thinking (3.2822), opportunities for observing the (mean 3.1967), by mimicking (3.1333), and based on the orientation of the state (mean 2.7017 ) have decided these business ideas when they set up their businesses. Similarly, questions about decision-making styles, with average scores of the factors, it turns out they were entrepreneurs, rational (mean 3.5022), intuitive (mean 3.3900), dependent (mean 3.3467), avoidant (mean 2.9667 ) and sudden (2.6711) is the preferred way of decision-making.*

*As a result of the correlation analysis, it was found out that dependent on decision makers got business idea under the influence of parental influence, intuitive decision-makers under the influence of parental influence and skills while rational decision makers got their idea based on market research and skills-oriented. In addition, according to the analysis of the difference in attitude, young entrepreneurs are more prone to based on the orientation of horizontal thinking and with the state routing to find business idea, high school graduates are more prone to horizontal thinking based on the finding business idea.*

**Keywords:** Entrepreneurship, Business Idea, Business Idea Inventing Methods, Decision-Making Styles

## GİRİŞ

Girişimciliğin günümüzdeki yaygın olarak kullanılan tanımı ilk kez 18. yy.da Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından “belirsizlik ortamında fırsatları fark ederek bunları hayata geçirmek üzere risk almaya hazır olan kişi” olarak tanımlanmıştır (Döm, 2008:6). Cantillon’a göre; girişimciler, henüz belirginleşmemiş bir fiyatla toptan veya perakende olarak satmak için, ürünleri belirli bir fiyattan satın alırlar, onları bu girişime iten, faaliyetleri karşılığında bekledikleri kârdır. Bu kâr, tüketim malları fiyatlarının dalgalanmalarının önceden belli olmaması nedeniyle belirsizdir (Hamilton, 1995:3-4). Fransız ekonomist Baudeau (1730-1792) ise girişimciyi, çeşitli yenilikler yaparak maliyetlerini azaltmaya, karlarını arttırmaya çalışan bir yenilikçi olarak tanımlamıştır (Döm, 2008:7). Schumpeter girişimciyi; yeni ürünler, yeni süreçler geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni hammadde, yarı mamul arz kaynakları bulma veya yeni bir organizasyon yapısı oluşturma gibi, işletme açısından yeni kombinasyonlar yaratarak mevcut ekonomik düzeni yıkan kişi olarak tanımlamıştır (Müftüoğlu, 2004: 4).

Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say (1767-1832), girişimcinin belli başlı katkısının üretim faktörlerini koordine etmesi ve birleştirmesi olduğunu ileri sürmüştür. Girişimci, ekonomik sistemin merkezindedir, değişik üretim faktörlerini faydalı hale getirir, yönetir ve kar gibi arta kalanları alır. Say’a göre girişimciler; sağduyulu, azimli ve başarılı, deneyim eksikliğini zaman zaman bertaraf edebilerken yüksek kazanç sağlayan kişilerdir (Casson, 2003:58). 19.uncu yüzyıl başlarında ortaya çıkan Neo-Klasik dönemin iktisatçıları, girişimcinin, mevcut teknolojileri ve müşteri tercihlerini belirlemek için, maksimum faydayı hesaplaması gerektiğini ileri sürmüşlerdir (Glancey, 2000: 50). Girişimciliği tanımlayan diğer ekonomistler A. Marshall ve Frank H. Knight ’dır. . Marshall’a göre girişimci, yeni fikirler bulan ve sonuç olarak bunları geliştiren kişidir. Etkinlikten ziyade verimlilik için yenilik yapan anlamına gelir ve yenilikçidir (Sciascia, 2004:5). Knight’a göre ise, girişimci belirsizlik ortamı içinde neyin, ne zaman ve nasıl üretileceğine ilişkin süreçte karar verici konumunda olan ve kâr elde etme beklentisiyle bunun sorumluluğunu alan kişidir (Dinç, 2001:1).

20'nci yüzyılda Joseph Schumpeter girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini oluşturmuştur. Schumpeter'e göre girişimci, ekonomik gelişmeyi sağlayan ana temsilcidir. Schumpeter'e göre, girişimcinin işlevi, yenilik yaparak yeni ürünler piyasaya sunup, piyasaya giriş yapmaktır (Johnsson, 2005:3).

Bütün tanımların bütünüyle birlikte girişimcilik, bir kişinin, bağımsız olarak ya da bir örgütün içinde, bir fırsatı belirleme ve yeni bir değer yaratma ya da ekonomik başarı elde etmek için, bu fırsatın üzerine gitme motivasyonunu ve kapasitesini tanımlayan bir anlayıştır. Girişimci, mevcut bir pazara girmek ve bu pazarda rekabet etmek hatta pazarı değiştirmek ya da yeni bir pazar yaratmak için yaratıcılıktan ve yeniliklerden yararlanır (Yurtseven, 2001:14).

Girişim, iki türlü bakış açısı ile ele alınır. Birincide girişim kavramı; somut bir çerçevede, mal veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, üretim süreci sonucunda mal veya hizmetlerin ortaya konulduğu, ekonomik, teknik ve hukuki birimler olarak tanımlanmaktadır. İkinci yaklaşım ise; girişim kavramını soyut bir çerçevede ele almaktadır. Bu bakış açısıyla girişim, girişimcilerin bir işletme kurmak amacıyla ortaya koydukları çabaları ve katlandıkları zorlukları kapsamaktadır (Tutar vd., 2003: 161).

Girişimci bireyler, karşılaştığı sorunların, birden fazla çözümlerinin olabileceğini düşünen, hayal kurabilen, benzerlikler yerine farklılıkları tercih eden, belirsizlikleri göze alan, toplumsal kuralları zaman zaman göz ardı edebilen, pratik düşünebilen kişilerdir. Karşılaştıkları bir problemin pek çok nedenden kaynaklanabileceğinin farkındadırlar. Kendi yeteneklerinin farkına varıp, onları ifade edebildikleri gibi, başkalarının yeteneklerini de ortaya çıkarmalarını sağlayabilen, yaratıcı kişilerdir (Zimmerer, 1996: 56).

