



Atf: Tatar-Aslan, S. ve Oğrak, A. (2023). Firmaların girişimsel yönelimlerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi: Van organize sanayi bölgesi üzerine bir araştırma. *Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11, 36-49

Citation: Tatar-Aslan, S. and Oğrak, A. (2023). Investigation of entrepreneurial orientations of firms according to various variables: A research on van organized industrial zone. *Vankulu Journal of Social Studies*, 11, 36-49

Araştırma Makalesi / Research Article

Suna TATAR ASLAN*

Abdullah OĞRAK**

* Doktora Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Van/Türkiye.

Phd Student, Van Yüzüncü Yıl University, Social Sciences Institute, Department of Business Administration, Van/Turkey.

sunatr@gmail.com / ORCID: 0000-0003-2239-666X

** Doç. Dr., Bursa Teknik Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü, Bursa/Türkiye.

Assoc. Prof. Dr., Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration, Bursa/Turkey. abdullah.ograk@btu.edu.tr / ORCID: 0000-0003-4331-8652

Firmaların Girişimsel Yönelimlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Van Organize Sanayi Bölgesi Üzerine Bir Araştırma*

Investigation of Entrepreneurial Orientations of Firms According to Various Variables: A Research on Van Organized Industrial Zone

Öz

Bu araştırmanın amacı firmaların girişimsel yönelimlerini çeşitli değişkenlere göre incelemektir. Araştırmanın örneklemini 2019 yılında Van ili organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren firmalardaki 302 işgören oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Efe (2015) tarafından geliştirilen "Girişimsel Yönelim Ölçeği" kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde betimsel istatistikler, bağımsız gruplar için t-testi, ANOVA testi ve Scheffe testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların çalıştıkları firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. İşletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre inşaat ve tekstil alanlarında faaliyet gösteren firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin diğer firmalardan daha iyi düzeyde olduğu; firmadaki çalışan sayısına göre çalışan sayısı 21-40 arası olan firmaların en yüksek, çalışan sayısı 20 ve altında olan firmaların ise en düşük girişimsel yönelime sahip olduğu belirlenmiştir. İşletmenin yaşına göre incelendiğinde, yaşı daha düşük olan firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin daha iyi olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların eğitim düzeyine göre görüşleri incelendiğinde, ortaöğretim ve yükseköğretim mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksek ortalamalara sahip olduğu; çalışanların firmadaki deneyimine göre bakıldığında ise 11 yıl ve üzeri deneyime sahip çalışanların firmalarının girişimsel yönelimleri ile ilgili daha olumsuz görüşlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, girişimsel yönelim, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik, özerklik.

Abstract

The aim of this research is to examine the entrepreneurial orientation of enterprises according to various variables. The sample of the research consists of 302 employees in companies operating in the Van organized industrial zone in 2019. The "Entrepreneurial Orientation Scale" developed by Efe (2015) was used as a data collection tool in the research. In the data analysis, descriptive statistics, independent samples t-test, ANOVA and Scheffe test were used. As a result of the research, it was determined that the views of the participants on the entrepreneurial orientation of the companies do not differ according to gender. According to the sector in which the business operates, the entrepreneurial orientation characteristics of the companies operating in the fields of construction and textile are better than other companies. According to the number of employees in the enterprise, it has been determined that the companies with 21-40 employees have the highest entrepreneurial orientation, while the companies with 20 or fewer employees have the lowest entrepreneurial orientation. When analyzed according to the age of the enterprise, it has been revealed that the entrepreneurial orientation of the enterprises with a lower operating age is better. When the views of the participants according to their education level are examined, it is seen that secondary and higher education graduates have significantly higher means than primary education graduates, and when looking at the experience of the employees in the business, it has been determined that the employees with 11 years or more experience have more negative opinions about the entrepreneurial orientation of their companies.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial orientation, innovation, risk taking, proactivity, autonomy.

Giriş

Girişimcilik, ekonomik refahı arttırma, istihdam sağlama ve yoksulluğu azaltma noktasında önemli katkıları olan (Herrington vd., 2010, s. 11) bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar bireysel olarak bir işletmecinin girişimciliği önemli olsa da, faaliyet gösteren firmaların da girişimciliği teşvik etmesi gerekmektedir. Bu noktada firmalardaki girişimcilik faaliyetlerini vurgulamak için “iç girişimcilik (intrapreneurship)” (Carrier, 1994; Hill, 1987; Hisrich, 1986; Morse, 1986; Nielsen, Peters ve Hisrich, 1985), “kurumsal girişimcilik (corporate entrepreneurship)” (Burgelman, 1983; Guth ve Ginsberg, 1990; Zahra, 1991, 1993), “kurum içi girişimcilik (internal corporate entrepreneurship)” (Schollhammer, 1981; Shils ve Zucker, 1979) ve bu çalışmada kullanılan “girişimsel yönelim (entrepreneurial orientation)” (Lumpkin ve Dess, 1996; Miles ve Arnold, 1991; Smart ve Conant, 1994) kavramları karşımıza çıkmaktadır.

Girişimsel yönelim, firmaların piyasa gereksinimlerini karşılamak için yenilikler yapması, risk alması, proaktif olması ve iş ortamında fırsatları değerlendirmesi olarak ifade edilmektedir (Huang ve Wang, 2011, s. 567). Girişimsel yönelim, girişimcilik kararları ve eylemleri için bir temel sağlayan politika ve uygulamaları temsil etmektedir. Bu nedenle, girişimsel yönelim, firmaların kurumsal amaçlarını hayata geçirmek, vizyonunu sürdürmek ve rekabet avantajı yaratmak için kullandıkları strateji oluşturma süreçleri olarak görülebilir (Rauch vd., 2009, s. 763). Günümüzün rekabetçi ortamında firmaların hedeflerine ulaşabilmeleri için girişimsel yönelim özelliklerini geliştirmeleri gerekmektedir. Özellikle son yıllarda boyutları ile ilgili tartışmalar olmakla birlikte, girişimsel yönelim kavramının birçok araştırmacının dikkatini çektiği görülmektedir. Bu yüksek düzeydeki ilginin en temel nedeni ise girişimciliğin ekonomi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu etkiyi girişimcilerin yaptığı işlerin sayısı ile görmek mümkündür. Girişimsel yönelim bir ülkede istihdam yaratma ve ülkenin ekonomisini güçlendirme noktasında da önemli bir yere sahiptir. Yeni girişimler iş olanaklarının oluşturulması, zenginleşme ve rekabet etme noktasında önemli bir güç olarak rol oynamaktadır. Dolayısıyla, küresel ekonomide firmaların girişimcilik özelliklerini belirlemek ve geliştirmek sanayileşmeye önem veren ve gelişmekte olan ülkelerde önemli bir konu haline gelmiştir (Efe, 2015). Girişimsel yönelimin boyutları farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ele alınmakla birlikte, Lumpkin ve Dess (1996) tarafından yapılan çalışmada girişimsel yönelim birbiriyle ilişkili beş boyutta (risk alma, yenilikçilik, proaktiflik, rekabetçi agresiflik ve özerklik (otonomi)) ele alınmış ve bu boyutlar büyük ölçüde kabul görmüştür. Aşağıda bu boyutlara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

