

## Türkiye’de İnovatif Girişimciliğe Esas Yaratıcı Fikirlerin Ortaya Çıkışında Etkili Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Keşfedici Nitel Bir Araştırma (A Qualitative Exploratory Factor Analysis to Identify Effective Factors in the Emergence of Creative Ideas in Turkey)

Kemal EROĞLUER<sup>a</sup> İbrahim Sani MERT<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Milli Savunma Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Bölümü, Ankara, Türkiye. [kerogluer@kho.edu.tr](mailto:kerogluer@kho.edu.tr)

<sup>b</sup> Antalya Bilim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Antalya, Türkiye. [ibrahim.mert@antalya.edu.tr](mailto:ibrahim.mert@antalya.edu.tr)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<b>Anahtar Kelimeler:</b> İnovasyon Yaratıcılık Girişimcilik İnovatif Girişimcilik Nitel Araştırma  Gönderilme Tarihi 4 Mayıs 2020 Revizyon Tarihi 1 Haziran 2020 Kabul Tarihi 15 Haziran 2020  <b>Makale Kategorisi:</b> Araştırma Makalesi	<b>Amaç</b> – Bu çalışmada küreselleşme, bilim ve teknolojiye yaşanan hızlı gelişmelerin bir etkisi olarak Türkiye’de inovatif girişimciliğe esas yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına etki eden faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. <b>Yöntem</b> – Çalışma Mersin’de 6 farklı sektörde faaliyet gösteren 59 küçük ve orta ölçekli işletmede yapılmıştır. Çalışmaya 166 kişi katılmıştır. Katılımcılara yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına etki eden konuları belirlemek üzere altı soru sorulmuştur. Tüm katılımcılarla yapılan görüşmeden sonra elde edilen veriler nitel araştırma ilkelerine uygun olarak gruplandırılarak analiz edilmiştir. Elde edilen veriler literatürde yer alan çalışmalarla desteklenmiştir. <b>Bulgular</b> – Elde edilen verilerin gruplandırılarak analiz edilmesi sonucunda bilişim ve imalat sektörlerinde girişimcilik ve inovasyona yönelik daha büyük bir ilgi olduğu belirlenmiştir. Örgütün kurucu ve sahiplerinin inovasyona daha çok önem verdikleri belirlenmiştir. Çalışanlar tarafından tecrübe, eğitim, araştırmacılık, ihtiyaçlara duyarlılık kişilik özelliklerinin ön planda olduğu belirlenmiştir. Örgütsel özellikler kapsamında ise iş bilgisi ve bilişsel yetkinliğin ön planda olduğu belirlenmiştir. <b>Tartışma</b> – Çalışma sonucu elde edilen sonuçlar sektörel bazda kişisel ve örgütsel özellikler başlığında incelenmiştir. Sektörel bazda detaylı bir inceleme yapılması nedeniyle literatüre katkı sağlayacağı ve sonraki çalışmalara destek olacağı değerlendirilmektedir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<b>Keywords:</b> Innovation Creativity Entrepreneurship Innovative Entrepreneurship Qualitative Research  Received 4 May 2020 Revised 1 June 2020 Accepted 15 June 2020  <b>Article Classification:</b> Research Article	<b>Purpose</b> – This study aims to identify effective factors in the emergence of creative ideas in Turkey with the impact of globalization to science and technology. <b>Design/methodology/approach</b> – Survey has been done in Mersin City of Turkey including 59 small and medium enterprises (SMEs) working in separate sectors. Six questions were asked to determine subjects that have impact on building creative ideas. The data collected from all the participant interviews were grouped and analyzed in accordance with the qualitative research techniques. All the collected varies are supported by studies in the literature. <b>Findings</b> – As a result of analyzing the obtained data by grouping, it is determined that there is a greater interest in entrepreneurship and innovation in information and manufacturing sectors. It has been determined that the founders and owners of the organization give more importance to innovation. It has been determined that experience, education, research, and sensitivity to personality traits are at the forefront by the employees. It is determined that business knowledge and cognitive competence are at the forefront within the scope of organizational features. <b>Discussion</b> – The results obtained from the study are analyzed on the basis of personal and organizational features on a sectoral basis. It is considered that it will contribute to the literature and support future studies due to a detailed examination on a sectoral basis.

### Önerilen Atf/ Suggested Citation

Erogluer, K., Mert, İ., S. (2020). Türkiye’de İnovatif Girişimciliğe Esas Yaratıcı Fikirlerin Ortaya Çıkışında Etkili Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Keşfedici Nitel Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 1722-1738.

## 1. GİRİŞ

İnsanın toplu halde yaşamaya başlaması ile birlikte ön plana çıkan ihtiyaçların karşılanması sorunu ekonomik işleyişin temelini oluşturmuştur. Artan nüfusla birlikte ihtiyaçların karşılanması temel sorun olarak yönetimlerin sürekli gündeminde olmuştur. Özellikle sanayi devrimi sonrasında üretim süreçlerinde yaşanan gelişmeler ve müşteri beklentilerindeki değişim örgütlerin pazar paylarını arttırmaya yönelik uğraşlar içine girmesini gerektirmiştir.

Küreselleşme ile birlikte ticaretin ülke sınırlarını aşacak şekilde kolaylaştırılması, örgütlere bir yandan önemli avantajlar sağlarken, diğer yandan örgütleri ulusal ve uluslararası platformda faaliyet gösteren rakiplerin yıkıcı rekabet koşulları ile mücadele etmek zorunda bırakmıştır. Örgütler stratejik olarak sürdürülebilir rekabet gücü kazanabilmesi için bulunduğu sektörde yenilikçi bir politika izlemek zorundadır. Örgütler yeni ve yenilikçi fikirleri destekleyerek çalışanların girişimcilik özelliklerini ön plana çıkarmalıdır. Girişimcilik ve yenilikçilik yapı itibarıyla birbirini bütünleyen bir yapıda olup, yenilikçilik girişimci bireyin neredeyse vazgeçilmez bir özelliği olarak görülmektedir (Mert, Güney ve Güney, 2009).

Örgütler girişimci ve yenilikçi bir ruhla inovasyon uygulamalarını hayata geçirerek, bulunduğu sektörde reaktif diğer bir ifadeyle gelişmelerden etkilenen değil, proaktif, sektörü etkileyen bir yaklaşım sergilemeli ve bu şekilde rekabet şartlarını karşılayacak bir rekabet avantajı elde ederek varlığını sürdürmelidir.

Bahse konu bu rekabet avantajının yakalanması örgütlerin yenilikçi performanslarının artırılması ile mümkün olabilecektir. Yenilikçi performansın artırılmasında etkili olan bir çok faktörden söz edilebilirse de, özellikle ülkemizde örgütsel öğrenme ve örgüt içi iletişimin örgütsel yenilikçi performansı etkilediği ancak bu etkinin inovasyon için işbirliği üzerinden ortaya çıktığı vurgulanmaktadır (Kaya vd., 2020). İnavosyon için işbirliği ise, bir inovasyon fikrinin belirmesi ile mümkündür. İnovatif fikir ve bu fikrin nasıl ortaya çıktığı, inovatif girişimciliğin özünü oluşturmaktadır. Elbette inovatif fikrin çıkış noktası bireydir. Her ne kadar bir tek kişinin, günümüzün bilgi ve teknoloji yoğun ortamında, sadece kendi başına inovatif süreci baştan sona yürütüp şekillendirmesi neredeyse olanaksız olsa da, inovatif fikrin ilk kıvılcımının bireyden çıktığı ve inovasyon dediğimiz büyük bir atışe dönüştüğü söylenebilir. Bu kapsamda, inovatif fikre dayanan girişimciliğin kıvılcımını ateşleyen bireylerin sahip olduğu özelliklerin, bu fikirlerin çıkışında etkili olan faktörlerin bilinmesi hatta bunun da ötesinde keşfedilmesi önemlidir. Böylece inovatif fikir potansiyelinin kaynağı da anlaşılabilir ve bu potansiyel rekabet avantajına döndürülebilir. Nitekim, ülkemiz çalışanlarının potansiyellerinin performansla dönüştürülmesinde eksiklik olduğu (Mert, 2013) ve çalışanların sahip olduğu potansiyel ve performansla dönüşebilecek kapasitenin, hem kendilerince hem de yöneticilerce yeterince bilinmediği, farkında olunmadığı (Mert, 2020) dikkate alınrsa inovatif fikrin kaynağı olan potansiyelin keşfedilmesinin önemi daha iyi anlaşılabilir. Nitekim, yenilikçi düşüncelerin ortaya çıkmasında önemli bir rol oynayan ve beynin dört temel baskın düşünme stili arasında yer alan “hayal gücü yüksek” düşünme şeklinin ülkemizde yapılan bir araştırmada %10,3 seviyesinde olduğu tespit edilmiştir (Mert, 2003).

Diğer yandan, inovatif girişimciliğe esas teşkil eden yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler, her bedene uyacak bir elbise değildir. Başka bir ifadeyle, konu birey, insan olunca gelenek görenekler, duygular, ahlak, kişilikler, kültür vb. birçok husus ön plana çıkar. Bu nedenle, bir toplumda, kültürde, ülkede ortaya konan faktörlerin başka bir toplumda aynı önem ve öncelikle etkili olacağı söylenemez. Bu durum bizi, kendi ülkemizde inovatif fikrin kaynağı olan potansiyelin keşfedilmesine yönelik keşfedici araştırmalara yöneltmektedir.