Girişimcilik bir süreç olarak düşünülürse, iki temel aşamaya sahip olduğu ileri sürülebilir. Bunlardan birincisi, girişimci adayının gerçekleştireceği iş üzerine karar verdiği iş fikrini bulma aşamasıdır. İkincisi, bulunan iş fikrinin hayata geçirilmesi aşamasıdır. Her iki aşamada çeşitli unsurların ön plana çıkması veya etkili olması söz konusudur. Örneğin, iş fikri bulma aşamasında yapılacak işin hayal edilmesi, araştırılması ve fayda-maliyetinin öngörülmesi söz konusu iken

gerçekleştirme aşamasında finansman önem kazanabilir. Bir girişimin başarısını o girişimi başlatmadan önceki fikir aşaması etkileyecektir. İşletmecilik literatüründe “fizibilite etüdü” veya “yapılabilirlik analizi” iş fikrinin nasıl gerçekleştirilebileceğini tespit etmeyi ve muhtemel başarı durumunu öngörmeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla, bir girişimin özünde her şeyden önce bir iş fikri yer almaktadır.

### **D) İŞ FİKRİ BULMA YÖNTEMLERİ**

Bir iş fikri bulmak girişimciliğin ilk adımıdır. İş fikri bulmayı analiz ederken, iş fikrinin kaynaklarının neler olduğu önem kazanmaktadır. İş fikrinin kaynakları; tüketiciler, mevcut işletmeler, dağıtım kanalları, devlet ve araştırma faaliyetleri olabilir. Tüm bu kaynaklardan yayılan bilgiler girişimci özelliklere sahip insanlara iş fikri sağlayabilir. İş fikrini seçerken kullanılacak yöntemler açısından genel olarak iki temel husus göz önünde bulundurulmalıdır. Bunlardan birincisi, yapmaktan hoşlanacağınız ve iyi yaptığınız bir işi yapmak. İkincisi, gerçekleştirmeyi düşündüğünüz iş fikrinin pazardaki bir ihtiyacı karşılayıp karşılamayacağını tespit etmektir (Kurtz ve Boone, 2007: 199). İlgili literatür incelendiğinde girişimcilerin ailenin etkisinde kalarak, fırsatlar kollayarak, taklit ederek, becerilerine yönelerek, pazar ve müşteri analizi yaparak, uzman ve tecrübeli kişilerle fikir alış verişi yaparak, yatay düşünme yöntemlerini kullanarak ve devlet teşviklerini takip ederek iş fikri tespit ettiklerini söyleyebiliriz. Bu yöntemleri aşağıdaki gibi kısaca açıklayabiliriz:

1. Ailenin Etkisi: İbicioğlu vd. (2009: 531) tarafından yapılan bir araştırma sonucuna göre ebeveynlerince girişimcilik doğrultusunda teşvik edilen çocuklar diğerlerine göre girişimci özelliklere daha fazla sahip durumdadırlar. Benzer şekilde, anne ya da babası işletme sahibi olan bireyler çocuk yaştan itibaren onların iş kurdukları alanlara aşına ve o alanlarda tecrübe sahibi olabilirler. Aynı zamanda, anne ve baba çocuklarını kendi iş alanlarından ayrılmama noktasında etkileyebilirler.
2. Fırsatçılık: Girişimciler çevrelerindeki karlı fırsatları kollarlar. Kabul edilebilir bir riske sahip iş fırsatı buldukları zaman bu iş fikirlerini test ederler ve sahip oldukları kaynakları bu iş fikri doğrultusunda kullanırlar (Jones, 2004:268).

3. Taklitçilik: Girişimcilik yazınında çoğunlukla, girişimcinin taklitçi değil öncü olabileceğini savunulmaktadır. Girişimci, yeni üretim teknikleri geliştirir, yeni ürün ve hizmetler ortaya koyar ve yeni işletmeler kurar (Jones, 2004: 268). Ancak, bazı ülkelerin ekonomik büyümeye ilişkin serüvenleri gösteriyor ki, taklit de önemli bir ekonomik gelişme unsuru durumundadır (Schmitz, 1989, 735). Kendi çevremizde, başka şehirlerde ve ülkelerde başarı elde etmiş girişimlere bakarak iş fikri edinilebilmektedir.
4. Becerilere Yönelmek: Birçok insan içgüdüsel bir şekilde sahip oldukları iş becerilerine dayalı bir iş kurmayı düşünürler. Mesela kaynakçılık, açıcılık, mühendislik gibi işler olabilir. Ancak başka birçok insanda da aynı becerilerin olması ve dolayısı ile karşı tarafta çok güçlü bir rekabet olması muhtemeldir. Buna karşı önlem alınmanın bir yolu, kendi işimize kendine has bir özellik vermektir.
5. Pazar Araştırması: Girişimcilikte başarı çoğu zaman tüketicilere bağılıdır. Dolayısıyla girişimci adaylarının bazıları seçtikleri iş fikrinin pazarda ilgi görmesini önemserler (Kurtz ve Boone, 2007: 200). Özellikle, daha önce işletmesi olan girişimciler yeni girişimler yapmak istedikleri zaman mevcut müşterilerinin istek ve beklentilerini karşılayacak alanda işletmeler kurabilirler.
6. Fikir Alışverişi Yapmak: Girişimci adayları, çevrelerinde iş hayatına atılmış ve başarılı olmuş ya da iş hayatıyla ilgili bilgilerine güvendikleri insanlarla fikir alışverişi yaparak bir işi yapmaya karar verebilirler.
7. Yatay Düşünme: Bu teknik, bizi meselelere değişik bir açıdan bakmak konusunda teşvik eder. Bunu bir örnekle açıklayabiliriz: Otuz yıl önce benzin istasyonlarında yakıt ve yağdan başka pek bir şey satılmıyordu. Bugün benzin istasyonlarında kömürden sandviçe her şey satılmaktadır. Sadece genel olarak insanların ihtiyaç ve istekleri hakkında düşünmek yerine, belli insan grupları hakkında düşünmek çok yararlı olabilir. İnsanları kendi aralarında gruplandırdıktan sonra onların muhtemel ihtiyaç, istek ve sorunlarının bazılarını belirleyebiliriz.
8. Devlet Yönlendirmesi: Günümüzde devlet, gerek Ar-Ge'ye dönük destekleri, gerek girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılması ve gerekse

girişimciliğe verdiği finansal desteklerle girişimciliği teşvik etmektedir (Shane, 2005: 1-2). Devlet, yeni bir ürün fikrinin bulunmasına iki şekilde yardımcı olmaktadır. Birincisi patent enstitülerinin kayıtlarıdır. İkincisi ise devlet düzenlemelerinin sonuçlarıdır. Ayrıca devlet tarafından sektörel anlamda verilen teşvikler de yeni girişimlere ve iş fikirlerine olanak sağlamaktadır. (TUGİDEM Girişimcilik Okulu Yayınları, 2005:1-3).