Risk Alma

Risk alma, firmaların sonuçları ve getirileri net olmayan projeleri destekleme yönelimleri olarak ifade edilebilir (Fiş ve Wasti, 2009, s. 132). Risk tüm insan eylemlerinde önemli bir konudur, ancak hesaplanan riskler iyi yönetilirse, firma bundan faydalanacaktır. Küreselleşme, yeni teknoloji, mevzuat ve rekabetçi ortam tüm organizasyonları farklı düşünmeye ve daha yenilikçi olmaya zorlamaktadır (Basson, 2015, s. 19). Kuruluşların ve yöneticilerinin karşılaştığı üç risk türü ticari risk, finansal risk ve kişisel risktir (Dess ve Lumpkin, 2005, s. 152):

1. *Ticari risk alma*, başarı olasılığını bilmeden alınan riski ifade eder. Bu, test edilmemiş pazarlara girmeyi veya kanıtlanmamış teknolojilere bağlı olmayı içerir.
2. *Finansal risk alma*, bir şirketin büyümek için yoğun bir şekilde borç almasını veya kaynaklarının büyük bir bölümünü taahhüt etmesini gerektirir. Risk, bu bağlamda finansal analizde yaygın olan risk / getiri dengesini ifade etmek için kullanılır.
3. *Kişisel risk alma*, bir yöneticinin stratejik bir eylem tarzı lehine tavır aldığı durumlardaki riskleri ifade eder. Bu tür riskleri alan yöneticiler şirketlerinin gidişatını etkilemektedir ve kararları kendi kariyerleri üzerinde de önemli etkilere sahip olabilmektedir.

Girişimci, yönetici ya da çalışanlar tarafından alınan kararlar belli düzeyde risk içermektedir. Bu nedenle pek çok eylemin temelinde risk almanın olduğu söylenebilir. Girişimcilerin eylemlerinin sosyal ve ekonomik sonuçlarının olması risk almayı girişimciliğin temelinde oturtmaktadır. İç girişimcilikte de alınan risk sonucunda başarılı olunabildiği gibi başarısız da olunabilmektedir. Girişimci başarısızlık durumunda yöneticiler veya iş arkadaşları tarafından yadırganabilir, hatta işini kaybedebilir. Bu sebeple çalışanların risk alma davranışlarının yönetim tarafından desteklenmesi ve risk alma sonucunda işletmeye değer katılabileceğinin farkında olunması işletmede bir iç girişimcilik kültürünün oluşması açısından önem arz etmektedir (Ekingen, 2019, s. 25).

Yenilikçilik

Herhangi bir firmanın, pazarın değişen taleplerine yanıt verebilmesi için yenilik yapabilmesi gerekir. Bunu yapmak için firmaların ekip çalışmalarına yer vermeleri gerekmektedir. Çünkü ekip çalışması, yenilikçi sonuçlara yol açan yaratıcı fikirler ortaya koyarak firmaları daha ileriye taşıma fırsatı sunmaktadır (Lin vd., 2012, s. 41-42). Firmanın yenilik yapabilme yeteneği, yüksek çalkantılı piyasa koşullarında rekabet avantajı için

en önemli faktördür. Yenilik kapasitesi, organizasyonu değişen piyasa ortamına yanıt vermek için sürekli olarak yenilikler geliştirmeye yönlendirir (Slater vd., 2010, s. 552). Laforet (2013) yenilikçi firmaların ürün yaratmada ve pazara tanıtımda daha başarılı olduğunu ve daha kaliteli ürünler sunduğunu belirtmektedir.

Yenilik yaratma, keşfetme, icat etme, öncülük etme ve hayal etme ile ilgilidir. Genel olarak, piyasanın kabul edeceği bir süreci veya ürünü geliştirecek bir şey ortaya koymaktır. Yenilikte bir durumu yenilemek veya daha iyi hale getirmek söz konusudur (Basson, 2015, s. 14). Girişimcilikte yenilik büyük rol oynamaktadır. Girişimcilerin yeni fikirleri, deneyleri, çözümleri ve girişimcilerin yaratıcı süreçlerini destekleyen kültürlerde faaliyet gösterip göstermediği girişimsel yönelimin yenilikçilik boyutunun gücünü belirleyecektir. İçinde bulunulan kültür yenilikçiliğe ne kadar açıksa, firmaların yenilikçi özellikleri de o oranda güçlü olacaktır. Ayrıca, yenilikçi kültürlerin kendi ülkelerindeki yeni teknolojilerin, ürünlerin, hizmetlerin veya süreçlerin olumlu sonuçlarıyla karşılaşacakları da söylenebilir (Lee ve Peterson, 2000, s. 406).

Yenilikçilik, firmaların mevcut teknoloji ve uygulamalardan ayrılmasını ve mevcut teknolojinin ötesine geçmesini gerektirir. Buluşların ve yeni fikirlerin yararları belirsiz olmakla birlikte, günümüzün hızlı değişim ikliminde, etkili bir şekilde yenilikleri üretmek, özümsemek ve kullanmak, rekabet avantajları elde etmek için önemli bir yol olabilir (Dess ve Lumpkin, 2005, s. 150).

Proaktiflik/Girişkenlik

Proaktiflik, bir firmanın yeni fırsatları yakalama çabalarını ifade eder. Proaktif işletmeler eğilimleri izler, mevcut müşterilerin gelecekteki ihtiyaçlarını belirler, taleplerdeki değişimleri veya ortaya çıkacak problemleri öngörür. Proaktifliği uygulayan yöneticiler de büyüme ve gelişme için yeni olanaklar arayışındadırlar (Dess ve Lumpkin, 2005, s. 150). Proaktifliğin faaliyetlerin başlatılması ile ilgili olduğu düşünüldüğünde, yenilikçilik ile de yakından ilişkili olduğu söylenebilir (Lumpkin ve Dess, 1996, s. 148).