Bu çerçevede, yapılan bu çalışmanın amacı, ülkemizde inovatif girişimciliğin ortaya çıkmasında etkili faktörlerin belirlenmesidir. Bu kapsamda, gerçekleşmiş inovatif girişimcilik örnekleri incelenerek, inovatif fikrin ortaya çıkmasında etkili olan faktörlere yönelik alt kategorilerin neler olduğu ve sektörel bazda bu alt kategorilerin öncelikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın bundan sonraki kısmında, öncelikle girişimcilik ve inovasyon kavramları ve aralarındaki ilişkiye dair kısa bir literatür incelemesine yer verilmiş, müteakiben araştırma yöntemi olan keşfedici nitel araştırmanın seyri ve elde edilen bulgulara değinilerek sonuç ve öneriler kısmında bulguların yorumu ile araştırmacı ve uygulayıcılara ışık tutacağını değerlendirdiğimiz önerilere yer verilmiştir.

## 1.1. Kuramsal Çerçeve

### 1.1.1. Girişimcilik

Girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları ekonomik faaliyetlerin ve ilişkilerin oluşmasında, ekonomik işleyişin sağlanmasında temel unsurlar arasında yer alırlar. Ekonomik hayatın işleyişinde çok önemli yeri olan ve sistemin çarklarını döndüren elbette ki girişimcidir. Hisrich ve Peters (2001) kendisi de bir üretim faktörü olan girişimciyi tanımlarken sermaye, insan, makine ve teçhizat gibi üretim faktörlerini bir araya getirerek daha büyük değerler yaratan kişi olarak ifade etmişlerdir.

Girişim kavramı “Bir işe girişme, teşebbüs” olarak, girişimci “ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis”, ve girişimcilik ise “girişimci olma durumu” olarak tanımlanmıştır (TDK).

Girişimcilik kavramı Fransızca “entre” (girmek, giriş) ve “prendre” (almak, üstlenmek) sözcüklerinden türetilmiş (Öğüt vd., 2006:431) ve iş yaşamında kar ve zararı kendisine ait olmak üzere fırsat olarak gördüğü alana riski kabullenerek yatırım yapma olarak, yatırım yapan kişi ise girişimci olarak ifade edilebilir. Girişimcilik kavramının önemini ekonomik alanda ilk kez farkına varan ve dile getiren Fransız Cantillon iken, Jonn Stuart ise İngiliz literatüründe kullanmıştır. Üretim faktörleri arasında ise Jean Baptiste Say tarafından kullanılmıştır. Girişimci ise risk alabilen, gerekli olan sermayeyi ortaya koyabilen, yenilikçi düşünce yapısına sahip, karar verici girişimci ve yönetici, “endüstriyel lider” (Baretto, 1989:4) olarak ifade edilebilir (Çöğürçü, 2016:66).

Girişimcilik kültürel faktörlere ve duruma göre değişiklik göstermekle birlikte ekonomi, sosyoloji ve psikoloji dalları başta olmak üzere pek çok disiplinle ilişkili bir kavramdır (Bozkurt vd., 2012:233).

Girişimcilik ile ilgili akademik, özel ve kamu sektörlerince kendi ihtiyaçları ve beklentilerine yönelik tanımlamalar yapıldığından herkes tarafından kabul görebilecek bir tanımlama yapılamamıştır. Bununla birlikte yapılan tanımlar incelendiğinde genellikle bir örgüt/işletme kurma, yenilikçi düşünme, güçlü bir öngörü, risk alma ve fırsatları görebilme, sorumluluk alma, yönetim ve inovasyon kavramlarının tanımlamada kullanıldığı görülmektedir (İyidemirci, 2019:6).

Girişimcilik sahip olduğu özellikler ve dinamizm ile toplumlar üzerinde ekonomik ve sosyal etkileri olan bir kavramdır. Ekonomik açıdan bakıldığında istihdam yaratması, işsizliği önlemesi, ekonomik büyümeyi desteklemesi, yeni sektörlerin oluşmasına destek olması, toplumun refah düzeyini yükseltmesi gibi özellikleri sıralanabilir (Bozkurt vd., 2012:234).

Girişimcilik kişiler ve toplum için katma değer üreten, örgüt veya kişinin çevresinde var olan çeşitli tehdit ve fırsatların farkında olup, yapılacak yatırımdan kaynaklanabilecek risklerin kabullenildiği inovasyon süreci olarak ifade edilmiştir (Semerci, 2018:3).

Girişimcilik kavramının ana aktörü olan girişimci ise üretim faktörleri arasında sayılan emek, sermaye, doğal kaynaklar ve bunları işlemede kullandığı teknoloji ile bir araya getirip işleyerek mal veya hizmet üreten kişi olarak tanımlanmıştır (Ballı, 2017:146).

Girişimcilik konusu üzerinde yapılan bazı çalışmalarda (Ağca ve Yörük, 2006:158) kişilerin davranış biçimleri incelenmiştir. İnisiyatif alma, risk alma, kaynakları ve şartları ekonomik olarak düzenleme davranışları bu kapsamda değerlendirilmiştir. Girişimcilik yeteneğini etkileyen faktörler arasında (Bozkurt ve Erdurur, 2013:59) tarafından başarıma ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma, tolerans gösterme, kendine güven ve yenilikçi olma sıralanmıştır. Bridge vd. (2003:21) ise yaratıcı olma, sorumluluk sahibi olma, fikirleri düzenleyebilme, karar alma ve başkaları ile ilişkiler kurma özelliklerini sıralamışlardır. Bu özelliklerle birlikte yenilikçi düşünme, fırsatları görebilme, yeni bir iş kurma, gözlem yapabilme, liderlik yapabilme, pratik zeka, bilgi sahibi olma, azimli olma gibi özellikler de sayılmıştır (Ballı, 2017:148).

Girişimci içinde bulunduğu toplum, grup ve ekonomik sistemi bilen bu faktörlerin özellikleri ve beklentilerine göre hareket eden, fırsatları görebilen kişilerdir. Hisrich ve Peters (2001:32-33) çalışmalarında girişimci kişileri diğerlerinden ayıran bir takım faktörlerin olduğunu belirtmişlerdir. Bu faktörler arasında kişilerin risk alabilme yeteneklerinin olması, öngörülü kişilik özelliğine sahip olması, kararlı olması yanında etkili karar

verme becerisine sahip olması, güçlü bir iletişim yeteneğinin olması ve girişimcilik yeteneğinin olması sıralanmıştır (Tekin, 2018:151).

Girişimcilik kavramına yönelik yaklaşımlar arasında Schumpeter'in (1961) yaklaşımı büyük ölçüde kabul görmüştür. Bu yaklaşımın temel noktasında yenilik kavramı yer almaktadır. Girişimci kişiler inovasyon yapan ve denenmiş yöntemleri geliştiren kişiler olarak ifade edilmiştir (Ballı, 2017:148).

Girişimciler sahip oldukları özelliklere göre kategorilere ayrılmıştır. Ballı (2017:153) yaptığı çalışmada girişimcilerin Smith (1967) tarafından esnaf girişimci ve fırsatçı girişimci olarak ayrıldığını, Filley ve Aldag (1978) tarafından yapılan çalışmada ise esnaf girişimci, promosyon girişimci ve yönetici girişimci olarak kategorilendirildiğini belirtmiştir. Bununla birlikte Kimanzi (2015) girişimcileri şüpheli, taklitçi, araştırmacı, kararlı ve başarılı girişimci olmak üzere beş grupta incelemiştir (Ballı, 2017:157).

Girişimcilik fırsatları görme ve bu fırsatlardan faydalanmak için fikir üretme ve risk almakla ilgilidir. Girişimcilik aynı zamanda yenilik ve geliştirme ile de yakından ilgilidir. Yeni fikrin hayata geçirilmesi ile birlikte zamanla çevresel değişimlere uyum sağlayabilmek için sunulan mal ve hizmetleri geliştirmeye ve değer yaratmaya yönelik olarak sürekli bir faaliyet olan inovasyon kavramı ön plana çıkmaktadır. Örgütlerin rekabet koşulları altında ayakta kalabilmesi için inovasyon uygulamalarını sürekli canlı tutmaları gerekir.

### **1.1.2. İnovasyon**

Sanayi devrimi ve sonrasında yaşanan süreçlerle birlikte günümüzün en önemli kavramı olan küreselleşme insanlığın bilgi birikimi ve gelişimi açısından ulaştığı en üst noktaya işaret etmektedir. Küreselleşme ile birlikte sermaye, bilgi, teknik, mal ve hizmetlerin sınır tanımadan dolaşması her ne kadar başlangıçta örgütler için yeni kapılar açmış olsa da yoğun rekabet ortamı örgütlerin varlığını tehdit eden unsurlar arasında ilk sırada gelmektedir.

Örgütler bu yoğun rekabet ortamında varlıklarını devam ettirebilmek ve kar elde edebilmek için ana işgal konularını daha iyi ve daha az maliyetle yerine getirerek faaliyette buldukları sektörde etkinlik ve verimliliğe ulaşmaları gerekmektedir. Bunu sağlayabilmelerinin temel koşulu ise inovasyon ve yenilikçiliğe önem vermeleridir.

İnovasyon "yenileşim" anlamına (TDK) gelmektedir. Kavram "yeni ve değişik bir şey yapma" anlamına gelen Latince "innovatus" kelimesine dayanmaktadır. Ekonomik ve sosyal yaşam başta olmak üzere hayatın her alanındaki süreçlerde "farklı ve yeni yöntemlerin kullanılması" düşüncesi belirtilmektedir (Şen, 2017:4). İnovasyon kavramının "toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması" şeklinde tanımlandığı (Elçi, 2006) belirtilmiş ve yapılan yeniliğin ekonomik bir değer taşıması durumunda kişilerin ve toplumun refahına katkı sağlayacağından inovasyon olarak değerlendirilebileceği ifade edilmiştir (Yılmaz ve İncekaş, 2018:155).