## II) KARAR VERME TARZLARI

Karar verme, çeşitli amaçlar, bunlara ulaştıracak yollar, araçlar ve imkânlar arasından seçim ve tercih yapmakla ilgili zihinsel, bedensel ve duygusal süreçlerin toplamıdır (EREN, 2009: 197). Karar alma ya da verme kavramı genellikle bir sorunun ya da diğer bir ifadeyle problemin varlığını bilme, o sorunun değişik çözüm yollarını araştırıp bulma, bu çözüm yollarının umulan sonuçlarını değerlendirme ve söz konusu değerlendirme sonucunu en olumlu çözümü seçme işlemi kapsamaktadır (Cemalcılar, 1975: 104). Karar verme ile ilgili yazın incelendiğinde, klasik karar verme modelinin karar vermenin rasyonel bir süreç olarak işletildiğinin ya da işletilmesi gerektiğinin iddia ettiği görülmektedir (Bkz. Bağırkan, 1983: 424-428; Yaralıoğlu, 2010: 2-5). Ancak, karar verme sürecinde rasyonelliği sınırlandıran birçok unsurun olduğunu göz ardı etmemek gerekmektedir. Verilen kararların hepsinin mantıklı olması söz konusu değildir. Karar verme sürecine bu bağlamda bakan davranışsal karar verme modeline göre, sorunlar tam olarak tanımlanamayabilir, çevresel belirsizlikler ve bilgi eksiklikleri söz konusudur ve tüm alternatifleri kestirmemiz zordur. Bu durumda karar verici, en iyi alternatifini değil en tatmin edici olanı tercih edebilir (Daft, 1998: 407-411; Hodgetts, 1997: 170; Shermerhorn, 2010: 162-165).

Shermerhorn (2010: 157)'a göre karar verme tarzı öncelikle kişinin düşünme tarzı ile ilişkilidir. Bazıları nizamlı düşünürken diğerleri sezgisel düşünebilmektedir. Nizamlı düşünenler, problemlere akılcı, adım adım ve analitik yaklaşmaktadırlar. Harekete geçmeden önce çok araştırma ve analiz yapmaktadırlar. Sezgisel düşünenler ise, problemlere spontane ve esnek yaklaşmaktadırlar. Tecrübelerine ve sezgilerine dayalı ve hızlı kararlar vermektedirler. Haren (Alıntılayan, Mau, 2000: 366)'e göre; akılcı, sezgisel ve bağımlı karar verme tarzları söz konusudur. Akılcı karar verme de,



tasarlayarak ve mantıksal; sezgisel karar verme de, hislere ve duygusal tatmine dayalı; bağımlı karar verme de ise, beklentilere ve diğerlerinin fikirlerine bakarak hareket edilmektedir.

Driver vd.'ne göre belirleyici, esnek, hiyerarşik, bütünlüycü ve sistemik olmak üzere beş karar verme tarzı söz konusudur. Belirleyici tarzda, minimum çözümlü sağlayan ilk alternatif hızla seçilmektedir. Esnek tarzda, farklı alternatiflere odaklanarak hızlı seçim yapılmaktadır. Hiyerarşik tarzda, tüm alternatifler ayrıntılı incelenmekte ve tek çözüm için çok bilgi kullanılmaktadır. Bütünlüycü tarzda, imkan dahilindeki birçok çözüm için birçok bilgi kullanılmaktadır. Sistemik tarzda ise, büyük resme bakarak hem çoklu hem de tekli alternatifler geliştirilmeye çalışılmaktadır (Alıntılıyan, Daft, 1998: 409).

### **III) ARAşTIRMANIN METODOLOJİSİ**

#### **A) Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kapsamı**

Girişimciliğin ve girişimcilerin pek çok ortak ve olması gereken özellikleri vardır. Ancak girişimcilerin her biri farklı bireylerdir. Dolayısıyla, her ferdin farklı kişilik özellikleri olduğu gibi girişimcilerin de farklı özellikleri vardır.

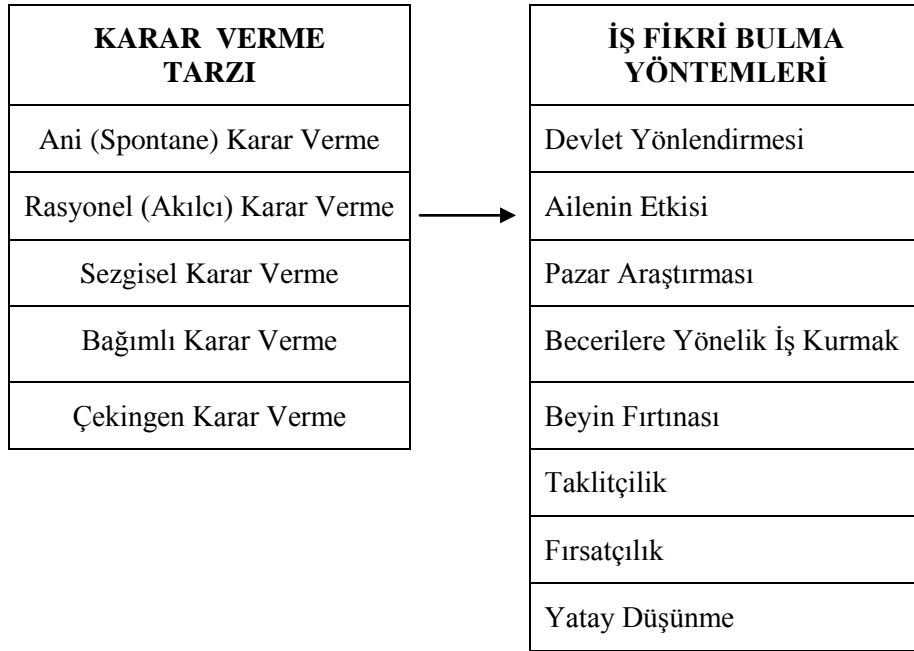
Bu farklı özelliklerin içine girişimcilerin karar verme tarzları da girmektedir. Kendi yeteneklerinin farkında olmadan, detaylıca düşünülmeden, yeterli araştırma yapılmadan girişilen işlerin başarısızlıkla sonuçlanması, yalnızca girişimcilerin emek ve sermayelerinin ziyan olmasına değil, başka amaçlar için kullanılabilir kaynakların da boşa gitmesine neden olmaktadır. Bu kadar önem arz eden bir konu hakkında, bugüne kadar yapılmış çok az çalışma vardır. Bu çalışmada, karar verme tarzlarının iş fikri bulma yöntemleri üzerinde nasıl etki yaptığı incelenmiştir.