Proaktif olarak hareket eden işletmeler, gelecekteki pazar fırsatlarından yararlanmak için kendilerini daha iyi konumlandırarak ve bu da rakiplerle daha fazla etkileşim kurma ve rekabet etme becerisine neden olacaktır. Gelecekteki pazar eğilimlerini öngörme yeteneği, organizasyonun rakiplerinin gerisinde kalmamasına fayda sağlayacaktır. Pazar lideri olmak için proaktif davranış esastır ve girişimsel yönelimin tamamlayıcı bir faktördür (Basson, 2015, s. 19).

Rekabetçi Agresiflik

Rekabetçi agresiflik, bir firmanın pazara girmek ve kendi pozisyonunu iyileştirmek için rakiplerine doğrudan ve yoğun bir şekilde meydan okuma eğilimini ifade eder. Rekabetçi agresiflik, bir firmanın başka bir rakibin bulunduğu bir pazara girmesi, bir firmanın fiyatlarını düşürmesi vb. durumlarda firmaların çatışması şeklinde ortaya çıkan bir durum olarak karakterize edilir (Lumpkin ve Dess, 1996, s. 148-149). Rekabetçi agresiflik, girişimsel yönelimin önemli bir bileşenidir. Çünkü yeni girişimlerin yerleşik işletmelerden başarısız olma olasılığı daha yüksektir. Bu nedenle, agresif bir duruş ve yoğun rekabet, yeni başlangıçların hayatta kalması ve başarısı için kritik öneme sahiptir (Lee ve Peterson, 2000, s. 406-407). Bununla birlikte, rekabetçi agresiflik her zaman avantajlara yol açmayabilir. Çünkü bazı şirketler (veya CEO'ları) aşırı agresif olarak itibarlarına ciddi zararlar vermiştir. Bu nedenle, rekabetçi saldırganlık ölçülü kullanılması gereken bir stratejidir (Dess ve Lumpkin, 2005, s. 151).

Stratejik yöneticiler, hayatta kalmak veya pazar konumlarını tehdit eden endüstri eğilimleriyle mücadele etmek için rekabetçi agresifliği kullanabilirler. Firmaların kendilerini endüstri lideri haline getiren rekabetçi pozisyonu korumak için güçlü olmaları gerekir. Rekabetçi agresif firmaların girişimci konumlarını artırma yollarından ikisi şunlardır (Dess ve Lumpkin, 2005, s. 151):

1. *Çok daha düşük fiyatlara sahip pazarlara girmek.* Küçük firmalar genellikle büyük firmaların pazarlarına girmekten korkarlar. Daha büyük firmalar ise yeterli kaynaklara sahip oldukları için, uzun süre ciddi zarar görmeden fiyatları düşürmeyi göze alabilirler.
2. *Başarılı rakiplerin iş uygulamalarını veya tekniklerini kopyalama.* Taklit etmenin gerçeği övmenin en iyi biçimi olduğu söylenir. Ancak taklit, rakiplerden iş almak için de kullanılabilir. Fikir veya uygulama fikri mülkiyet yasaları tarafından korunmadığı sürece yasa dışı değildir, dolayısıyla kullanılabilir.

Özerklik (Otonomi)

Özerklik, girişimci faaliyeti yönlendiren katalizör, yeni girişimler yaratmak için gerekli olan bağımsız bir ruh ve özgürlüktür. Bu nedenle, özerklik boyutu girişimsel yönelimin önemli bir parçasıdır. Bununla birlikte, girişimsel yönelimin özerklik boyutunun güçlü olması için, girişimcilerin kendilerini bağımsız davranma konusunda teşvik eden ve toplumsal kısıtlamaların olmadığı kültürlerde faaliyet göstermeleri gerekir (Lee ve Peterson, 2000, s. 406). Özellikle büyük şirketler yetkinin operasyon birimlerine devredilmesi yoluyla özerkliği

teşvik etmektedir. Yetkili operasyon birimleri, problemleri çözmek için doğru ve zamanında bilgiye erişmede daha iyidir. Yetki verme ayrıca ekip üyelerinin motivasyonunu, işe sahip çıkma düzeyini ve proje hedeflerine ulaşmak için adanmışlığı artırır. Genel olarak, özerklik esneklik sağlar ve yenilik hızını artırır (Shan vd., 2016, s. 685).

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada firmaların girişimsel yönelimlerinin çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde firmaların girişimsel yönelimlerinin firmadaki çalışan sayısı, firmanın yaşı ve firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bunun yanında araştırmaya katılan işgörenlerin firmalarının girişimsel yönelim özelliklerine ilişkin görüşlerinin cinsiyet, eğitim düzeyi ve firmadaki deneyim süresine göre değişip değişmediği irdelenmiştir. Firmaların girişimsel yönelimlerinin tüm boyutlarıyla farklı değişkenlere bağlı olarak tespit edilmesi girişimcilik noktasında güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesini sağlayacak ve iyileştirme çalışmalarına yardımcı olacaktır.

Araştırmanın Modeli

Araştırmada anket tekniğine dayalı tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada demografik özellikler bağımsız değişken, firmaların girişimsel yönelim özellikleri bağımlı değişken kabul edilerek fark analizleri gerçekleştirilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2019 yılında Van ilinde organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren firmaların çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise, söz konusu evrenden tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen 302 çalışan oluşturmaktadır.

