Business and Economics Research Journal
Volume 5 Number 3 2014
pp. 149-165
ISSN: 1309-2448
www.berjournal.com

Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketinin Girişimcilik Özellikleri

Yücel Erol[a] **Engin Kanbur**[b]

Özet: *Misyon ifadesi bir örgütün tüm amacını, vizyon ifadesi ise örgütün ulaşmak istediği çekici görüntüyü açıklamaktadır. Örgütler misyon ve vizyon ifadelerinde inovasyon, liderlik, rekabetçilik, risk alma, yaratıcılık, kalite, esneklik, güvenilirlik, öğrenme gibi bazı özelliklere dikkat çekmektedir. Bu özelliklerin çoğu örgütlerin başarılı geleceğinde anlamlı derecede etkilidir. Bu çalışmada, misyon ve vizyon ifadeleri bir örgütün girişimcilik yeteneğini yansıtan bir ayna olarak düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye'deki lider örgütlerin girişimcilik özelliklerini misyon ve vizyon ifadeleri yardımıyla değerlendirmektir. Bu amacı başarmak üzere yazın boyunca öncelikle örgütlerin girişimcilik özellikleri anlamlı faktörler olarak tanımlanmaktadır. Daha sonra Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi Listesi'ndeki her bir örgütün misyon ve vizyon ifadeleri bu faktörlere göre incelenmiştir. Bu değerlendirmenin sonucunda, görülmektedir ki, örgütlerin bazıları girişimcilik özellikleri üzerinde büyük bir performans gösterirken diğerleri aynı performansa sahip değildir. Daha fazlası anlaşılmalıdır ki bazı girişimcilik özelliklerinin bazı sektörlerde büyük bir rolü bulunmaktadır.*

Anahtar Sözcükler: Girişimcilik, , misyon, vizyon, Türkiye'nin ilk 100 büyük şirketi.

JEL Sınıflandırması: L21, L25, L26

Entrepreneurial Characteristics of Turkey's Top 100 Industrial Enterprises According to Their Mission and Vision Statements

Abstract: *The mission statement describes the overall purpose of an organization and the vision statement describes the attractive image toward which it wants to arrive. Organizations take attention to some traits in their mission and vision statements, such as, innovation, leadership, competitiveness, risk taking, creativity, quality, flexibility, reliability, learning and etc. Most of these traits are of significiant impact on the successful future of the organizations. In this study, the mission and vision statements are thought as a mirror reflecting entrepreneurial capability of an organization. The aim of this study is to evaluate the entrepreneurial characteristics of leading organizations in Turkey by the help of their mission and vision statements. In order to achieve this aim, entrepreneurial characteristics of organizations have been determined as meaningful factors through the literature at first. Then, the mission and vision statements of each organization in Turkey's Top 100 Industrial Enterprises List are examined according to these factors. As a result of this assessment, it can be seen that, some of the organizations exhibit a great performance on entrepreneurial characteristics while others haven't got the same performance. Moreover, it has been understood that some entrepreneurial characteristics have a great role in some sectors.*

Keywords: Entrepreneurship, mission, vision, Turkey's top 100 ındustrial enterprises.

JEL Classification: L21, L25, L26

[a] Assist. Prof., Gaziosmanpasa University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Tokat, Turkiye, yucel.erol@gop.edu.tr

[b] PhD. Student, Gaziosmanpasa University, Institute of Social Sciences, Business Administration Department, Tokat, Turkiye, enginkanbur@yahoo.com