İnovasyonla ilgili yapılan ilk tanımlardan itibaren sürekli olarak bir işin eskiden olduğundan daha değişik bir şekilde yapılması vurgulanmıştır. İnovasyonla ilgili Schumpeter'in (1939) yaptığı tanımda ürün ve hizmetlerin üretim yönteminden başlamak üzere üretimin her aşamasında ve sonrasında kullanılmakta olan tüm süreç ve işlemlerde iyileştirme ve diğerlerinden ve rakiplerinden farklı şeyler yapmanın önemi vurgulanmıştır (Kayalar ve Arslan, 2018:518).

İnovasyon kavramının ilgili literatür incelendiğinde buluş, yaratıcılık, Ar-Ge, girişimcilik ve değişim gibi kavramlarla yakın ilişki içinde olduğu görülmektedir. Buluş ile inovasyon arasındaki temel farkın bir ihtiyacı giderme olduğu, inovasyonun bir ihtiyacı gidermek için yapıldığı oysa buluş için bunun söylenemeyeceği belirtilmiştir. Yaratıcılığın bilimsel buluşlar için farklı düşüncelerin kullanılması olduğu ve inovasyonun temelinde yer aldığı belirtilmiştir. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile ilgili olarak müşteri beklentilerini karşılamak amacı taşıması ve ekonomik değer yaratması nedeniyle inovasyon ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Şen, 2017:5).

Günümüzde bilgiye sahip olmak çok önemli olmakla birlikte, daha da önemlisi bilgiyi işleyebilmek, kullanabilmek ve bu bilgiden değer yaratmaktır. Bunun sağlanabilmesi ise inovasyon ve Ar-Ge çalışmalarına verilen destek ve önemle doğru orantılıdır (Tezcan, 2018:37).

Yapılan çalışmalarda inovasyonun farklı Şekillerde kategorilere ayrıldığı grlmektedir. Bu kategoriler arasında; kullanıldığı alan göre ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyon inovasyonu Şeklinde sıralanmıştır. Bunun yanında bir ayırım da önemine göre yapılmıştır. Buna göre, radikal veya küçük artımsal inovasyon ile teknolojik veya teknolojik olmayan inovasyon Şeklinde ayırma da tabi tutulmuştur (Yılmaz ve İncekaş, 2018:156).

*rn/Hizmet İnovasyonu:* rgtler kuruluş amacı ve yeteneklerine uygun olarak mal veya hizmeti müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak amacıyla onlar için bir değer yaratırken, aynı zamanda kendi amaçlarına ulaşmak niyetiyle üretir veya sunarlar. Yeni rn veya hizmet, müşterinin kullandığı veya faydalandığı ürün ve hizmetin aynı işlevi yerine getirirken veya faydayı sağlarken aynı zamanda onu yeni süreçlerle destekleyerek sağladığı faydayı arttırması ve buna müşterilerin de inanmasının sağlanmasıdır.

*Süreç İnovasyonu:* rgtlerin mal ve hizmet üretim ve sunumunda kullandıkları süreçlerin radikal bir Şekilde iyileştirilmesi veya yeniden dizayn edilmesi (Şen, 2017:20) olarak ifade edilebilir. Benzer bir Şekilde retim ve dağıtım süreçlerinde örgütlerin teknolojik değişimler yanında bilişim sistemlerinde de yaptıkları değişimlerle değer yaratmaları (Yılmaz, 2015:68) olarak belirtilmiştir.

*Pazarlama İnovasyonu:* Pazarlama inovasyonu örgüt tarafından üretilen ürünün veya sunulan hizmetin müşterilere ulaştırılması, pazarlama sürecinde yapılan yenilik ve geliştirmeler olarak ifade edilmiştir. Pazarlama inovasyonu ürün tasarımı, fiyatlandırma stratejisi, satış kanalları ve promosyon yöntemi olmak üzere dört kısıma ayrıldığı ifade edilmiştir (Biimveren, 2017:31).

*Organizasyon İnovasyonu:* Organizasyon inovasyonu ile örgütün yönetim sisteminde yapılan yenilik ve değişimler ifade edilmektedir. Hamel (2006), rgtsel inovasyonun örgütün tedarik, lojistik, müşteri desteği gibi süreçlerine odaklandığını belirtmiştir. Stratejik planlama, anapara yönetimi, proje yönetimi, işe alma ve terfi politikası, çalışan değerlendirmesi, i iletişim ve bilgi yönetimi gibi yönetim süreçlerin organizasyon inovasyonunun hedefi olduğunu ifade etmiştir.

### 1.1.3. Değişkenler Arası İlişkiler

Yenilikçilik, girişimilik ve inovasyon birbiriyle yakın ilişki içinde olan kavramlardır. Yenilikçilik, rn ve hizmetlerin halen uygulanan ve bilinenden farklı olarak yeni yöntem ve süreçlerin yardımıyla üretilmesi veya sunulması olduğu göz önüne alındığında inovasyon ile yakın ilişki içinde olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte inovasyon girişimilikle de yakın ilişki içindedir. Zira inovasyon için üretim faktörlerinin sağlanması gerekmektedir. Bu ise girişimi bir ruh ve bir girişimi ile sağlanır (Şen, 2017:4).

Yenilikçilik ve girişimilik arasındaki ilişkiye yönelik özgül ve Yücel (2018:331) tarafından yapılan çalışmada girişimilik merakı ile yenilikçilik arasında olumlu yönde ilişki olduğu belirtilmiştir.

Toplumsal yaşamın önemli sistemlerinden biri olan ekonominin işleyişi büyük oranda girişimi kişiler ve onların girişimi davranışı ile sağlanır. Kişilerin girişimilik davranışları üzerinde hangi özelliklerin etkili olduğuna yönelik yapılan çalışmalarda kişilik özellikleri ve vre üzerinde duran (ren ve Biçkes, 2011) alışmalar vardır (İyidemirci, 2019:7).

Yüksek teknolojide inovasyon bir hedef, girişimilik bir araken, işsizlik probleminin artması ile birlikte girişimilik bir hedef haline gelmiştir (Ripas, 1988:103).

İnovasyon konusunda yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun örgüt boyutunda yapıldığı, bireysel boyutta yapılan çalışmaların ise daha az sayıda olduğu belirtilmiştir (Semerci, 2018:3). Örgütlerin yeni mal ve hizmet üretmelerinde ve yeni pazarlara girmelerinde (Lawson vd., 2006:242) ve böylece örgütlerin pazardaki durumlarını belirlemede Ar-Ge faaliyetleri bir süreç olarak destekleyici ve yol göstericidir (İrmiş ve zdemir, 2011:139).

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde yenilikçilik ile girişimilik eğilimi ve yeteneği arasında olumlu yönde ilişki olduğu (Shavinina, 2013), eğitim düzeyinin yüksek olması ve kişinin kendine olan güveninin kişilerin yenilikçilik düşünceleri üzerinde etkili olduğu (Kolinger, 2008) ve kişinin girişimiliğe yönelik eğiliminin yenilikiliğinde olumlu yönde etkisi olduğu ifade edilmiştir (Semerci, 2018:16).

Yapılan bir araştırmada Türkiye’de girişimilerin sahip olması gereken özellikler arasında “ileriye görebilme” ilk sırada yer alırken, “yenilikçilik, analiz yapabilme, risk alabilme, örgütlenme yeteneği, iletişim kurabilme

yeteneği, başarma hırsı, karar verme, liderlik, rekabetçi olma" gibi özellikler sayılmıştır (Bozkurt vd., 2012:231).

KOBİ'lerin girişimcilik ve inovasyon başarısı üzerine yapılan bir çalışmada yönetici pozisyonundaki çalışanların kişisel girişimcilik becerilerinin önemli olduğu belirtilmiştir (Kosa, 2019:1793). Gerçekten de küçük ve orta ölçekli işletmelerin itici gücünün sahipleri veya yöneticileri olduğu düşünöldüğünde, bu kişilerin vizyonları ve girişimcilikleri örgütün geleceği üzerinde çok önemli etkileri olacağı değerlendirilmektedir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmada Mersin'de faaliyet gösteren kamu ve özel sektöre ait işletmelerde çalışanların girişimcilik ve inovasyon konusunda görüşleri tespit edilerek ulusal ve uluslararası yazında yer alan teorik ve pratik bilgiler ışığında yorumlanması amaçlanmıştır. Bu kapsamda girişimcilik özellikleri olarak hangi özelliklerin ifade edildiği, hangi sektörde hangi özelliklere daha çok ihtiyaç olduğu ve beklenen girişimcilik özelliklerinin neler olduğunu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

### 2.2. Araştırmanın Örnekleme ve Yöntem

Çalışma kalitatif nitelikte bir araştırmadır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi elde edilen verilerin önceden belirlenmiş kurallara uygun olarak yapılan kodlamalarla verilerin değerlendirilmesine dayanır. İçerik analizi yöntemi, mesajın içeriğine ve aktardığı bilgiye dayanır (Yıldırım, 2015:105). İçerik analizi yöntemi benzer araştırma yöntemlerine göre verileri daha bilimsel şekilde ortaya koyması nedeniyle tercih edilmektedir (Çilingir, 2017:148). İçerik analizi yöntemi aynı zamanda araştırmacılar için metodolojik olarak disiplinler arası kullanım imkanı sunabilen esnek bir yapıya sahiptir. Bu durum içerik analizi yöntemi için güçlü ve önemli bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle içerik analizi, bilimsel bir yöntem olarak sosyal bilimlerin alanında önemli bir kullanım alanına sahiptir (Yıldırım, 2015:115). İçerik analizi yöntemi aynı zamanda araştırmacılara istatistiksel uygulamalarla elde edilen veriler üzerinden yorum yapma olanağı sunar ve araştırmacının sistematik ve objektif bir yorum yapabilmesini sağlar (Koçak ve Arun, 2006:24; Çilingir, 2017:150).