Örnekleme yer alan çalışanların %22.8'i (n=69) kadın, %77.2'si (N=233) erkektir. Eğitim düzeyine göre incelendiğinde, %42.1'inin (n=127) ilköğretim, %42.1'inin (n=127) ortaöğretim (lise) ve %15.9'unun (n=48) yükseköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Bu verilerden ilköğretim ve ortaöğretim mezunlarının çoğunlukta olduğu söylenebilir. %72.5'i (n=219) evli ve %27.5'i (n=83) bekar olan katılımcıların yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında %8.3'ünün (n=25) 25 ve altı, %28.5'inin (n=86) 26-35 yaş aralığında, %32.8'inin (n=99) 36-40 yaş aralığında, %2.8'inin (n=69) 41-45 yaş aralığında ve %7.6'sının (n=23) 46 ve üzeri yaşında olduğu belirlenmiştir. Çalışanların firmadaki çalışma süresi incelendiğinde %58.6'sının (n=177) 0-5 yıl, %30.1'inin (n=91) 6-10 yıl ve %11.3'ünün (n=34) 11 yıl ve üzeri deneyime sahip olduğu belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanması sürecinde izin alınarak Efe (2015) tarafından geliştirilen "Girişimsel Yönelim Ölçeği" kullanılmıştır. Girişimsel Yönelim Ölçeği 21 madde ve beş faktörden (risk alma, yenilikçilik, proaktiflik/girişkenlik, rekabetçi agresiflik, özerklik (otonomi)) oluşmaktadır. Ölçekte beşli Likert tipi ölçek kullanılmış ve katılımcının ölçek maddesine katılma derecesine bağlı olarak (1)=Kesinlikle Katılmıyorum; (2)=Katılmıyorum; (3)=Kararsızım; (4)=Katılıyorum; (5)=Kesinlikle Katılıyorum seçeneklerinden birini işaretlemesi istenmiştir. Ölçeğin geliştirilmesi çalışmasında Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı risk alma boyutu için 0.82, yenilikçilik boyutu için 0.85, proaktiflik için 0.74, rekabetçi agresiflik için 0.77 ve özerklik boyutu için 0.80 olarak bulunmuştur (Efe, 2015). Bu çalışmada ise girişimsel yönelim ölçeğinde Cronbach Alpha iç tutarlık değeri risk alma için 0.85, yenilikçilik için 0.89, proaktiflik/girişkenlik için 0.84, rekabetçi agresiflik için 0.86 ve özerklik için 0.89 şeklinde belirlenmiştir. Bu değerlerden hareketle ölçekten elde edilen verilerin güvenilir olduğu söylenebilir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır. Firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin araştırmada incelenen değişkenlere göre değişip değişmediğini belirlemek için fark analizlerine başvurulmuştur. Fark analizleri yapılmadan önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri ve normal dağılım grafikleri incelenmiştir. Yapılan incelemeler neticesinde verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiş ve bu nedenle fark analizlerinde parametrik testler tercih edilmiştir. Bu çerçevede bağımlı değişkenlerin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız gruplar için t-testi, eğitim düzeyine, firmanın faaliyet gösterdiği sektöre, firmadaki çalışan sayısına, firmadaki deneyim süresine ve firmanın yaşına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA sonrası anlamlı fark ortaya çıkması durumunda ikili karşılaştırmalar için Scheffe testi tercih edilmiştir.

Bulgular

Farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin betimsel istatistikler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1.

Fırmanın Faaliyet Gösterdiği Sektöre Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

<i>Boyut</i>	<i>Sektör</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
Risk alma	Gıda	70	3.27	1.00
	Tekstil	95	3.67	.91
	Madencilik	33	3.67	.99
	İnşaat	64	3.89	.67
	Diğer	40	3.35	1.20
Yenilikçilik	Gıda	70	3.79	.79
	Tekstil	95	3.94	.83
	Madencilik	33	3.77	.84
	İnşaat	64	4.18	.56
	Diğer	40	3.42	1.27
Proaktiflik	Gıda	70	3.79	.80
	Tekstil	95	3.91	.80
	Madencilik	33	3.91	.74
	İnşaat	64	4.14	.59
	Diğer	40	3.41	.99
Rekabetçi agresiflik	Gıda	70	3.18	1.17
	Tekstil	95	3.71	1.06
	Madencilik	33	4.07	.91
	İnşaat	64	3.83	.85
	Diğer	40	3.03	1.27
Özerklik	Gıda	70	3.67	.70
	Tekstil	95	3.56	.93
	Madencilik	33	3.41	.98
	İnşaat	64	3.62	.80
	Diğer	40	3.32	.95

Tablo incelendiğinde, risk alma boyutunda inşaat, tekstil ve madencilik sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların gıda ve diğer şeklinde kodlanan sektörlerde faaliyet gösteren firmalardan daha yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Yenilikçilik boyutunda inşaat sektörü en yüksek ortalamaya sahipken, bunu sırasıyla tekstil, gıda, madencilik ve diğer takip etmiştir. Proaktiflik özelliği açısından yine en yüksek ortalamaya sahip sektör inşaat sektörü olurken, tekstil, madencilik, gıda ve diğer izlemiştir. Rekabetçi agresiflik boyutunda diğer boyutlardan farklı olarak madencilik sektöründeki firmalar en yüksek ortalamaya sahipken, diğer şekilde kodlanan firmalar en düşük ortalamaya sahiptir. Özerklik boyutunda ise ortalamaların diğer boyutlara nazaran birbirlerine daha yakın olduğu tespit edilmiştir.

Firmaların faaliyet gösterdiği sektöre bağlı olarak girişimsel yönelim özelliklerinin değişip değişmediğini belirlemek için yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2.

Fırmanın Faaliyet Gösterdiği Sektöre Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin ANOVA Sonuçları

		<i>Kareler</i>		<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	<i>Anlamlı Fark</i>
		<i>Toplamı</i>	<i>Sd</i>				
Risk alma	G. Arası	15.948	4	3.987	4.470	.002	İnşaat>Gıda
	G. İçi	264.939	297	.892			
	Toplam	280.887	301				
Yenilikçilik	G. Arası	15.751	4	3.938	5.438	.000	Tekstil-İnşaat>Diğer

	G. İçi	215.082	297	.724			
	Toplam	230.834	301				
Proaktiflik	G. Arası	13.273	4	3.318	5.373	.000	Tekstil-İnşaat>Diğer
	G. İçi	183.411	297	.618			
	Toplam	196.684	301				
Rekabetçi agresiflik	G. Arası	36.900	4	9.225	8.113	.000	Tekstil-Madencilik-İnşaat>Gıda,
	G. İçi	337.710	297	1.137			Tekstil-Madencilik-İnşaat>Gıda
	Toplam	374.609	301				
Özerklik	G. Arası	4.183	4	1.046	1.395	.236	
	G. İçi	222.636	297	.750			
	Toplam	226.819	301				

Tabloda görüldüğü gibi firmaların risk alma, yenilikçilik, proaktiflik ve rekabetçi agresiflik özellikleri faaliyet gösterdiği sektöre göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p < .05$). Diğer taraftan katılımcıların özerklik boyutuna ilişkin görüşleri firmaların faaliyet gösterdiği sektöre göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > .05$). Oluşan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemeye dönük başvurulan post-hoc Scheffe testi sonucuna göre proaktiflik ve yenilikçilik boyutlarında tekstil ve inşaat sektörlerinde faaliyet gösteren firmalar diğer (mobilya, enerji, boya vb.) olarak kodlanan firmalardan daha yüksek ortalamaya sahiptir. Risk alma boyutunda inşaat ile gıda sektörleri arasında inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmalar lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Rekabetçi agresiflik boyutunda ise inşaat, tekstil ve madencilik sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalardan anlamlı düzeyde daha yüksek ortalamaya sahip oldukları belirlenmiştir. İkili karşılaştırmalar birlikte değerlendirildiğinde, inşaat ve tekstil alanlarında faaliyet gösteren firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin diğer firmalardan daha iyi düzeyde olduğu söylenebilir.