Bu inceleme gerçekleştirilirken esasen girişimcilik literatürü açısından küçük de olsa bir katkı daha yapılması söz konusudur. O da belirli bir örneklem dahilinde son dönem girişimcilerimizin iş fikri bulurken kullandıkları yöntemleri tespit etmektir.

Ayrıca, girişimcilikle ilgili eğitim alanına da katkı sağlanacağı düşünülebilir. Çünkü, hem karar verme tarzı hem de girişimcilik öğretileridir. Bu alanda eğitim veren insanların belirli bir örneklem üzerinde de olsa, ülkemiz girişimcilerinin girişimcilik sürecindeki tercihlerini ve eksikliklerini görmesi mümkün olmaktadır.

### B) Araştırmanın Modeli

Araştırmamızda karar verme tarzları ile iş fikri bulma yöntemleri arasında bir ilişki olup olmadığını test etmek amacıyla aşağıdaki araştırma modeli üzerinden hareket edilmiştir;



Ha: Karar verme tarzının, iş fikri bulma yöntemi üzerinde etkisi vardır.

### C) Örneklem ve Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma örnekleme, daha önce “İş fikri Bulma Yöntemleri: Isparta Girişimcileri üzerinde Bir Araştırma” isimli çalışmamızda kullandığımız yöntemle aynıdır. Öncelikle Ticaret ve Sanayi Odalarından son kurulan işletmelerle ilgili girişimcinin adı ve adresinin de bulunduğu listeler

alınmıştır. Isparta ve Burdur'da Ticaret ve Sanayi Odaları ile iletişime geçerek bilgilerine ulaştığımız, her iki şehirde de 20 Kasım 2009 tarihi itibarıyla son kurulmuş 150'şer işletme oluşturmaktadır. 25 Kasım 2009 ile 15 Mart 2010 tarihleri arasında ilgili işletmelerin kurucuları olan girişimcilerden Isparta'da anket yapmayı kabul eden 100 girişimci ve Burdur'da da 50 girişimci olmak üzere toplamda 150 girişimciyle yüzyüze görüşülerek sorular yöneltmiştir.

Uygulanan anket, iki ölçekten ve demografik sorularla birlikte üç bölümden oluşmaktadır. Birinci ölçekte girişimcilerin bu güne kadar yaptıkları tüm girişimlerde hangi iş fikri bulma yöntemini kullandıklarını tespit üzere hazırlanan 30 soru bulunmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin yanıtları için beş aralıklı likert tipi metrik ifade kullanılmıştır. Yanıtlar için "1-Hiçbir zaman, 2-Çok az, 3-Ara sıra, 4-Sıklıkla, 5-Sürekli" şeklinde beş seçenek bulunmaktadır. Bu ölçek, iş fikri bulma yöntemleri ölçeği (İBYÖ) olarak isimlendirilebilir. İBYÖ, ilgili literatüründe yardımıyla geliştirilmiştir. Araştırma sonucunda yapılan faktör ve güvenilirlik analizleri sonucunda ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. İkinci ölçek karar verme tarzı ölçeği (KVTÖ) olarak isimlendirilebilir. Girişimcilerin karar verme tarzlarının tespiti için sorulan 25 soru bulunmaktadır. Bu ölçekte de soruların yanıtları için beş aralıklı likert tipi metrik ifade kullanılmıştır. Likert ölçeği "1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde oluşturulmuştur. Ölçek, David P. Spicer ve Eugene Sadler-Smith'in "An examination of the general decision making style questionnaire in two UK samples" adlı makalesi kullanılmış olan ölçekten çevrilerek alınmıştır. Araştırmanın üçüncü bölümü 7 demografik sorudan oluşmuştur ve girişimcilerden cinsiyet, medeni hal, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, sahip olunan işletme sayısı ve gelir düzeyleri hakkında bilgi vermeleri istenmiştir.

#### **D) Araştırmanın Bulguları**

##### **I) Girişimcilerin Demografik Özellikleri**

Araştırmamıza katılan 150 girişimcinin %16.7 ile 25'i bayan, %81.3 ile 122'si erkektir. Araştırmamıza katılan 3 girişimci cinsiyetini belirtmemiştir.

Araştırmamıza katılan girişimcilerin %5.3 ile 8'i 24 yaşın altında olduklarını ifade etmişlerdir. Yoğunluk ise %63.3'e tekabül eden 95 kişi ile 24-40 yaşları arasındadır. %29.3 oranla 44 kişi 41-60 yaşları arasında iken 61 ve üzeri yaşta olan yalnızca 3 girişimci bulunmaktadır.

Araştırmamıza katılan 150 girişimcinin %23.3 ile 35'i orta öğretim mezunudur. %38 oranla 57 lise mezunu bulunmaktadır ve yoğunluğu bu bölüm oluşturmaktadır. 27 ve 29 kişiyle önlisans ve lisans mezunları birbirine sayıca çok yakınken lisansüstü eğitim alarak girişimciliği tercih eden 2 kişi bulunmaktadır.