Araştırmada kullanılan veriler Mersin'de kamu ve özel sektörde faaliyet gösteren örgütlerin sahibi, yöneticisi ve çalışanları ile Kasım-Aralık 2019 tarihleri arasında yapılan mülakatlar yoluyla elde edilmiştir. Araştırma için 59 örgütte örgüt sahibi, kurucusu veya ortağından en alt seviyedeki çalışanın da dahil olduğu 166 gönüllü katılımcının girişimcilik ve inovasyon üzerine yaptıkları yenilikçi çalışmalar, uygulamalar ve süreçler hakkında bilgi edinmek üzere açık uçlu sorulardan oluşan özel bir görüşme formu düzenlenmiştir. Katılımcılarla birlikte belirlenen zaman ve yerde en kısa süren görüşme yaklaşık 30 dakika olmak üzere kimi zaman 60 dakikaya varan görüşmeler yapılmıştır.

Görüşme formunda sektör, yenilikçi projenin adı, projedeki yenilikçi fikrin ne olduğu, yenilikçi fikri kimin ortaya attığı, yenilikçi fikrin ortaya çıkmasında hangi özelliklerin etkili olduğu, yenilikçi projede hangi çevresel ve örgütsel faktörlerin etkili olduğuna yönelik ifadeler yer almıştır. Görüşmeler tamamlandıktan sonra görüşme formları incelenmiş, veriler gruplandırılmıştır.

## 3. BULGULAR

Çalışmanın başlangıç aşamasında Mersinde faaliyet gösteren örgütlerle irtibata geçilerek yapılması planlanan araştırma ile ilgili bilgi verilmiş, katılım durumları belirlenmiştir. İrtibat kurulan 59 küçük ve orta ölçekli işletme çalışmaya katılmış, görüşmeler Kasım-Aralık 2019 tarihleri arasında yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler tasnif edildiğinde 59 işletmenin 6 farklı sektörde yer aldığı belirlenmiştir. Çalışmaya katılan işletmelerin sektörlere göre dağılımları Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Sektörlere Göre Dağılım

Sektör	Frekans	Yüzde
Tarım ve Hayvancılık	5	8,5
İmalat	15	25,4
Bilişim, Teknoloji, Elektrik ve Enerji	17	28,8
İnşaat	5	8,5
Hizmet-Özel	11	18,6
Hizmet-Kamu	6	10,2
<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>100</b>

Çalışmaya 6 sektörden 59 işletme katılmıştır. Bu işletmelerin % 8,5'i (5) tarım ve hayvancılık, % 25,4'ü (15) imalat, %28,8'i (17) bilişim, teknoloji, elektrik ve enerji, % 8,5'i (5) inşaat, % 18,6'sı (11) hizmet (özel) sektör ve % 10,2'si (6) hizmet (kamu) sektörlerinde yer almaktadır. Çalışmaya katılımın en fazla olduğu sektör bilişim sektörü olarak belirlenmiştir. Bilişim, elektronik, enerji ve elektrik sektörleri günümüz dünyasının vazgeçilmezleridir. Enerji kaynakları ve elektrik olmadan temelde günümüz yaşam stiline sürdürülmesi imkansızdır. Bu derece güçlü olan bu sektörlerde ulusal ve uluslararası rekabet de oldukça güçlüdür. Bu nedenle bu sektörde faaliyet gösteren örgütlerin girişimcilik, yenilik ve inovasyon konularına olan ilgilerinin de yüksek olması gerekir. Çalışma sonucunda da en yüksek katılımın bu sektörlerden sağlandığı görülmüştür. Diğer sektörlerde olduğu gibi özellikle imalat sektörünün ürünleri ve bu ürünleri üreten işletmeler arasında da rekabet oldukça yüksektir. Sektörde benzer ürünü üreten çok sayıda firma olması, tüketicilerin maliyet hesabına yönelik olarak hareket etmeleri bu sektörün işletmelerinin dikkatlerini rekabet, maliyet, kalite ve pazar payına çevirmelerine neden olmakta ve rekabeti şiddetlendirmektedir.

Çalışmaya katılan örgütlerde görüşme yapılan personelin statüsüne göre dağılımları Tablo 2'de sunulmuştur. Çalışmaya katılan işletmelerin genel olarak küçük ve orta ölçekli işletmeler olması nedeniyle görüşme yapılan çalışanların % 35,4'ü (59) işletmenin sahibi, ortağı veya üst kademe yöneticisi (müdür) olduğu görülmektedir. Yine bu tür işletmelerde yenilikçi ve inovatif fikir ve uygulamaların kaynağının büyük kısmının da bu grup olduğu yapılan görüşmelerde belirlenmiştir.

**Tablo 2.** Çalışanların Örgütteki Statülerine Göre Dağılımı

Örgütteki Statü	Frekans	Yüzde
Kurucu/Sahip, Ortak	35	21
Üst Kademe Yönetici	24	14,4
Orta Kademe Yönetici	16	9,6
Alt Kademe Yönetici	20	12
AR-GE Çalışanı	16	9,6
Örgüt Çalışanı	30	18,4
Danışman-Akademisyen-Lisansüstü Öğrenci	14	8,4
Serbest Çalışan	11	6,6
<b>Toplam</b>	<b>166</b>	<b>100</b>

Tablo 2’de yer alan bilgilere göre çalışmaya katılanların %21’i (35) kurucu, sahip ve ortak statüsünde olduğu, üst, orta ve alt kademe yöneticilerinin sayısının %36 (60) olduğu, %9,6’sının (16) Ar-Ge çalışanı oldukları belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan 166 kişiye yöneltilen “Girişimcinin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğu” ifadesine verdikleri cevaplar gruplandırıldığında Tablo 3’te yer alan verilere ulaşılmıştır. 166 çalışana göre girişimcinin sahip olması gereken kişisel özellikler 11 farklı başlıkta 438 kez ifade edilmiştir. Katılımcılara göre yenilikçi ve yaratıcı olmanın önemli bir özellik olduğunu 39 kez belirtilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcılara Göre Girişimcinin Sahip Olması Gereken Kişisel Özellikler

Kişisel Özellikler	Frekans	Yüzde
Yaş	36	8,2
Cinsiyet	21	4,8
Eğitim	62	14,2
Tecrübe	88	20,1
Araştırmacı Odaklılık	45	10,3
Yenilikçilik ve Yaratıcılık	39	8,9
Girişimcilik	32	7,3
Özgüven	30	6,8
Çevrenin İhtiyaçlarına Duyarlılık	40	9,1
Zeka ve Bilişsel Özellikler	16	3,6
Azim ve Sebat	29	6,6
<b>Toplam Tekrar Sayısı</b>	<b>438</b>	<b>100</b>

Katılımcıların girişimcinin sahip olması gereken önemli kişisel özellikler arasında tecrübenin %20,1 ile (88 kez ifade edilmiş) ilk sırada, eğitimin %14,2 ile (62 kez ifade edilmiş) ikinci sırada, araştırmacı odaklılığın ise %10,3 ile (45 kez ifade edilmiş) üçüncü sırada yer aldığı görülmüştür. İş yaşamında tecrübe çok önemli bir faktör olarak değerlendirilir. Tecrübe aynı zamanda yapılan işteki ustalığı, ince noktalara hakimiyeti de ifade etmesi açısından yenilikçi ve inovatif fikirlerin ortaya çıkmasında da önemli etkisi olduğu değerlendirilmektedir. Tecrübeli çalışanların işin yapılması konusundaki bilgileri süreçlerde yaşanan hata veya eksiklikleri kolayca görmeleri veya yaşanan değişiklikleri daha kolay algılamaları ve bunlara uyum sağlamaları açısından ön plana çıkmaktadır. Tecrübe kadar önemli bir konu da eğitimidir. Günümüzde eğitim hayatın her alanında olduğu gibi örgüt yaşamında da gelişmeleri takip edebilmek için önemli bir konudur.

Demografik özelliklerden yaş faktörünün önemli olduğu çalışmada katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Çalışanların yaş ve eğitim durumlarına göre Ar-Ge ve yenilik yapma düzeylerinin farklılık gösterdiği özellikle 40 yaş altı çalışanların bu özelliklerinin daha büyük çalışanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Genç çalışanların yeniliğe daha açık oldukları eğitim seviyesi yükseldikçe Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerine yönelik düşüncelerin önem kazandığı ifade edilmiştir (İrmiş ve Özdemir, 2011:157).

Cinsiyetin yenilikçilik üzerindeki etkisine yönelik Bedük vd. (2016:13) tarafından yapılan çalışmada kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha cesur oldukları belirlenmiştir. Okay ve Karahan (2010:312) tarafından yapılan çalışmada erkek girişimci sayısının daha fazla olduğu, kişisel özelliklere yönelik olarak yığılmanın “Girişimcinin kişisel özellik ve özgüven” faktöründe yoğunlaştığını belirlemişlerdir. Literatürde yer alan bu sonuç çalışmada ulaşılan sonucu destekler niteliktedir.