Çalışan sayısına göre firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin betimsel istatistikler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.
Firmadaki Çalışan Sayısına Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Boyut	Çalışan Sayısı	N	Ort.	SS
Risk alma	20 ve altı	105	3.25	1.12
	21-40	131	3.88	.77
	41 ve üzeri	66	3.50	.87
Yenilikçilik	20 ve altı	105	3.68	1.02
	21-40	131	4.03	.72
	41 ve üzeri	66	3.85	.83
Proaktiflik	20 ve altı	105	3.71	.94
	21-40	131	4.04	.65
	41 ve üzeri	66	3.76	.77
Rekabetçi agresiflik	20 ve altı	105	3.10	1.29
	21-40	131	3.90	.82
	41 ve üzeri	66	3.62	1.07
Özerklik	20 ve altı	105	3.50	.89
	21-40	131	3.65	.80
	41 ve üzeri	66	3.45	.94

Çalışan sayısına göre firmaların girişimsel yönelimleri incelendiğinde tüm boyutlarda en büyük ortalamaya sahip grubun 21-40 olduğu görülmektedir. Özerklik boyutu dışında bu grubu 21 ve üzeri çalışan sayısına sahip firmaların takip ettiği belirlenmiştir. Çalışan sayısı daha az olan (20 ve altı) olan firmaların risk alma, yenilikçilik, proaktiflik ve rekabetçi agresiflik özelliklerinin daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Ortalamalar arasındaki bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.
Firmadaki Çalışan Sayısına Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin ANOVA Sonuçları

Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
-----------------	----	--------------------	---	---	--------------

Risk alma	G. Arası	23.603	2	11.801	13.715	.000	21-40 > 20 ve altı,
	G. İçi	257.285	299	.860			21-40 > 41 ve üzeri
	Toplam	280.887	301				
Yenilikçilik	G. Arası	7.069	2	3.535	4.723	.010	21-40 > 20 ve altı
	G. İçi	223.764	299	.748			
	Toplam	230.834	301				
Proaktiflik	G. Arası	7.403	2	3.702	5.847	.003	21-40 > 20 ve altı
	G. İçi	189.281	299	.633			
	Toplam	196.684	301				
Rekabetçi agresiflik	G. Arası	37.485	2	18.742	16.623	.000	21-40 > 20 ve altı,
	G. İçi	337.125	299	1.128			41 ve üzeri > 20 ve altı
	Toplam	374.609	301				
Özerklik	G. Arası	2.143	2	1.072	1.426	.242	
	G. İçi	224.676	299	.751			
	Toplam	226.819	301				

Tablo incelendiğinde, firmaların özerklik dışındaki girişimsel yönelim özelliklerinin çalışan sayısına göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < .05$). Farklılığın kaynağı incelendiğinde, tüm boyutlarda çalışan sayısı 21-40 arasında olanlar ile 20 ve altında olanlar arasında 21-40 lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, risk alma boyutunda çalışan sayısı 21-40 olanlarla 41 ve üzeri olanlar arasında yine 21-40 çalışanı olan firmalar lehine anlamlı farklılık belirlenmiştir. Son olarak, rekabetçi agresiflik boyutunda çalışan sayısı 41 ve üzeri olan firmaların da 20 ve altında çalışanı olan firmalardan anlamlı düzeyde daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, genellikle çalışan sayısı 21-40 arası olan firmaların en yüksek, çalışan sayısı 20 ve altında olan firmaların ise en düşük girişimsel yönelime sahip oldukları söylenebilir.

Firmanın yaşına göre girişimsel yönelimlerine ilişkin betimsel istatistiklere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 5.

İşletmenin Yaşına Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Boyut	İşletme Yaşı	N	Ort.	SS
Risk alma	0-5	57	3.88	.87
	6-10	104	3.51	.95
	11-15	26	3.90	.90
	16-20	78	3.38	1.02
	21 ve üzeri	37	3.52	.95
Yenilikçilik	0-5	57	4.14	.74
	6-10	104	3.80	.82
	11-15	26	3.95	.64
	16-20	78	3.71	1.02
	21 ve üzeri	37	3.93	.93
Proaktiflik	0-5	57	4.11	.68

	6-10	104	3.75	.79
	11-15	26	4.09	.73
	16-20	78	3.71	.89
	21 ve üzeri	37	3.96	.79
Rekabetçi agresiflik	0-5	57	3.94	.95
	6-10	104	3.74	.99
	11-15	26	4.28	.61
	16-20	78	2.96	1.28
	21 ve üzeri	37	3.23	.89
Özerklik	0-5	57	3.76	.83
	6-10	104	3.32	.96
	11-15	26	3.69	.95
	16-20	78	3.54	.74
	21 ve üzeri	37	3.82	.62

Tablo incelendiğinde risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutlarında en yüksek ortalamaya sahip firmaların 0-5 yaş aralığında olanlar olduğu görülmektedir. Rekabetçi agresiflik boyutunda 16 ve üzeri yaşında olan firmaların daha düşük ortalamaya sahip oldukları tespit edilirken, özerklik boyutunda çalışan sayısı 21 ve üzeri olanlar ile 0-5 olanların diğer gruplardan daha yüksek ortalamalara sahip oldukları belirlenmiştir.

İşletmelerin yaşına bağlı olarak girişimsel yönelimin anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin ANOVA sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 6.
İşletmenin Yaşına Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin ANOVA Sonuçları

		<i>Kareler</i>		<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	<i>Anlamlı Fark</i>
		<i>Toplamı</i>	<i>Sd</i>				
Risk alma	G. Arası	11.801	4	2.950	3.256	.012	0-5 > 6-10,
	G. İçi	269.086	297	.906			0-5 > 16-20,
	Toplam	280.887	301				11-15 > 16-20
Yenilikçilik	G. Arası	7.168	4	1.792	2.380	.052	
	G. İçi	223.666	297	.753			
	Toplam	230.834	301				
Proaktiflik	G. Arası	7.920	4	1.980	3.115	.016	0-5 > 6-10,
	G. İçi	188.764	297	.636			0-5 > 16-20,
	Toplam	196.684	301				11-15 > 16-20
Rekabetçi agresiflik	G. Arası	56.846	4	14.212	13.283	.000	0-5 > 16-20,
	G. İçi	317.763	297	1.070			0-5 > 21 ve üzeri,

	Toplam	374.609	301				6-10 > 16-20, 11-15 > 16-20, 11-15 > 21 ve üzeri
Özerklik	G. Arası	11.343	4	2.836	3.909	.004	0-5 > 6-10
	G. İçi	215.476	297	.726			
	Toplam	226.819	301				