Araştırmamıza katılan 150 girişimcinin yoğunluklu faaliyet gösterdiği alan %64.7 oran ve 97 kişi ile hizmet sektörüdür. Bunu %20 oran ve 30 kişi ile imalat sektörü takip etmektedir. Turizm sektöründe ise %14.7 ile 22 kişi bulunmaktadır. En az bölümü 1 kişi ile bilgi ve iletişim sektörü oluşturmaktadır.

Araştırmamıza katılan 150 girişimcinin gelir düzeyleri şöyledir; 18 kişinin 1000 TL'den az geliri vardır. Yoğunluk ise 89 kişi ile 1000-2500 TL arasında toplanmıştır. 2500-5000 TL arası geliri olan 35 kişi varken, en az kısmı 8 kişi ile 5000 ve üzeri geliri olanlar oluşturmaktadır.

Araştırmamıza katılan 150 girişimcinin 43'ü bekar ve 104'ü evlidir. 3 kişi ise medeni halini belirtmemiştir.

Araştırmamıza katılan 150 girişimcinin 109'unun 1 işletmesi varken, 23'ünün 2 ve 18'inin 3 işletmesi bulunmaktadır.

## II) Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

**Tablo: 1**  
**İBYÖ Faktör Analizleri Sonuçlarına İlişkin Bulgular**

<b>Faktör Boyutları</b>	<b>Ölçek Maddeleri</b>	
<b>Devlet Yönlendirmesi</b>	Araştırma laboratuvarlarının sonuçlarını araştırarak iş fikri bulmak	<b>0,809</b>
	Devlet kurumlarının verdiği teşvikleri değerlendirerek iş fikri bulmak	<b>0,788</b>
	Hükümetin Teşvikle İlgili yasalarını takip ederek o alanlarda iş kurmak	<b>0,783</b>
	Patent enstitüsü kayıtlarını tarayarak iş fikri bulmak	<b>0,689</b>
<b>Ailenin Etkisi</b>	Aile büyüklerinin kurduğu işletmeyi devam ettirmek	<b>0,839</b>
	Aile büyüklerinin iş kurduğu alanlardan ayrılmamaya özen göstermek	<b>0,769</b>
	Aile büyüklerinden öğrenilen yöntemlere dayalı işletme kurmak	<b>0,711</b>
	Küçük yaştan itibaren içinde bulunulan ve bilgi sahibi olunan alanla ilgili iş kurmak	<b>0,618</b>
<b>Pazar Araştırması</b>	Daha önceki müşterilerin beklenti ve isteklerini karşılayacak yeni işletme kurmak	<b>0,696</b>
	Daha önceki zamanlarda ürün satılan müşterilerin görüşlerini öğrenerek iş kurmak	<b>0,548</b>
<b>Becerilere Yönelik İş Kurmak</b>	Çocukluktan itibaren beceri sahibi olunan alanlarda işletme kurmak	<b>0,794</b>
	Elin yatkın olduğu, beceri sahibi olunan işlere dönük işletme kurmak	<b>0,762</b>
	Aile büyüklerinin beceriklisin dediği alanlarda iş kurmak	<b>0,638</b>
<b>Beyin Fırtınası</b>	Fikirlerine güvenilen insanlarla fikir alışverişi yaparak iş kurmaya karar vermek	<b>0,754</b>
	Piyasa tecrübesine güvenilen insanlarla fikir alışverişi yaparak iş kurmaya karar vermek	<b>0,715</b>

**Tablo: 1 (devam)**  
**İBYÖ Faktör Analizleri Sonuçlarına İlişkin Bulgular**

<b>Taklitçilik</b>	Daha önce kurulmuş işletmelerin biraz değiştirilmiş şeklini hayata geçirmek	<b>0,812</b>
	Kazançlı işleri takip ederek benzerlerini yapmak	<b>0,762</b>
<b>Fırsatçılık</b>	Yaşanılan yerlerde olmayan, başka şehirlerde görülen işleri yapmak	<b>0,748</b>
	Çevrede meydana gelen iş fırsatlarını takip etmek	<b>0,760</b>
<b>Yatay Düşünme</b>	Yapılan bir işin nasıl farklı yapılacağını düşünerek iş fikri bulmak	<b>0,667</b>
	Çok müşterisi olan ama bulunması zor olan ürünleri üretecek alanları takip etmek	<b>0,660</b>
	Bir işin nasıl yapılacağını değil nasıl yapılmayacağını düşünerek iş kurmak	<b>0,555</b>

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğinin test edilmesi için faktör analizi kullanılmıştır. Girişimcilerin, iş fikri bulma yöntemleri değişkenlerine ait verilere uygulanan temel bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri, 697) göstermiştir. İş fikri bulma yöntemlerine ait verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen Barlett testi sonucu anlamlıdır (1200,640;  $p < 0,01$ ). Faktör analizi sonucunda elde edilen yapıya bağlı kalarak boyutlara ilişkin Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları hesaplanmıştır. İş fikri bulma yöntemleri ölçeği için (,711) sonucu elde edilmiştir. Güvenirlik 0,60'in üzerinde olduğu için boyut hakkında oldukça güvenilir yorumu yapılabilmektedir.

Birinci faktör altında toplanan maddeler (yukarıdaki Tablo: 1'e bakınız), girişimcilerin devlet yönlendirmesi ile iş kurmasına yönelik olduğu için birinci faktör devlet yönlendirmesi olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör altında toplanan maddeler, girişimcilerin iş kurma yöntemleri üzerinde ailenin etkisini ortaya koyduğu için ikinci faktör ailenin etkisi olarak isimlendirilmiştir. Üçüncü faktör olan pazar araştırmasının bu ismi alması ise, bu faktörün girişimcilerin iş kurarken kullandıkları pazar analizlerine yönelik olması nedeniyle olmuştur. Dördüncü faktörün altında toplanan maddeler, girişimcilerin iş kurarken kendi becerilerini ortaya koyduğunu gösterdiği için bu faktör becerilere yönelik ismini almıştır. Beşinci faktör