Girişimcilerin sahip olması gereken özellikler arasında araştırmacı olma (%10,3), çevrenin ihtiyaçlarına duyarlılık (%9,1), yenilikçi ve yaratıcı olma (%8,9) ile azim ve sebat gösterme (%6,6) özellikleri katılımcılar



tarafından önemli olarak görülmüştür. Bu özellikler girişimci kişinin sahip olması gereken, onu harekete geçiren ve diğerlerinden ayıran nitelikler olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo 4.** Örgütsel Özellikler

Örgütsel Özellikler	Frekans	Yüzde
Örgütsel Rekabet İsteği	19	16
Liderlik ve Saygınlık İsteği	15	12,6
Ortak İş Yapma Kültürü	11	9,2
İşe Yönelik Yetkinlikler	23	19,3
İş Bilgisi	28	23,6
Bilişsel Yetkinlik	23	19,3
<b>Toplam Tekrar Sayısı</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

Çalışanlara yöneltilen sorulara verdikleri cevaplar incelendiğinde örgütsel özelliklere yönelik ifadeler ve bunların gruplandırılmasıyla elde edilen sonuçlar Tablo 4’te sunulmuştur. Katılımcıların yenilikçi düşünce ve inovatif uygulamalarda iş bilgisinin %23,6 ile (28 kez ifade edilmiş) ilk sırada, aynı önem derecesine sahip olan bilişsel yetkinlik ve işe yönelik yetkinlikler % 19,3 ile (23 kez ifade edilmiş) ikinci sırada yer aldıkları, liderlik ve saygınlık isteğinin %12,6 (15 kez ifade edilmiş) ile dördüncü sırada yer aldığı belirlenmiştir. Örgütlerin sektörlerinde varlığını sürdürebilmesi için rekabet edebilme yeteneği göz önüne alındığında katılımcılar bu niteliği %16 (19 kez ifade edilmiş) seviyesinde önemli görmüşlerdir. Örgütsel özellikler kapsamında ortak iş yapma kültürünün de önemli olduğu ifade edilmiştir. Örgütün belirlenen bir amacı gerçekleştirmek üzere faaliyetler arası koordinasyonun yapıldığı bir yapı olduğu düşünöldüğünde önemli bir özellik olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 5.** Sektörlere Göre Demografik Özelliklerin Dağılımı

Kişisel / Sektör	Tarım ve Hayvancılık		İmalat		Bilişim, Teknoloji Elektrik ve Enerji		İnşaat		Hizmet (Özel)		Hizmet (Kamu)		Toplam
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
<b>Yaş</b>	4	11,1	5	13,9	6	16,7	3	8,3	13	36,1	5	13,9	36
<b>Cinsiyet</b>	3	14,3	2	9,5	6	28,6	0	0	6	28,6	4	19	21
<b>Eğitim</b>	4	6,5	12	19,4	14	22,6	5	8	12	19,4	15	24,2	62
<b>Tecrübe</b>	9	10,2	12	13,6	15	17	9	10,2	27	30,7	16	18,2	88

Kişisel özelliklere göre elde edilen veriler katılımcıların sektörleri de dikkate alınarak Tablo 5’te sunulmuştur. Cinsiyetin önemli olduğunu vurgulayan sektörler incelendiğinde bilişim (%28,6), hizmet (özel) (%28,6) ve hizmet (kamu) (%19) sektörlerinin ön plana çıktığı görölmektedir. Bu sektörlerde kadın çalışan sayısının fazla olmasının önemli olduğu değerlendirilmektedir. Özellikle hizmet sektöründe kadın çalışanların sektörün her alanında ve sürecinde yer almaları ve çoğunlukla ön planda olmalarının katılımcılar tarafından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Çalışanlarca girişimcilik ve inovasyonda “yaş”ın önemli bir faktör olduğunu belirten sektörler Tablo 5’te sunulmuştur. Hizmet (özel) sektöründe (%36,1) diğer sektörlerle göre yaşın daha önemli olduğu vurgulanmıştır. Hizmetin müşteri ve çalışan arasında belirli bir sürede ve bir defada gerçekleştiği düşünöldüğünde müşteri memnuniyeti için sunulan hizmetin her aşamasında hizmeti sunan çalışanın fiziksel özellikleri yanında bilgi ve tecrübesinin de önemi olduğu değerlendirilmektedir. Zira iyi bir iletişim ve etkileşim kurulamadığı takdirde müşteri memnuniyetini sağlamak çok zor olabilir.

Eğitim çocukluktan itibaren başlayıp ömür boyunca hayatın her alanında devam eden kesintisiz bir süreçtir. Bu çalışmada katılımcıların en önemli gördükleri konulardan birisi de eğitim konusudur. Sektörel bazda incelendiğinde imalat (%19,4), bilişim (%22,6), hizmet (kamu) (%24,2) ve hizmet (zel) (%19,4) sektörlerinde eğitime verilen önem düzeyleri Tablo 5'te sunulmuştur. Günümüzde hemen hemen her sektör eğitimi lişen lişanlara ihtiyaç duymaktadır. Küreselleşme sonucunda şiddeti daha da artan rekabet ile mücadele edebilmek için örgütler çalışanların eğitimine özel bir önem vermek durumundadır. Gerek işe alım aşamasında çalışanların eğitim düzeyi ve kalitesi, gerekse istihdam edildikten sonra mesleki gelişim kapsamında çalışanların eğitimine devam edilmesi örgütün entelektüel sermayesine katkı sağlayarak hem rekabet gücünü arttıracak hem de sektördeki imaj ve kalitesi üzerinde etkili olacaktır.

Çalışanlar tarafından yenilikçilik ve inovasyona yönelik en önemli görülen özelliklerin başında tecrübenin yer aldığı belirlenmiştir. Tecrübe alışanların mesleki yaşam süresince gerek eğitim gerekse uygulama ve karşılıklı ilişkiler yoluyla elde ettikleri bilgi birikimidir. Çalışanların bilgi ve tecrübesi arttıka iş süreçlerini değerlendirme, eksiklikleri görme, yenilik yapılması gereken alanları ve ne tür geliştirme faaliyetleri yapılması gerektiğini daha kolay tespit edebilir ve uygulamaya geçebilir. Çalışmada tecrübe faktörünün hizmet (zel) sektöründe (%30,7) ağırlıklı olarak ön plana çıktığı görülmekte, hizmet (kamu) (%18,2), bilişim (%17) ve imalat (%13,6) sektörlerinde de tecrübe önemli bir faktör olarak neredeyse benzer seviyede grlmektedir. Hizmet sektörünün özelliği ve özel sektörün içinde bulunduğu rekabet şartları dolayısıyla tecrübenin ön plana çıktığı değerlendirilmektedir. Çalışmada bilişim sektöründe tecrübe faktörüne verilen önemin araştırma odaklı olma özelliğinden sonra geldiği belirlenmiştir.

**Tablo 6.** Sektörlere Göre Kişisel zelliklerin Dağılımı

Sektör / Kişisel	Tarım ve Hayvancılık		İmalat		Bilişim, Teknoloji, Elektrik ve Enerji		İnşaat		Hizmet (zel)		Hizmet (Kamu)		Toplam
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
<b>Araştırma Odaklılık</b>	3	6,7	5	11,1	17	37,8	7	15,6	8	17,8	5	11,1	45
<b>Yenilikçilik ve Yaratıcılık</b>	2	5,13	10	25,6	12	30,77	8	20,5	5	12,8	2	5,13	39
<b>Girişimcilik</b>	2	6,3	7	21,8	10	31,2	5	15,6	6	18,75	2	6,3	32
<b>zgven</b>	3	10	6	20	8	26,7	4	13,3	7	23,3	2	6,7	30
<b>evrenin İhtiyaçlarına Duyarlılık</b>	3	7,5	6	15	14	35	7	17,5	5	12,4	5	12,4	40
<b>Zeka ve Bilişsel zellikler</b>	1	6,25	4	25	6	37,5	2	12,5	2	12,5	1	6,25	16
<b>Azım ve Sebat</b>	4	13,8	7	24,2	8	27,6	3	10,34	4	13,8	3	10,34	29

Katılımcılar tarafından girişimcilik ve inovasyona yönelik kişilerin sahip olması gereken özelliklerin sektörlere göre dağılımı Tablo 6'da sunulmuştur. Bu tabloda yer alan verilere göre araştırma odaklılık özelliğine bilişim, teknoloji, elektrik ve enerji sektörü katılımcılarının %37,8 oranında, hizmet (zel) sektörü katılımcılarının %17,8 oranında, inşaat sektörü katılımcılarının %15,6 oranında, imalat ve hizmet (kamu) sektörlerinin %11,1 düzeyinde önem verdikleri belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar özellikle bilişim ve teknoloji sektörünün ağırlıklı olarak inovasyon ve girişimcilik konularına önem verdiklerini göstermiştir. Akolaş (2004:40) teknoloji ve bilişim sektörünün bilgi çağında rekabet gücünü kaybetmemek için girişimci ve yenilikçi olması gerektiğini belirtmiştir. Bu sonuç çalışmada elde edilen sonuçlarla paralellik göstermektedir. Bilgi ağında bilişim ve teknoloji sektörlerinin lokomotif rol oynadığı günümüz ekonomik sisteminde

örgütlerin rekabet gücüne sahip olabilmesi için araştırmacı olma özelliğine sahip olmasının önemli rol oynadığı değerlendirilmektedir.