Tabloya göre firmaların risk alma, proaktiflik, rekabetçi agresiflik ve özerklik özellikleri firmanın yaşına göre anlamlı farklılık gösterirken ($p < .05$), yenilikçilik özelliği anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > .05$). Post-hoc testi sonucunda, risk alma ve proaktiflik boyutlarında firma yaşı 0-5 olanlar ile 6-10 ve 16-20 olan firmalar arasında 0-5 yaş lehine, yaşı 11-15 olanlar ile 16-20 olanlar arasında 11-15 yaş lehine anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Rekabetçi agresiflik boyutunda yaşı 0-5 olan firmalar ile 16 ve üzeri olanlar arasında 0-5 yaş lehine, yaşı 6-10 olanlarla 16-20 olanlar arasında 6-10 yaş lehine, 11-15 olanlar ile 16 ve üzeri olanlar arasında 11-15 yaş lehine anlamlı fark olduğu ortaya çıkmıştır. Son olarak, özerklik boyutunda firma yaşı 0-5 olanlarla 6-10 olanlar arasında 0-5 yaş lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu bulgulara birlikte bakıldığında, genellikle yaşı daha düşük olan firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin daha iyi olduğu söylenebilir.

Katılımcıların cinsiyetine göre firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin görüşlerine dair bulgulara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 7.

Katılımcıların Cinsiyetine Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin Bağımsız Gruplar İçin T Testi Sonuçları

	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>Ss</i>	<i>t</i>	<i>Sd</i>	<i>P</i>
Risk alma	Kadın	69	3.66	.84	.837	300	.403
	Erkek	233	3.55	1.00			
Yenilikçilik	Kadın	69	3.91	.74	.473	300	.637
	Erkek	233	3.85	.91			
Proaktiflik	Kadın	69	3.91	.70	.570	300	.569
	Erkek	233	3.84	.83			
Rekabetçi Agresiflik	Kadın	69	3.71	.92	1.351	300	.178
	Erkek	233	3.51	1.16			
Özerklik	Kadın	69	3.62	.90	.817	300	.415
	Erkek	233	3.53	.85			

Tabloda görüldüğü üzere, firmaların girişimsel yönelimine ilişkin katılımcı görüşleri cinsiyete göre farklılık göstermemektedir ($p > .05$). Bu bulgular kadın ve erkek çalışanların firmaların girişimsel yönelimiyle ilgili benzer görüşlere sahip olduğunu göstermektedir.

Çalışanların eğitim düzeyine göre firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin görüşlerine dair betimsel istatistiklere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 8.

Eğitim Düzeyine Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

<i>Boyut</i>	<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
Risk alma	İlköğretim	127	3.39	1.04
	Ortaöğretim	127	3.69	.83
	Yükseköğretim	48	3.82	.99
Yenilikçilik	İlköğretim	127	3.70	.94
	Ortaöğretim	127	3.95	.79
	Yükseköğretim	48	4.09	.83
Proaktiflik	İlköğretim	127	3.72	.90
	Ortaöğretim	127	3.95	.71
	Yükseköğretim	48	4.00	.72
Rekabetçi agresiflik	İlköğretim	127	3.38	1.20
	Ortaöğretim	127	3.71	1.03
	Yükseköğretim	48	3.65	1.04
Özerklik	İlköğretim	127	3.43	.90

Ortaöğretim	127	3.65	.80
Yükseköğretim	48	3.61	.91

Tabloya göre tüm boyutlarda en düşük ortalamaya sahip grup ilköğretim mezunlarıdır. Risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutlarında yükseköğretim mezunları en yüksek ortalamaya sahipken, rekabetçi agresiflik ve özerklik boyutlarında ortaöğretim mezunları daha yüksek ortalamalara sahiptir. Bununla birlikte genel olarak ortaöğretim ve yükseköğretim mezunlarının yakın ortalamalara sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeyine göre firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin görüşlerinin anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için başvurulan ANOVA testi sonuçları Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9.

Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin ANOVA Sonuçları

		<i>Kareler</i>		<i>Kareler Ortalaması</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	<i>Anlamlı Fark</i>
		<i>Toplamı</i>	<i>Sd</i>				
Risk alma	G. Arası	8.954	2	4.477	4.923	.008	Yükseköğretim> İlköğretim, Ortaöğretim> İlköğretim
	G. İçi	271.933	299	.909			
	Toplam	280.887	301				
Yenilikçilik	G. Arası	6.661	2	3.330	4.442	.013	Yükseköğretim> İlköğretim, Ortaöğretim> İlköğretim
	G. İçi	224.173	299	.750			
	Toplam	230.834	301				
Proaktiflik	G. Arası	4.478	2	2.239	3.483	.032	Yükseköğretim> İlköğretim, Ortaöğretim> İlköğretim
	G. İçi	192.206	299	.643			
	Toplam	196.684	301				
Rekabetçi agresiflik	G. Arası	7.210	2	3.605	2.934	.055	
	G. İçi	367.399	299	1.229			
	Toplam	374.609	301				
Özerklik	G. Arası	3.194	2	1.597	2.135	.120	
	G. İçi	223.625	299	.748			
	Toplam	226.819	301				

Tabloda görüldüğü gibi, katılımcıların firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin görüşleri risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutlarında eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterirken ($p < .05$), rekabetçi agresiflik ve özerklik boyutlarında anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > .05$). İkili karşılaştırmalar için başvurulan post-hoc testi sonucuna göre anlamlı farklılığın bulunduğu tüm boyutlarda ortaöğretim ve yükseköğretim mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksek ortalamalara sahip oldukları belirlenmiştir.

İşletmedeki deneyim süresine göre firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin betimsel istatistiklere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 10.

Firmadaki Deneyim Süresine Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

<i>Boyut</i>	<i>İşletmedeki Deneyim</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
Risk alma	0-5 yıl	177	3.62	.91
	6-10 yıl	91	3.74	.87
	11 yıl ve üzeri	34	2.93	1.19
Yenilikçilik	0-5 yıl	177	3.85	.89
	6-10 yıl	91	3.99	.72
	11 yıl ve üzeri	34	3.65	1.09
Proaktiflik	0-5 yıl	177	3.84	.80
	6-10 yıl	91	4.03	.73
	11 yıl ve üzeri	34	3.55	.92
Rekabetçi agresiflik	0-5 yıl	177	3.65	1.03
	6-10 yıl	91	3.64	1.12
	11 yıl ve üzeri	34	2.86	1.25

Özerklik	0-5 yıl	177	3.53	.91
	6-10 yıl	91	3.62	.81
	11 yıl ve üzeri	34	3.48	.72

İşletmedeki deneyim süresine göre incelendiğinde 11 yıl ve üzeri deneyime sahip katılımcıların en düşük ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Bir diğer ifadeyle deneyimi fazla olan çalışanlar firmaların girişimsel yönelim açısından daha yetersiz görmektedirler.