olan beyin fırtınası, altında topladığı maddelerin, bilerek ya da bilmeyerek girişimcilerin kullandığı beyin fırtınası ve fikir alışverişi yöntemi ile iş fikri bulmasına yönelik olmasından dolayı bu ismi almıştır. Altıcı faktör altında toplanan iki madde ise, girişimcilerin yaygın olarak kullanılan bir yöntem olan daha önce kurulmuş işlerin benzerlerini yaptığının bir göstergesi olduğu için bu faktör taklitçilik ismini almıştır. Yedinci faktör olarak belirlenen fırsatçılık faktörü, altında topladığı maddelerle birlikte girişimcilerin çeşitli işlere yönelik fırsatları takip ederek, bunları kullanmasıyla iş kurmalarına yönelik olduğu için bu şekilde adlandırılmıştır. Sekizinci ve son faktör altında toplanan maddeler, girişimcilerin yaratıcı ve değişik fikirlerine yönelik iş kurmasına yönelik olmasından dolayı, yatay düşünme ismini almıştır. Faktör yükleri düşük olan diğer maddeler, ölçeklerin kapsamından çıkarılmıştır.

**Tablo: 2**  
**KVTÖ Faktör Analizleri Sonuçlarına İlişkin Bulgular**

<b>Faktör Boyutları</b>	<b>Ölçek Maddeleri</b>	
<b>Ani (Spontane) Karar Verme</b>	Genel olarak hazırlıksız, düşünmeden karar veririm	<b>0,768</b>
	Sık sık düşüncesizce kararlar veririm	<b>0,803</b>
	Genel olarak ani karar veririm	<b>0,700</b>
<b>Rasyonel (Akılcı) Karar Verme</b>	Mantıklı ve sistematik bir yol içerisinde karar veririm	<b>0,780</b>
	Karar vermeden önce durumların doğruluğundan emin olmak için bilgi kaynaklarını iki kere kontrol	<b>0,684</b>
	Karar vermem, dikkatli ve detaylıca düşünmemi gerektirir	<b>0,726</b>
<b>Sezgisel Karar Verme</b>	Genellikle önemli kararları tam zamanında veririm	<b>0,617</b>
	Karar verirken kararımın doğru olduğunu hissetmem, kararımın mantıklı olmasından daha önemlidir	<b>0,734</b>
<b>Bağımlı Karar Verme</b>	Diğer insanlardan destek gördüğüm zaman önemli kararları vermem daha kolay olur	<b>0,725</b>
	Önemli kararlar verirken sık sık diğer insanların yardımına ihtiyaç duyarım	<b>0,681</b>
	Önemli kararlarla karşılaştığımda birisinin beni doğru yöne yöneltmesinden hoşlanırım	<b>0,616</b>
<b>Çekingen Karar Verme</b>	Sık sık önemli kararları vermeyi ertelerim	<b>0,819</b>
	Eğer mümkün ise karar vermeyi bir sonraki zamana bırakırım	<b>0,769</b>

Araştırmada kullanılan ikinci ölçek olan karar verme tarzı ölçeğinin de yapısal geçerliliğinin test edilmesi için faktör analizi kullanılmıştır. Girişimcilerin, karar verme tarzları değişkenlerine ait verilere uygulanan temel bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri ,652) göstermiştir. Karar verme tarzlarına ait verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen Barlett testi sonucu anlamlıdır (548,838;  $p < 0,01$ ). Faktör analizi sonucunda elde edilen yapıya bağlı kalarak boyutlara ilişkin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Karar verme tarzları ölçeği için (,667) sonucu elde edilmiştir. Güvenirlilik 0,60'in üzerinde olduğu için boyut hakkında oldukça güvenilir yorumu yapılabilir.

Karar verme tarzlarına ilişkin ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda, birinci ölçek altında toplanan maddeler, girişimcilerin ani karar verme tarzına yönelik olmasından dolayı, ölçek bu şekilde adlandırılmıştır. İkinci ölçek altında toplanan üç madde ise, bu ölçeğin akılcı karar verme tarzına yönelik olduğunu göstermektedir. Üçüncü ölçek olan sezgisel karar verme, ölçek altında toplanan maddelerin, girişimcilerin sezgisel karar vermesine yönelik olmasından dolayı bu şekilde isimlendirilmiştir. Dördüncü ölçek altında toplanan maddeler, girişimcilerin bağımlı karar verme tarzına yönelik maddelerdir. Beşinci ölçek altında toplanan maddeler ise, girişimcilerin çekingen karar verdiğini göstermesinden dolayı bu şekilde adlandırılmıştır.



### III) İlişki Analizlerine İlişkin Bulgular

**Tablo: 3**  
**İBYÖ Faktör Analizi ile KVTÖ Faktör Analizi Sonuçları Arasındaki**  
**Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Akılıcı	Ani	Sezgisel	Bağımlı	Çekingen
<b>Devlet</b>	0,011	<b>0,189*</b>	-0,065	0,003	-0,022
	0,890	0,021	0,430	0,970	0,785
	150	150	150	150	150
<b>Aile</b>	0,016	-0,010	<b>0,275**</b>	<b>0,181*</b>	-0,040
	0,844	0,905	0,001	0,027	0,631
	150	150	150	150	150
<b>Pazar</b>	<b>0,205*</b>	0,093	0,086	0,072	0,067
	0,012	0,257	0,294	0,379	0,418
	150	150	150	150	150
<b>Beceri</b>	<b>0,166*</b>	-0,002	<b>0,188*</b>	0,158	0,033
	0,043	0,979	0,021	0,054	0,685
	150	150	150	150	150

Tablo: 3'deki bulgulara göre, girişimcilerin ani karar verme tarzına sahip olmaları ile devlet yönlendirmesiyle iş kurmaları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki ( $r=0,189$ ,  $p<0,01$ ) bulunmaktadır. Yine sezgisel karar verme tarzına sahip olmaları( $r=0,275$ ,  $p<0,01$ ) ve bağımlı karar verme tarzına sahip olmaları ( $r=0,181$ ,  $p<0,01$ ) da, ailenin etkisinde kalarak iş kurma ile pozitif yönde ilişkilendirilmiştir. Akılcı karar verme tarzına sahip olma ile pazar araştırmasına yönelik iş kurma fikri arasında da pozitif yönde bir ilişki ( $r=0,205$ ,  $p<0,01$ ) olduğu da tabloda görülmektedir. Son olarak da akılcı karar verme tarzına ( $r=0,166$ ,  $p<0,01$ ) ve sezgisel karar verme tarzına ( $r=0,188$ ,  $p<0,01$ ) sahip olunmasıyla becerilere yönelik iş kurma arasında pozitif yönlü bir ilişki kurulmuştur.