Yenilikçilik ve yaratıcılık özellikleri girişimcilik ve inovasyonun vazgeçilmez özellikleri arasındadır. Bu önemli özellik çalışmada katılımcılar tarafından da belirtilmiştir. Yenilik ve yaratıcılık özelliği, bilişim ve teknoloji %30,77, imalat %25,6 ve inşaat %20,5 sektörlerinde ön plana çıktığı görülmektedir. Hizmet (özel) sektörü çalışanları ise yenilik ve yaratıcılık özelliğine % 12,8 düzeyinde önem verdikleri belirlenmiştir.

Katılımcıların girişimcilik özelliğine verdikleri önem sırasıyla bilişim ve teknoloji sektöründe %31,2 oranında, imalat sektöründe %21,8 oranında, hizmet (özel) sektöründe %18,75 oranında, inşaat sektöründe %15,6 oranında olduğu belirlenmiştir.

Girişimcilik ve inovasyon konusunda önemli olduğu değerlendirilen diğer bir özellik de özgüvendir. Bilişim ve teknoloji sektörü özgüven kişilik özelliğine %26,7 oranında önem verildiğini belirtmiştir. Hizmet (özel) sektörü %23,3 oranında, imalat sektörü katılımcıları ise %20 oranında önem verdikleri belirlenmiştir. Çevrenin ihtiyaçlarına duyarlılık özelliği ise %35 oranında bilişim ve teknoloji sektöründe önem derecesine sahipken, inşaat sektöründe %17,5 oranında, imalat sektöründe %15 oranında ve hizmet (özel) sektöründe ise %12,4 oranında önem derecesine sahip olduğu belirlenmiştir.

Zeka ve bilişsel özelliklerin önemi bilişim ve teknoloji sektöründe % 37,5 oranında, imalat sektöründe %25 oranında, inşaat ve hizmet (özel) sektörlerinde ise %12,5 oranında önem taşıdığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Azim ve sebat kişilik özelliği ise %27,6 ile bilişim ve teknoloji sektöründe ön plana çıkarken, imalat sektörü %24,2 ile ikinci sırada yer almıştır. İnşaat %10,34 ile hizmet (kamu) %10,34 ve hizmet (özel) %13,8 sektörlerinde ise birbirlerine yakın önem derecesine sahip oldukları belirlenmiştir.

Yüksel ve Bekar (2017:33) tarafından KOBİ'lerde yapılan bir çalışmada farklı motivasyon unsurları ile iş odaklı, kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter, bağımsız ve faydacı kişilik özellikleri arasında farklı düzeylerde anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 7.** Sektörel Bazda Davranışsal Özellikler

Kişisel / Sektör	Tarım ve Hayvancılık		İmalat		Bilişim, Teknoloji, Elektrik ve Enerji		İnşaat		Hizmet (Özel)		Hizmet (Kamu)		Toplam
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
<b>Örgütsel Rekabet İsteği</b>	1	5,3	4	21,05	6	31,6	3	15,8	4	21,05	1	5,3	19
<b>Liderlik ve Saygınlık İsteği</b>	0	0	2	13,3	5	33,3	2	13,3	4	26,7	2	13,3	15
<b>Ortak İş Yapma Kültürü</b>	1	9	2	18,2	3	27,4	3	27,4	1	9	1	9	11
<b>İşe Yönelik Yetkinlikler</b>	2	8,7	4	17,4	5	21,7	5	21,7	4	17,4	3	13	23
<b>İş Bilgisi</b>	3	10,7	5	17,8	7	25	4	14,3	5	17,8	4	14,3	28
<b>Bilişsel Yetkinlik</b>	1	4,3	4	17,4	6	26,1	4	17,4	5	21,7	3	13,1	23

Örgütlerde girişimcilik ve inovasyona yönelik davranışsal özelliklerin ne olduğuna dair katılımcıların ifadeleri altı farklı grup altında toplanmıştır. Elde edilen verilere göre davranış özelliklerinin sektörlere göre dağılımı Tablo 7'de sunulmuştur. Örgütsel rekabet isteği özelliği bilişim ve teknoloji sektöründe %31,6 oranında önemli olarak görülürken, imalat ve hizmet (özel) sektöründe %21,05 oranında önemli görülmüştür. Bu özelliğin inşaat sektöründe ise %15,8 oranında öneme sahip olduğu belirlenmiştir.

Liderlik ve saygınlık isteği özelliği %33,3 oranında bilişim ve teknoloji sektöründe önemli olarak görülürken, hizmet (özel) sektöründe %26,7 oranında önemli olduğu değerlendirilmiştir. Hizmet (kamu), inşaat ve imalat sektörlerinde %13,3 oranında önemli görülmüştür. Bu özellik tarım ve hayvancılık sektörü katılımcıları tarafından önemli görülmemiştir.

Ortak iş yapma kültürü özelliği bilişim ve teknoloji sektörü ile inşaat sektöründe %27,4 oran ile ön plana çıkmıştır. İmalat sektörü ise %18,2 ile bu sektörlerin ardından gelmektedir. Benzer şekilde işe yönelik yetkinlikler özelliği de %21,7 oranında bilişim ve teknoloji sektörü ile inşaat sektöründe önemli görülmektedir. İmalat ve hizmet (özel) sektörleri ise %17,4 oranıyla bu sektörlerden sonra gelmektedir.

İş bilgisi davranış özelliği %25 oranında bilişim ve teknoloji sektöründe önemli olarak görülürken, hizmet (özel) sektörü ve imalat sektöründe %17,8 oranında önem derecesiyle bu sektörün ardından gelmektedirler. Hizmet (kamu) ve inşaat sektörlerinde ise iş bilgisi özelliğine %14,3 oranında önem verildiği belirlenmiştir.

Son özellik olarak belirlenen bilişsel yetkinlik özelliği bilişim ve teknoloji sektöründe %26,1 oranında önemli olarak görülürken, hizmet (özel) sektöründe %21,7 oranında önemli görülmüştür. İnşaat ve imalat sektörlerinde bilişsel yetkinlik özelliği %17,4 oranında önemli görülmüştür.

Yüksel ve Bekar (2017:33) tarafından KOBİ sahiplerini girişimciliği yönlendiren en önemli motivasyon araçları arasında fırsat yaratma odaklılık olduğu, “daha iyi gelecek, daha çok para kazanma, piyasadaki boşluğu doldurma, çevreye kendini kanıtlama çabası, çocuklarına bir iş bırakma, finansal bağımsızlık elde etme, aile baskısından uzak iş yapma” gibi faktörlerde sayılmıştır.

**Tablo 8.** Katılımcıların Sektörlere Göre Dağılımı

Kişisel / Sektör	Tarım ve Hayvancılık		İmalat		Bilişim, Teknoloji, Elektrik ve Enerji		İnşaat		Hizmet (Özel)		Hizmet (Kamu)		Toplam
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Kurucu/Sahip Ortak	5	14,3	16	45,6	6	17,2	3	8,6	5	14,3	0	0	35
Üst Kademe Yönetici	1	4,2	5	20,8	3	12,5	4	16,7	2	8,3	9	37,5	24
Orta Kademe Yönetici	0	0	2	11,1	3	18,8	2	11,1	5	31,3	4	26,7	16
Alt Kademe Yönetici	0	0	3	15	7	35	0	0	3	15	7	35	20
AR-GE Çalışanı	0	0	7	44	3	19	1	6	4	25	1	6	16
Örgüt Çalışanı	3	10	4	13,3	4	13,3	5	16,7	7	23,3	7	23,3	30
Danışman-Akademisyen-Lisansüstü Öğrenci	1	7,1	4	28,6	5	35,7	1	7,1	0	0	3	21,4	14
Serbest Çalışan	5	45	3	27	1	9	2	18	0	0	0	0	11

Araştırmaya katılanların sektörlere göre dağılımı Tablo 8’de sunulmuştur. Çalışmaya kurucu, sahip, ortak seviyesinde katılımın imalat sektöründe %45,6 yüksek seviyede olduğu görülmüştür. Çalışmaya katılan örgütlerin küçük ve orta ölçekli işletmeler olduğu dikkate alındığında bu konuya önem vermelerinin nedeninin işletme kurucu, ortak ve sahiplerinin işletmelerinin rekabet şartları altında varlığını

sürdürebilmeleri için girişimcilik ve inovasyon yapmaları gerektiğinin farkında olmalarından kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Araştırmaya çeşitli sektörlerde farklı kademelerde görev yapan 60 yönetici katılmıştır. Sektörlerde çeşitli kademelerde yönetici olarak çalışan kişiler pozisyonlarının kendilerine yüklediği sorumluluklar nedeniyle girişimcilik ve inovasyon konularına önem verdikleri değerlendirilmektedir.

Araştırmaya katılan örgütlerin küçük ve orta ölçekli olması nedeniyle sadece bir kısmında Ar-Ge birimleri olduğundan Ar-Ge çalışanı katılımcı sayısı sınırlıdır. Hizmet (özel) sektörü ve imalat sektöründe ağırlıklı olarak Ar-Ge faaliyetlerinin yapıldığı gözlenmiştir. Bilişim ve teknoloji sektöründe ise işletmeler genellikle küçük ve orta ölçekli olduğundan Ar-Ge birimlerinin yeterli seviyede olmadığı gözlemlenmiş, örgüt sahipleri de bu eksikliği gidermek üzere dış kaynak kullanımına yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Özellikle imalat, bilişim ve teknoloji işletmelerinin danışman, akademisyen ve lisansüstü öğrencileri çeşitli şekillerde istihdam ettikleri ve araştırmalarına imkan sağladıkları belirlenmiştir.