Tablo 11.

Katılımcıların İşletmedeki Deneyimine Göre Girişimsel Yönelim Özelliklerine İlişkin ANOVA Sonuçları

		<i>Kareler</i>		<i>Kareler</i>		<i>F</i>	<i>P</i>	<i>Anlamlı Fark</i>
		<i>Toplamı</i>	<i>Sd</i>	<i>Ortalaması</i>				
Risk alma	G. Arası	17.309	2	8.655	9.818	.000	0-5 yıl > 11 yıl ve üzeri, 6-10 yıl > 11 yıl ve üzeri	
	G. İçi	263.578	299	.882				
	Toplam	280.887	301					
Yenilikçilik	G. Arası	2.879	2	1.439	1.888	.153		
	G. İçi	227.955	299	.762				
	Toplam	230.834	301					
Proaktiflik	G. Arası	5.851	2	2.926	4.584	.011	6-10 yıl > 11 yıl ve üzeri	
	G. İçi	190.832	299	.638				
	Toplam	196.684	301					
Rekabetçi agresiflik	G. Arası	18.674	2	9.337	7.843	.000	0-5 yıl > 11 yıl ve üzeri, 6-10 yıl > 11 yıl ve üzeri	
	G. İçi	355.936	299	1.190				
	Toplam	374.609	301					
Özerklik	G. Arası	.647	2	.324	.428	.652		
	G. İçi	226.172	299	.756				
	Toplam	226.819	301					

Tablo incelendiğinde, firmaların risk alma, proaktiflik ve rekabetçi agresiflik özelliklerine ilişkin katılımcı görüşlerinin firmadaki deneyim sürelerine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < .05$). Diğer taraftan, yenilikçilik ve özerklik boyutlarında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p > .05$). Farklılığın kaynağının belirlenmesi için yapılan analizler neticesinde, risk alma ve rekabetçi agresiflik boyutlarında 0-10 yıl çalışma deneyimine sahip olanların 11 yıl ve üzeri deneyime sahip olanlardan anlamlı düzeyde daha yüksek ortalamalara sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Proaktiflik boyutunda ise firmadaki deneyimi 6-10 yıl olan çalışanların 11 yıl ve üzeri olan çalışanlardan daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Firmaların faaliyet gösterdiği sektöre bağlı olarak özerklik boyutu dışında farklılıklar olduğu ve genellikle inşaat ve tekstil sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin daha iyi durumda olduğu belirlenmiştir. Gıda, enerji ve mobilya gibi alanlarda faaliyet gösteren firmaların ise girişimsel yönelimlerinin daha düşük düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum özellikle inşaat ve tekstil alanında daha yoğun bir rekabet olması ve dolayısıyla firmaların hayatta kalabilmeleri için daha girişimci olmaları gerektiği ile açıklanabilir. Özellikle Van OSB özelinde değerlendirildiğinde gıda, mobilya ve enerji sektörlerinde faaliyet gösteren firma sayısının daha az olması bu görüşü destekler niteliktedir.

Firmalardaki çalışan sayısına göre girişimsel yönelim özellikleri incelendiğinde özerklik boyutu dışında genellikle çalışan sayısı 21-40 arası olan firmaların en yüksek, çalışan sayısı 20 ve altında olan firmaların ise en düşük girişimsel yönelime sahip oldukları tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle çalışan sayısı az olan firmaların risk alma, yenilikçilik, proaktiflik ve rekabetçi agresiflik özelliklerinin daha az geliştiği söylenebilir. Bir başka açıdan bakıldığında, bu firmaların girişimsel yönelimlerinin yeterince gelişmemiş olması çalışan sayılarını arttırmalarının önünde engel oluşturmuş olabilir.

Araştırma sonucunda firmanın yaşına bağlı olarak yenilikçilik dışındaki girişimsel yönelim özelliklerinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir. İkili karşılaştırmalara bakıldığında genellikle yaşı daha küçük olan firmaların girişimsel yönelim özelliklerinin daha iyi olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla yaşı büyük olan firmaların piyasada kendilerine bir yer edindikleri ve mevcut konumlarını korumaya çalıştıkları, yeni firmaların ise piyasada yer edinebilmeleri için daha rekabetçi oldukları ve daha çok risk aldıkları söylenebilir.

Fark analizleri incelendiğinde, kadın ve erkek çalışanların firmalarının girişimsel yönelimleri ile ilgili benzer görüşlere sahip oldukları tespit edilmiştir. Ergün ve Korkmaz (2020) tarafından yapılan çalışmada da bu sonuç ile tutarlı olarak iç girişimciliğin cinsiyete göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Soysal ve Kolca (2016) ve Erbir ve Yılmaz (2020) sağlık sektöründeki çalışanların iç girişimcilik puanlarının

cinsiyete göre farklılık göstermediğini belirlemişlerdir. Güner ve Serinkan'ın (2017) banka çalışanlarıyla yaptıkları çalışmada da cinsiyete göre anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Fırat vd. (2019) tarafından turizm sektöründe yapılan çalışmada da anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmadan elde edilen sonucun ilgili araştırmaların sonuçlarıyla tutarlı olduğu, kadın ve erkeklerin girişimsel yönelime ilişkin görüşlerinin farklılık göstermediği söylenebilir.

Çalışanların eğitim düzeyine göre firmaların girişimsel yönelim özelliklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutlarında yükseköğretim mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre daha olumlu görüşlere sahip oldukları görülmektedir. Firmaların çalışanları içerisinde genellikle eğitim düzeyi daha yüksek olanların yönetim sürecine daha çok dahil olmaları bu sonucu ortaya çıkarmış olabilir. Nitekim mevcut çalışmanın katılımcıları incelendiğinde yükseköğretim mezunlarının genellikle şef, mühendis ve yönetici gibi unvanlarının da olduğu görülmektedir. Fırat vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada bu çalışma ile tutarlı olarak akademik eğitim mezunları lehine bir farklılık bulunmuştur. Diğer taraftan Soysal ve Kolca (2016) ve Ergün ve Korkmaz (2020) tarafından yapılan çalışmalarda eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Son olarak, firmaların girişimsel yönelimlerine ilişkin katılımcı görüşleri firmadaki çalışma süresine göre değerlendirilmiştir. Yapılan analizler neticesinde deneyimi daha az (0-5 yıl) olan işgörenlerin firmalarının risk alma, proaktiflik ve rekabetçi agresiflik özelliklerine ilişkin daha olumlu görüşe sahip oldukları belirlenmiştir. Buradaki sonuç ile tutarlı olarak Ergün ve Korkmaz (2020) yaptıkları çalışmada çalışma süresi 3 yıl ve altında olan çalışanların iç girişimciliğe ilişkin görüşlerinin daha olumlu olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Güner ve Serinkan (2017) tarafından yapılan çalışmada ise iç girişimciliğin hizmet süresine göre değişmediği belirlenmiştir. Girişimsel yönelim, firmaların piyasa gereksinimlerini karşılamak için yenilikler yapması, risk alması, proaktif olması ve iş ortamında fırsatları değerlendirmesi (Huang ve Wang, 2011, s. 567), girişimcilik kararları ve eylemleri için bir temel sağlayan politika ve uygulamalar olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle, girişimsel yönelim, firmaların kurumsal amaçlarını hayata geçirmek, vizyonunu sürdürmek ve rekabet avantajı yaratmak için kullandıkları strateji oluşturma süreçleri olarak görülebilir (Rauch vd., 2009, s. 763).