**IV) Tutum Farklılıklarını Ortaya Çıkaran Analizlere İlişkin Bulgular**

**Tablo: 4**  
**İş Fikri Bulma Yöntemleri Açısından Bayan-Erkek Girişimcilerin Arasındaki Tutum Farklılıklarını Gösteren Bağımsız T Testi**

İş Fikri Bulma Yöntemleri		Varyansların Homojenliği ile İlgili Levene Testi		Ortalamaların Homojenliği ile İlgili t - Testi			
		F – ist.	Anlamlılık Düzeyi	t – ist.	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (2- kuyruklu)	Ort. Farklılık
<b>Ailenin Etkisi</b>	Homojen	0,282	0,596	0,972	145	<b>0,333</b>	0,21169
	Homojen Değil			0,883	31,774	<b>0,384</b>	0,21169
<b>Fırsatçılık</b>	Homojen	3,188	0,076	0,16	145	<b>0,987</b>	0,00306
	Homojen Değil			0,20	44,827	<b>0,984</b>	0,00306
<b>Taklitçilik</b>	Homojen	0,937	0,335	0,636	145	<b>0,526</b>	0,14803
	Homojen Değil			0,663	36,084	<b>0,511</b>	0,14803
<b>Becerilere Yönelik</b>	Homojen	0,228	0,633	-0,485	145	<b>628</b>	-
	Homojen Değil			0,473	33,738	<b>0,639</b>	-
<b>Pazar Araştırması</b>	Homojen	0,919	0,339	-0,459	145	<b>0,647</b>	-10,951
	Homojen Değil			-0,505	38,364	<b>0,616</b>	-
<b>Beyin Fırtınası</b>	Homojen	0,004	0,952	-0,554	145	<b>0,580</b>	-
	Homojen Değil			-0,570	35,563	<b>0,572</b>	-
<b>Yatay düşünme</b>	Homojen	0,884	0,349	-0,244	145	<b>0,808</b>	-
	Homojen Değil			-0,258	36,673	<b>0,798</b>	-
<b>Devlet Yönlendirme</b>	Homojen	0,643	0,424	-1,224	145	<b>0,223</b>	-
	Homojen Değil			-1,158	32,857	<b>0,255</b>	-

Yapılan araştırmada cinsiyet faktörünün iş fikri bulma yöntemleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmaya katılan girişimcilerin iş fikri bulma yöntemleri açısından eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediği t-testi yapılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, erkek ve bayan girişimcilerin iş fikri bulma yöntemleri eğilimleri açısından  $p < 0,5$  düzeyinde anlamlı farklılık bulunamamıştır.

**Tablo: 5**  
**İş Fikri Bulma Yöntemleri Açısından Girişimcilerin Yaş Gruplarına Göre Tutum Farklılıklarını Gösteren Anova Testi**

İş Fikri Bulma Yöntem -leri	Varyans Kaynağı	Kareler Top.	Serbestlik Der.	Kareler Ort.	F – ist.	Anl. Düzeyi	Fa rk
Yatay Düşün me	Grup İçi	0,10904	3	3,635	5,162	0,002	1-4
	Gruplar Arası	102,815	146	0,704			
	Toplam	113,719	149				
Devlet Yönlendirmesi	Grup İçi	11,603	3	3,868	3,803	0,012	1-4
	Gruplar Arası	148,484	146	1,017			
	Toplam	160,087	149				

Tablo: 5’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların yaş gruplarına göre iş fikri bulma yöntemleri eğilimi farklılık göstermektedir. Bulgulara göre, 24 yaş ve altı girişimciler (1), 61 yaş ve üzeri girişimcilere (4) göre yatay düşünmeye dayalı iş fikri bulma eğilimi ( $F=5,162$ ;  $p=0,02$ ) göstermeye daha yatkındır. Aynı şekilde, devlet yönlendirmesine dayalı iş fikri bulma eğilimine ( $F=3,803$ ;  $p=0,012$ ), 24 yaş ve altı girişimciler (1), 61 yaş ve üzeri girişimcilere (4) göre daha yatkındır. Diğer iş fikri bulma eğilimleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

**Tablo: 6**  
**İş Fikri Bulma Yöntemleri Açısından Girişimcilerin Eğitim Seviyelerine Göre Tutum Farklılıklarını Gösteren Anova Testi**

İş Fikri Bulma Yöntemleri	Varyans Kaynağı	Kareler Top.	Serbestlik Der.	Kareler Ort.	F – ist.	Anl. Düzeyi	Fark
Yatay düşünme	Grup İçi	8,378	4	2,095	2,883	0,025	3-1
	Gruplar Arası	105,341	145	0,726			
	Toplam	113,719	149				
Devlet Yönlendirilmesi	Grup İçi	2,211	4	0,553	0,508	,730	-
	Gruplar Arası	157,876	145	1,089			
	Toplam	160,087	149				

Tablo: 6’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların eğitim durumlarına göre iş fikri bulma yöntemleri eğilimi farklılık göstermektedir. Bulgulara göre, lisans mezunu girişimciler(3), ortaöğretim mezunu girişimcilere (1) göre yatay düşünmeye dayalı iş fikri bulma eğilimi ( $F=2,883$ ;  $p=0,025$ ) göstermeye daha yatkındır.