1. Giriş

Girişimcilik, bir ülkenin ekonomik gelişimi için gerçek bir araç, yeni işler yaratmanın ve ulusal zenginliğin bir yolu olarak düşünülmektedir (Luca & Cazan, 2011:1251). Günümüz hızla gelişen pazarlarında yöneticiler bilmelidir ki, yıllık stratejik planlama gibi bürokrasi yaklaşımlarının şirketlere rekabetle mücadele etmek için ihtiyaç duydukları hızlı cevap vermeyi başarmalarını sağlamamaktadır. Eğer şirketleri hayatta kalmak ve başarılı olmak istiyorsa büyük şirketlerdeki yönetim ekipleri daha çok bireysel girişimciler gibi davranmaya ihtiyaç duymaktadır (Taylor, 2001:140). Son yirmi yıl boyunca girişimcilik çeşitli sosyal bilim disiplinlerinde ve oldukça etkin bir araştırma alanı ve ekonominin belirgin bir ilgi noktası haline gelmiştir (Brandstatter, 2011:222). Böylece girişimcilik yönetim ve örgüt araştırmalarında dikkat çekmektedir ve gelecekteki araştırmalarda da önemini sürdürecektir.

Girişimcilik fırsatları algılama ve onları kullanmak için gerekli kaynakları sağlayabilme yeteneğidir (Kwiatkowski, 2004:218). Ayrıca, herhangi biri, örgüt ya da ulus tarafından kabul edilebilir evrensel bir yapıdır ve "girişimcilik eğilimi" ulusların ekonomik refahının olduğu gibi şirketlerin yaşam sürmesi ve gelişimi için de ciddidir (Anderson,Dana,Terasa, 2006:49). Girişimcilik eğilimli bir şirket Miller tarafından "inovasyonla bütünleşen, bazı girişimli riskleri üstlenen ve proaktif yeniliklerle karşı karşıya gelmede birinci olan" şirket olarak tanımlanmaktadır (Li & Yi, 2006:338). Bundan dolayı, girişimci olmak örgütler için rekabetçi bir avantaj kazanmada en iyi seçim olarak görünmektedir. Bu çalışmada ise girişimciliğe farklı bir bakış açısıyla yaklaşılarak misyon ve vizyon ifadelerine göre örgütlerin girişimcilik özelliklerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. Literatür Özeti

2.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimcilik Özellikleri

Girişimcilik bir olgu olarak yıllardır araştırmaların amacı olmaktadır, ancak herhangi bir olgu gibi değişmekte ve hızla gelişen ekonomi ve iş çevresinde derin inceleme gerektirmektedir (Greblikaite & Daugeliene, 2009:184). Girişimcilik araştırmalarında üç odak noktası tanımlanmaktadır. Birincisi girişimcilerin ve girişimcilik davranışının özelliğidir. Araştırmalar için ikinci odak noktası girişimcilerin faaliyet gösterdiği çevre olmaktadır. Girişimcilik fırsatlarının varlığı, tanımlanması ve kullanılması girişimcilik araştırmalarının üçüncü odak noktası olarak ortaya çıkmaktadır (Mason & Harvey, 2013:1-2). Girişimciliğe ilişkin bilimsel alanda girişimci ve girişimcilik temel kavramlarının birçok tanımı vardır ve girişimcilik analizlerine birçok farklı yaklaşımlar uygulanmıştır (Spilling & Rosenberg, 2008:20). Yazında girişimci kavramını tanımlamanın iki temel yolu bunmaktadır. Birincisi girişimciyi gelişim potansiyeli ile birlikte küçük-orta-büyük bir kuruluşun kurucu veya sahip yöneticisi olarak tanımlarken diğeri girişimciyi sergilediği ekonomik işlev açısından tanımlar (Casson, 2010:141). Başarılı girişimciler aynı anda birçok faaliyeti ve rolü dengeleyebilen kişilerdir (Foxall & Minkes, 1996:76). Girişimci girişimcilik faaliyetinin katalizörüdür ve girişimciliğin varlığını temsil etmektedir (Cope, 2005:376).