#### 4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Küreselleşme süreci ile şekillenen günümüz ekonomik sisteminde örgütlerin varlığını devam ettirebilmesi, rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi ve sektörde faaliyetlerini sürdürebilmesi için girişimcilik ve inovasyon vazgeçilmez kavramlardır. Sektörlerde rakip sayısının fazla olması, üretilen ürünün kolayca taklit edilebilmesi ve ikamesinin bulunması bunların yanında uluslararası rakiplerin düşük maliyetle büyük miktarlarla pazara girmeleri örgütlerin rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Girişimci bir ruha sahip olma, işletme sahipleri ve yöneticileri için örgütün kurulmasında, vizyon ve misyon ile stratejik hedeflerin belirlenmesinde ve bu doğrultuda çevresel faktörler dikkate alınarak faaliyette bulunmasında çok önemli bir niteliktir. Bunun yanında yenilikçi olma ve inovasyona önem verme örgütün faaliyet gösterdiği sektörde hali hazırdaki durumu ve örgütsel süreçlerinin iyileştirilmesi, maliyetleri düşürmesi, müşteri beklentilerini karşılayabilmesi, çalışanlara tatmin sağlama ve stratejik hedeflerine ulaşabilmesi açısından önem taşımaktadır.

Örgütlerin sahip olduğu girişimcilik ve inovasyon niteliklerine yönelik yapılan bu çalışma Kasım-Aralık 2019 tarihleri arasında Mersin'de 6 farklı sektörde faaliyet gösteren 57 işletmeden 166 çalışanın katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışanlara yenilikçilik ve inovasyona yönelik altı adet ifade sözlü olarak yöneltilmiş, ifadelerine verdikleri cevaplar soru formlarına eş zamanlı olarak işlenmiştir. Görüşmeler tamamlandıktan sonra veriler kişisel özellikler ve davranışsal özellikler başlıklarında gruplanmıştır. Daha sonra bu özellikler daha detaylı bilgiler sunabilmek amacıyla sektörel bazda dağılımına göre de gruplandırılmıştır.

Veriler incelendiğinde katılım sağlanan sektörler arasında bilişim ve teknoloji sektörü %28,8 (17) oran ile ilk sırada yer almaktadır. İmalat sektörü %25,4 ile (15) ikinci sırada gelmektedir. İmalat sektörünü hizmet (özel) %18,6 (11), hizmet (kamu) %10,2 (6), inşaat %8,5 (5) ve tarım ve hayvancılık sektörü %8,5 (5) takip etmektedir. Çalışmaya bilişim ve imalat sektörlerinin yoğun olarak katılım sağladıkları görülmüştür. Katılımcıların büyük bölümü %21 (35) örgütlerin sahip, ortak veya kurucusu olduğu belirlenmiştir. Katılımcı örgütlerin küçük ve orta ölçekli olduğu dikkate alındığında örgütlerin rekabet şartlarına dayanabilmesi ve gelişimi için yenilikçilik, girişimcilik ve inovasyona önem verdikleri değerlendirilebilir. Yönetici kademelerinde yer alan çalışanlar da pozisyonları gereği gelişim sağlayabilmek için yenilikçilik ve girişimcilik konularına önem vermek durumundadırlar. Çalışmada örgüt çalışanlarının girişimcilik ve inovasyona ilgi gösterdikleri %18,4 (30) ifade edilebilir. Katılımcı örgütler küçük ve orta ölçekli olduğu için Ar-Ge faaliyetleri beklenenin altında olmasına karşın %9,6 (16) oranla katılım sağlandığı belirlenmiştir.

Katılımcılar girişimcinin sahip olması gereken demografik özellikler kapsamında tecrübenin %20,1 (88) çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Tecrübe ile eğitim de %14,2 (62) önemli bir özellik olarak ön plana çıkmıştır. Örgütler faaliyet gösterdikleri sektörlerde rekabet gücünü arttırabilmek için örgütsel öğrenme konusuna özel bir önem vermelidir. Tecrübe ve eğitimin birleştirilmesi örgütlerin yaratıcı ve inovatif girişimlerinin kaynağını oluşturduğu değerlendirilmektedir.

Girişimcinin sahip olması gereken kişisel özellikler kapsamında araştırmacı olma %10,3 (45), çevrenin ihtiyaçlarına duyarlılık %9,1 (40), yenilikçilik ve yaratıcılık %8,9 (39), girişimcilik %7,3 (32), özgüven %6,8 (30), azim ve sebatkâr olma %6,6 (29) oranında katılımcılar tarafından önemli olarak görülmüştür. Örgütsel özellikler kapsamında ise iş bilgisi %23,6 (28), işe yönelik yetkinlikler %19,3 (23), bilişsel yetkililer %19,3 (23), liderlik ve saygınlık isteği %12,6 (15) ve ortak iş yapma kültürü %9,2 (11) önem düzeyinde katılımcılar

tarafından değerlendirilmiştir. Bu kapsamda katılımcıların belirledikleri kişisel ve örgütsel özelliklerin literatürde yer alan özelliklerle örtüştüğü görülmüştür.

Girişimcilik yeteneğine yönelik Kaya (2007) tarafından yapılan bir çalışmada “yenilikçi olma, değişime uyum sağlama, kararlı olma, disiplinli olma” gibi özelliklerin girişimcilik yeteneği üzerinde belirleyici olduğu belirtilmiş ve bu özellikleri kullanarak müşterileri için değer yaratabilen inovatif örgütlerin zorlu rekabet ortamında hayatta kalabileceklerini belirtmiştir (Kosa, 2019:1793). Bir kişilik özelliği olarak gelişime açık olma, iş tatminini olumlu etkileyerek (Mert, Bekmezci ve Eroğluer, 2018), alışanların örgütte kalma sürelerini arttırarak dolaylı olarak da girişimci inovatif fikirlerin ortaya çıkışını destekler. Nitekim, alışanların çalışma süreleri arttıka psikolojik sermayeleri de artmakta, çalışanlar kendilerine daha fazla güvenmekte, umut seviyesi daha yüksek, psikolojik olarak daha dayanıklı ve iyimser bireyler haline gelmektedirler (şen, Mert ve Eroğluer, 2019:1183). Bu durum sadece yaratıcılığı destekleyen psikolojik sermaye için değil, bilgiye ve teknolojik yeniliklere erişim ve paylaşım arttıran sosyal sermaye için de geçerlidir (şen ve Mert, 2019). Dolayısıyla, bu araştırma kapsamında belirlenen ve girişimci inovatif fikirlerin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler psikolojik ve sosyal potansiyelin bir nevi performans dönuşmüş, somutlaşmış şekli, sonucudur. Ekonomik büyümenin ve sürdürülebilir rekabetin kilit noktalarından birisi de yenilikçilik olarak ifade edilmiştir (şahin ve Altuğ, 2017:158).

Sektörel bazda kişisel özellikler değerlendirildiğinde araştırma odaklı olma kişilik özelliğinin %37,8 (17) ile bilişim sektöründe ve ardından %17,8 ile hizmet (özel) sektöründe önemli olduğu belirlenmiştir. Bu sektörlerin özelliği dolayısıyla teknoloji ve çevredeki değişimlere süratle tepki vermeleri gereklidir. Sektördeki rakipler, ürün ve hizmetler ve bunların ikameleri düşünöldüğünde bu sektörler için girişimci ve inovatif hareket tarzlarının daha etkili olduğu ifade edilebilir. Yenilikçilik ve yaratıcılık, girişimcilik, özgüven, çevrenin ihtiyaçlarına duyarlılık, zeka ve bilişsel özellikler, azim ve sebat özelliklerine bilişim, imalat, özel hizmet, inşaat, kamu hizmet ile tarım ve hayvancılık sektörlerinde sektörün özelliğine göre artan düzeyde önem verildiği belirlenmiştir.

Davranışsal özelliklerin sektörel bazda değerlendirilmesinde örgütsel rekabet isteğinin bilişim %31,6, imalat ve hizmet sektörlerinde %21,05, inşaat sektöründe %15,8 oranında önemli olduğu, liderlik ve saygınlık özelliğinin %33 oranında bilişim sektöründe, %26,7 oranında hizmet (özel) sektöründe önemli olarak göröldüğü belirlenmiştir. Sektörde varlığını sürdürmek ve hedeflerine ulaşabilmek için örgütlerin öncelikle bilgi, bilişsel yetkinlik işe yönelik yetkinliklere önem vermesi, çalışanların rekabet koşullarını karşılayabilecek seviyede bilgi ve beceri sahibi olmalarının önemli olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte ortak iş yapma kültürünün kuvvetli olması örgütlerin süreçlerini başarılı bir şekilde yürütmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler örgütlerin rekabet şartlarına dayanabilme yeteneklerini her geçen gün kısıtlamaktadır. Buna karşın örgütler sektörde varlıklarını sürdürüebilmek için bu değişim ve gelişmelere zamanında karşılık verebilmeli, reaktif olmaktan ziyade proaktif davranabilmelidir. Bunu sağlayabilmek için örgütler çalışanlarının eğitimine, örgütsel öğrenmeye, yenilik ve değişimleri takip edecek ve bunları örgüte ithal edecek bir anlayış geliştirmek üzere örgüt kültürüne önem vermeleri gereklidir. Çalışanların içinde yer alamadığı her türlü değişim ve geliştirme faaliyetinin başarı oranının düşük olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Günümüzde yaşanan Covid-19 salgının tüm dünyayı etkilediği ve etkilemeye devam edeceği dikkate alınrsa, bu etkinin inovatif fikir üretme performans ve potansiyelini nasıl etkileyeceğini tespit etmeye yönelik çalışmalara ihtiyaç olacaktır. Bu salgının hemen hemen tüm dünya ölkelerinde göröldüğü düşünölrse, ölkelerde inovatif girişimciliği ve bu girişimcilikte esas oluşturan inovatif fikrin ortaya çıkışındaki etkilenmenin ölkelerin sahip oldukları özelliklere göre farklı boyut ve şiddette olacağı ortadadır. Salgınla birlikte özellikle körüklenen ölüm belirginliğinin diğer bir ifade ile ölüm korkusunun birey ve toplumların birçok tutum ve davranışlarında olduğu gibi yaratıcılık performans ve potansiyelini de etkilemektedir. Ancak, bu kapsamda ölkemizin önemli bir avantaja sahip olduğu unutulmamalıdır. Nitekim Mert ve Turgut (2018) tarafından yapılan bir araştırmada, yabancı literatürde yapılan araştırmalarda ortaya konan, artan ölüm belirginliğinin kişilerin yenilikçiliğe esas olan yaratıcılık potansiyelini olumsuz etkilediği bulgusu, bizim için geçerli değildir. Bundan sonra, inovatif girişimcilik hakkında yapılacak olan çalışmalarda, bahse konu bu çalışmanın bulguları işığında, kültürel özelliklerimizi ve küresel seviyede yaşanan gerek Covid-19 salgını gerekse başka etkileri dikkate alarak geleceğe işık tutan kapsamlı ve keşfedici araştırmalara ihtiyaç vardır.