## **SONUÇ**

İnsan, sınırsız ihtiyaçları olan bir varlıktır, bu sınırsız ihtiyaçlar dünyadaki kıt kaynaklarla sağlanmaya çalışılmaktadır ve bunun sağlanması girişimciler sayesinde olmaktadır. Yapılan bir girişimin başarısız olması, yalnızca emek ve sermayenin boşa gitmesine değil, bu kıt kaynaklardan elde edilen üretim faktörlerinin de bir araya gelemenden ve insan ihtiyaçlarını karşılayamadan boşa gitmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, bir girişime başlanmadan önce, o girişimle ilgili detaylıca düşünülmesi, araştırma yapılması ve sonrasında girişime karar verilmesi, girişimciliğin, yapı taşlarını oluşturduğu ekonomi açısından önemlidir.

Karar verme tarzları kişiden kişiye farklılık gösterdiği gibi, karar verme tarzı, hayatın her alanında alınan kararları birebir etkilemektedir. Örneğin bazı insanlar karar verirken kimsenin onlara karışmasından hoşlanmazken, bazıları da, başkalarından bağımsız tek başına karar verememektedirler. İşte bu ve bunun gibi farklılıklar, alınan diğer kararlar gibi, girişimci kişilerde, girişime başlanmadan önceki ilk adım olan iş fikri bulma yöntemlerinin karar aşamasında da etkili rol oynamaktadır. İş fikri bulma yöntemi, bulunan iş fikrinin nasıl şekilleneceğini belirleyen en etkili etmendir.

İş fikri bulma yöntemleri ölçeği ve karar verme tarzları ölçeği faktör analizleri sonuçları arasındaki korelasyon analizi sonucunda, ani karar verme tarzına sahip olan girişimcilerin, devlet yönlendirmesiyle iş kurdukları, ailenin etkisinde kalarak iş kuranların, sezgisel karar verme ve bağımlı karar verme tarzına sahip olduklarını, akılcı karar verme tarzına sahip olanların pazar araştırmasına yönelik iş kurdukları, akılcı karar verme tarzına ve sezgisel karar verme tarzına sahip olanların da becerilerine yönelik iş kurdukları şeklinde ortaya çıkan anlamlı sonuçlar kurduğumuz hipotezi destekler niteliktedir.

Bu alışma karar verme tarzlarının iş fikri bulma yöntemleri üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Gelecek çalışmalarda, kadın veya erkek girişimciler üzerinde, ya da sektörel boyutta farklılıkların gözetilmesi amacıyla tekrarlanması, kültürel boyutta incelenmesi, çalışmamız sonucunda ortaya çıkan bulguların geliştirilmesini sağlayacak ve hakkında literatürde çok az çalışma bulunan bu konu hakkında literatürün gelişmesine katkıda bulunacaktır.

### KAYNAKÇA

- BAĞIRKAN, Şemseddin (1983), *Karar Verme*, Der Yayınları, İstanbul.
- CASSON, Mark (2003), *The Entrepreneur An Economic Theory*, Edward Elgar Publishing, Second Edition, Cheltenham, U.K.
- CEMALCILAR, İ., D. BAYAR, İ. AŞKUN, Ş. ÖZALP (1975), *İşletmecilik Bilgisi*, 2. Baskı, Eskişehir İİBA Yayın No: 122, Kalite Matbaası, Ankara.
- KURTZ David L. ve Louis E. Bone (2007), *Contemporary Business*, South Western, Mason.
- DAFT, Richard (1998), *Organization Theory and Design*, Sixth Edition, South-Western College Publishing, Ohio.
- DINÇ, Ayhan (2001), *İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar*, İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, No: 23-24.
- DÖM, Serpil (2008), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- EREN, Erol (2009), *Yönetim ve Organizasyon (Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar)*, 9. Baskı, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- GLANCEY, K. S. (May 2000), *Entrepreneurial Economics*, NewYork USA, Palgrave Macmillan.
- İBICIOĞLU Hasan, Kürşat Özdaşlı ve Ali M. Alparslan (2009), “*Girişimci Özellikler ve Girişimcilik Türü Tercih Üzerinde Ebeveyn Etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması*”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt 12, Sayı 1-2.
- HAMILTON, R.T., D.A.Harper (1995), *The Entrepreneur in Theory and Practice*, Journal of Economic Studies.
- HODGETTS, Richard M. (1997), *Yönetim (Teori, Süreç ve Uygulama)*, 5. Basımdan Çeviri, (Çev. Canan Çetin ve Esin Can Mutlu), Der Yayınları, İstanbul.
- SCHMITZ, James A. (1989), “Imitation, Entrepreneurship and Long-Run Growth”, Journal of Political Economy, Vol. 97, No. 3.
- JOHNSON, R. C. B.( January 2, 2005), *Entrepreneurship and Self-Finance*, Sweden
- TREFOR, Jones (2004), *Business Economics and Managerial Decision Making*, John Wiley&Sons.
- MAU, Wei-Cheng (2000), “Cultural Differences in Career Decision-Making Styles and Self-Efficacy”, Journal of Vocational Behavior, 57
- MÜFTÜOĞLU, Tamer, Yılmaz Ürper, Mehmet Basar, Tuğberk Tosunoğlu (2004), *Girişimcilik*, 1. Baskı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir .
- SCIASCIA, S. and R. De Vita (2004), *The Development of Entrepreneurship Research*, Liuc Papers, Serie Economia Aziendale 19.

*Girişimcilerimizin İş Fikri Bulma Yöntemleri ve İş Fikri Bulma Yöntemlerinin / 141  
Karar Verme Tarzları ile İlişkisi: Isparta-Burdur Girişimcileri Üzerinde  
Bir Araştırma*

- SHANE Scott (2005), “Introduction”, *Economic Development Through Entrepreneurship*, Ed. Scott Shane, Edward Elgar Publishing Ltd., Glos.
- SHERMERHORN, John R. (2010), *Introduction to Management*, Tenth Edition, John Wiley & Sons, Asia
- TUGIDEM (2005), *Bir İş Fikri Bulmak ve Test Etmek*, Tugidem Girişimcilik Okulu Yayınları.
- TUTAR, Hasan. ve Orhan Küçük (2003), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- YARALIOĞLU, Kaan (2010), *Karar Verme Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- YURTSEVEN, Hüseyin Rıdvan (2001), *Yaratıcı Yönetim*, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- ZIMMERER, T. W., N. M. Scarborough (1996), *Entrepreneurship and New Venture Formation*, New Jersey: Prentice Hall.