Öneriler

Araştırmada ulaşılan sonuçlar doğrultusunda; girişimsel yönelim özellikleri daha az gelişmiş olan gıda, madencilik, enerji vb. sektörlerdeki firmalar ile piyasada daha uzun zamandır faaliyet gösteren firmalara dönük çalışmalar yapılması önerilebilir. Ayrıca, araştırmanın sınırlıkları doğrultusunda benzer çalışmaların farklı bölgelerde/şehirlerde, farklı sektörler üzerinde ve nitel verilerle desteklenerek yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Basson, J. A. C. (2015). *An analysis of the entrepreneurial orientations of retail banks in the Tlokwe municipality area* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. North-West University Potchefstroom.
- Burgelman, R. A. (1983). Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study. *Management science*, 29(12), 1349-1364.
- Carrier, C. (1994). Intrapreneurship in large firms and SMEs: A comparative study. *International Small Business Journal*, 12(3), 54-61. <https://doi.org/10.1177/0266242694123005>
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147-156. <https://doi.org/10.5465/ame.2005.15841975>
- Efe, M. N. (2015). *Girişimsel yönelim, entelektüel sermaye ve örgütsel öğrenme yeteneklerinin firma performansı üzerine etkileri* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ekingen, E. (2019). *İç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi: Kamu hastanesinde bir uygulama* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erbir, M., & Yılmaz, A. (2020). Sağlık sektörü çalışanlarının iç girişimcilik düzeyleri. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 6(1), 110-130.
- Ergün, B., & Korkmaz, O. (2020). Öğrenen örgütlerde iç girişimcilik. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 1166-1193. <https://doi.org/10.21547/jss.716915>

- Fırat, A., Akdemir, R., & Günaydın, Ö. E. (2019). *Y Kuşağı bireylerinin iç girişimcilik algılamalarının belirlenmesi: Turizm sektörü çalışanları üzerine bir araştırma, Fethiye örneği*. IV. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi. 17-20 Ekim 2019, Bodrum/Muğla.
- Fiş, A. M., & Wasti, S. A. (2009). Örgüt kültürü ve girişimcilik yönelimi ilişkisi. *ODTU Gelişme Dergisi*, 36(3), 127-164.
- Güner, F., & Serinkan, C. (2017). İç girişimciliğin yenilik ve ekip yönetimi ile ilişkisi üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 482-499. <https://doi.org/10.20875/makusobed.290644>
- Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5-15.
- Herrington, M., Kew, J., Kew, P., & Monitor, G. E. (2010). *Tracking entrepreneurship in South Africa: A GEM perspective* (ss. 1-174). South Africa: Graduate School of Business, University of Cape Town.
- Hill, I. D. (1987). Entre/Intrapreneurship: An intrapreneur—turned—entrepreneur compares both worlds. *Research Management*, 30(3), 33-37. <https://doi.org/10.1080/00345334.1987.11757037>
- Hisrich, R. D. (1986). *Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital: the foundation of economic renaissance*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Huang, S. K., & Wang, Y. L. (2011). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 563-570. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.004>
- Laforet, S. (2013). Organizational innovation outcomes in SMEs: Effects of age, size, and sector. *Journal of World Business*, 48(4), 490-502. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2012.09.005>
- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(00\)00045-6](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(00)00045-6)
- Lin, T. Y., Chuang, L. M., Chang, M. Y., & Yeh, C. M. (2012). A study of the relationship between team innovation and organizational innovation in the high-tech industry: Confirmation of the organizational culture moderation effect. *Advances in Management and Applied Economics*, 2(2), 19-52.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*, 21, 135-172. <https://doi.org/258632>
- Miles, M. P., & Arnold, D. R. (1991). The relationship between marketing orientation and entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 49-66. <https://doi.org/10.1177/104225879101500407>
- Morse, C. W. (1986). The delusion of intrapreneurship. *Long Range Planning*, 19(6), 92-95. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(86\)90101-9](https://doi.org/10.1016/0024-6301(86)90101-9)
- Nielsen, R. P., Peters, M. P., & Hisrich, R. D. (1985). Intrapreneurship strategy for internal markets—corporate, non-profit and government institution cases. *Strategic Management Journal*, 6(2), 181-189. <https://doi.org/10.1002/SMJ.4250060207>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Schollhammer, H. (1981). The efficacy of internal corporate entrepreneurship strategies. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 45, 1-6.
- Shan, P., Song, M., & Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link?. *Journal of Business Research*, 69(2), 683-690. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.032>
- Shils, E., & Zucker, W. (1979). Developing a model for internal corporate entrepreneurship. *International Social Science Review*, 54(4), 195.
- Slater, S. F., Hult, G. T. M., & Olson, E. M. (2010). Factors influencing the relative importance of marketing strategy creativity and marketing strategy implementation effectiveness. *Industrial Marketing Management*, 39(4), 551. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.03.007>

- Smart, D. T., & Conant, J. S. (1994). Entrepreneurial orientation, distinctive marketing competencies and organizational performance. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 10(3), 28-38. <https://doi.org/10.19030/jabr.v10i3.5921>
- Soysal, A., & Kolca, D. (2016). Sağlık kurumlarında çalışan hemşirelerin demografik özelliklerinin iç girişimcilik eğilimleri üzerine farklılıklarının incelenmesi: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Hastanesi Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 227-252.
- Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-285. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90019-A](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90019-A)
- Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of Business Venturing*, 8(4), 319-340. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90003-N](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90003-N)

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Araştırmacılar verilerin toplanmasında, analizinde ve raporlaştırılmasında her türlü etik ilke ve kurala özen gösterdiklerini beyan ederler.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.