**KAYNAKÇA**

- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İ Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir ereve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(2), 155-173.
- Akolaş, D.A. (2004). Bilişim Sistemleri ve Bilişim Teknolojisinin Küreselleşme Olgusu ve Girişimcilik zerine Yansımaları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 29-43.
- Ballı, Abdullah. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi SBE Dergisi*, 4(29), 143-166.
- Baretto, Humberto. (1989). *The Entrepreneur in Microeconomic Theory - Disappearance and Explanation*, London/New York: Routledge.
- Bedük, A., Eryeşil, K. ve Oğuz H. (2016). Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt:19 41.Yıl zel Sayısı. 1-15.
- Biimveren, L. (2017). *Pazar Odaklılık, Yenilik Odaklılık, Pazarlama İnovasyonu ve Uluslararası Pazar Performansı: Balıkesir ve Bursa İllerinde Dış Ticaret Yapan Firmalara Yönelik Bir Uygulama*. Balıkesir Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir.
- Bozkurt, . ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik zelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler zerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.
- Bozkurt, .., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparılan, A.M. (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi, *SD Üniversitesi SBE Dergisi*, 1(15), 229-247.
- Bridge, S., O’Neil, K. ve Cromie, S. (2003). *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business* (2nd ed.). Palgrave/Macmillan.
- ilingir, A. (2017). İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri zerine Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 148-160.
- oğrc, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin nemi. *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*. 35: 65-80.
- Elçi, ř. (2006). *İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı*. Ankara: Feryal Matbaacılık.
- Filley, A.C. ve J. Aldag (1978). Characteristics and Measurement of an Organizational Typology. *Academy of Management Journal*, 21(4), 578-591.
- Hamel, G. (2006). The Why, What, and How of Management Innovation. *Harvard Business Review*. February 2006 Issue.
- Hisrich, R. D., ve Peters, M. (2001). *Entrepreneurship*, 5th Edition, McGraw- Hill Higher.
- Hisrich, R. D., ve Peters, M. D. (2001). *Creativity and The Business Idea*. *Entrepreneurship*. New York: Mcgraw Hill, 164-93.
- İrmiş, A. ve zdemir, L. (2011). Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 136-161.
- İyidemirci, H. (2019). *Girişimcilik ve İnovasyon Stratejilerinin lke Kalkınmasına Etkileri: Desteklenen Girişimcilik ve İnovasyon Kültürünün Rekabetçi stnlk Elde Etmede Aracı Rolü*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi. Ankara.
- Kaya B., Abubakar, M., Behravesha, E., Yıldız, H. ve Mert, İ. S. (2020). Antecedents of Innovative Performance: Findings from PLS-SEM and Fuzzy Sets (fsQCA). *Journal of Business Research*, 114: 278-289.
- Kaya, A. (2007). *Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi*, Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kayalar, M. ve Arılan, E. T. (2018). İ Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisi: Yapısal Eşitlik Modeli ile Bir İnceleme. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*. 7(14): 517-542.
- Kimanzi, C. (2015). The 5 Types of Entrepreneurs, Erişim: <https://www.entrepreneur.com/article/244210>, (20.03.2016).

- Koçak, A ve Arun, Ö. (2013). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19013/200754>
- Koellinger, P. D. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31(1): 21-37.
- Kosa, G. (2019). Yöneticilerinin Girişimcilik ve İnovasyon Algılarının İncelenmesi: KOBİ Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 11(3), 1792-1806.
- Lawson, C.P., P.J. Longhurst, ve P.C. Ivey (2006). The Application of a New Research and Development Project Selection Model in SMEs. *Technovation*, 26(2), 242-250.
- Mert, İ. S. (2013). Kamudaki Yöneticilerin Değerlendirilmesinde Performans ve Potansiyel Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Amme İdaresi Dergisi*, 46(2), 1-24.
- Mert, İ. S. (2020). Performans Geribildirimi Üzerine Keşfedici Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38(1), 133-148.
- Mert, İ. S., Bekmezci M., ve Eroğluer K. (2018). İş Bağımsızlığının İşin Kendisinden Duyulan Tatmin Üzerindeki Etkisinde Gelişime Açıklık Kişilik Özelliğinin Aracılık Rolü: Özel Sektörde Bir Uygulama. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 17(2), 1-19.
- Mert, İ. S., Güney S. ve Güney S. (2009). Girişimcilik Sürecinde Yenilik ve Yaratıcılık İlişkisi. *T.C. Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 12(1), 17-39.
- Mert, İ. S., Turgut H. (2018). Do We Have The Most Appropriate Human Resource in a Highly Mortality Salienced World? Evidence From Turkey. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(8), 169-180.
- Mert, İ. S. (2003). *Düşünme Stilleri ve Etik Algı Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Okay, Ş. ve Karahan, M. (2010). Küçük Ölçekli İşletmelerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği. *TSA*, 14(1), 291-304.
- Öğüt, A., Şendoğdu A. ve Yılmaz, N. (2006). *Bilişimci Girişimci Tipolojisi Açısından Bilgi Yönetiminin İlkeleri*, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi, Kongre Dizisi:11, No: 86, Kırgızistan-Bişkek, 25-27 Mayıs, (s. 431-436).
- Ören, K. ve Biçkes, M. (2011). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri: Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerine Yapılan Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 67-86.
- Özgül, E. ve Yücel, E. (2018). Girişimcilik Merakı ile Yenilikçilik Arasındaki İlişkide Girişimcilik Öz-Yeterliliğinin Aracılık Rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(31), 331-353.
- Ripsas, S. (1998). Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10, 103-115.
- Schumpeter, J. A. (1939), *Business Cycles, A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, McGraw-Hill Book Company.
- Schumpeter, J. A. (1961). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, New York, Oxford University Press.
- Semerci, A. B. (2018). Bireysel Yenilikçiliğın İnovasyona Atfedilen Sosyal Değer ve Girişimsel Eğilim Arasındaki Aracılık Etkisi: Boylamsal Bir Çalışma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*. 7(1), 1-24.
- Shavinina, L. V. (2013), *The Routledge International Handbook of Innovation Education*, Routledge, New York, USA.
- Smith, Norman R. (1967). The Entrepreneur and His Firm: The Relationship between Type of Man and Type of Company



- Şahin, M.T. ve Altuğ, F. (2017). Türkiye’de Yenilik Faaliyetlerinde Yenilikçi Uzmanlaşma Eğilimleri: İstanbul, Ankara ve İzmir Bölgeleri İmalat Sanayi Patent Göstergeleri. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 15(2), 157-166.
- Şen C. ve Mert, İ.S. (2019). Sosyal Sermayenin Kurumsal, Kaynak Bağlılığı ve İşlem Maliyeti Kuramları Cephesinden Algılanışı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(2), 163-178.
- Şen C., Mert, İ.S., ve Eroğluer, K. (2019). Çalışanların Psikolojik Sermaye Alt Boyutlarının Demografik Özellikler Bağlamında Değişkenliği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(4), 1171-1192.
- Şen, Nafiye. (2017). *İnovasyon ve Girişimcilik: Kamuda İnovasyon İle İlgili bir Uygulama*. Selçuk Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi. Konya.
- Tekin Z. (2018), Muş İlinin Kadın Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Araştırma, *BMIJ*, 6 (1), 149-165.
- Tezcan, E. (2018). *Arge ve İnovasyonda Türkiye*. Mühendis ve Makine Güncel. Ekim 2018. 37-53.
- TDK, (2018). Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu.
- Yıldırım, B. (2015). *İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları*. B. Yıldırım (Der.). İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle (s. 105-155), Konya: Literatürk Akademia.
- Yılmaz, H. (2015). *Stratejik İnovasyon Yönetimi*. İstanbul. Beta Yayıncılık.
- Yılmaz, Z. ve İncekaş, E. (2018). Türkiye’de İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma. *Kırklareli Üniversitesi SBE Dergisi*, 2(1), 154-169.
- Yüksel, F. ve Bekar, A. (2017). Küçük ve Orta Ölçekli Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahiplerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Motivasyonları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 33-46.