Girişimcilik büyüme, zenginlik ve refahın başlıca üretkenlerinden biridir (Coric,Katavic,Kopecki., 2011:210). Girişimcilik, en temel biçimiyle, liderlerin, yenilikçilerin ya da yenilik galiplerinin içine daldığı ve yaratıcılık yönlü bakış açısıyla yönlendirildiği, uygulamada gerçekleştirilmiş yaratıcılık ve inovasyon tarafından gösterilen performansın belirli düzeyine yol gösteren yaratıcılık ve yenilik güdümlü faaliyetlerle bütünleşen bir süreç

olarak tanımlanmaktadır (Ma & Tan, 2006:707). Girişimcilik çalışmaları "gelecekteki mal ve hizmetleri yaratmak üzere fırsatların nasıl, kim tarafından ve ne dereceye kadar keşfedildiği, değerlendirildiği ve işletildiğinin incelenmesi" olarak tanımlanmaktadır (Popp & Holt, 2013:11). Girişimci çoğu zaman diğerlerinin farkına varmada başarısız olduğu gelecekteki olasılıkları öngörebilir görünmektedir (Allinson, Chell, Hayes., 2000:34). Girişimcilik hem öğrenilebilir hem de öğretilebilir çünkü niyet edilen şey özel bir yeteneğin gelişimidir. Başarılı bir girişimci sadece ileride ortaya çıkacak örüntüleri (fırsat tanımlamanın esası) fark etmek için yeterli beceriye ihtiyaç duymaz ayrıca gerekli kaynakları nasıl sağlayabileceği ya da sağlamayacağını anlama yeteneğine de ihtiyaç duyar (Kwiatkowski, 2004:205). Bundan dolayı bir girişimcilik yolculuğunun başarısı için bir iş planından daha fazlası olarak "Girişimcilik Yaşam Döngüsü" öğrenilmelidir. Girişimcilik Yaşam Döngüsü'nün altı aşaması vardır. Bunlar; (1) fırsatları keşfetmek (girişimcilik yolculuğu peşinden koşmak için henüz olgunlaşan bir fırsatın keşfi ile başlar), (2) fırsatları değerlendirmek, (3) iş planlama, (4) kaynakları biraraya getirmek (gelişmeye başlayan bir girişime başarı için mücadele şansı verecek olan insan ve finansal sermaye ve diğer kaynaklar [tedarikçiler, ortaklar, vb.]), (5) büyüyen işi yönetmek, (6) değer toplamak (Mullins, 2006:14).Girişimciler genel nüfustan çeşitli yollarla ayrılmaktadır. Güçlü bir sonuçları başarma ihtiyacı duyarlar, risk alma davranışına daha eğilimlidirler ve insanların kaderlerini kendi ellerine alabileceklerine dair güçlü bir inançları vardır (Beugelsdijk & Noorderhaven, 2004:200). Girişimcinin bireysel özellikleri ve bir girişimci olmanın gereklilikleri ile aralarındaki uyum yakınlaştıkça da daha başarılı olacaklardır (Markman & Baron, 2003:281). Girişimcilik özellikleri girişimcilik yazınıda oldukça dikkat çekmektedir (Obschonka,Silbereisen,Rainer,Rodermund., 2010:63). Yazındaki farklı araştırmalar girişimciliğin farklı özellikleriyle karşı karşıya gelmekte ve farklı özelliklerini analiz etmektedir.

Li vd. (2006:342) girişimcilik eğilimini araştırma ve geliştirme, liderlik, inovasyon, risk alma ve rekabetçi olmak üzerindeki güçlü eğilimi belirterek incelemiştir. Eyal ve Kark (2004:13) kurumsal girişimciliğin inovasyon, proaktiflik ile ürünlerin ve teknolojinin gelişiminde risk almaya doğru bir eğilimi içeren çok yönlü bir kavram olduğunu ifade etmiştir. Daha fazlası, kurumsal girişimciliğin şirket performansı üzerindeki etkisi bir çalışmada incelenirken kurumsal girişimcilik örgütlerdeki üç özellik yardımıyla değerlendirilmiştir. Bunlar; risk alma, yenilikçilik ve proaktifliktir (Kaya, 2006:2087). Girişimciliğin bireysel özelliklerini ölçmede yaygın olarak kabul edilen bir sınıflama beş faktör modelidir. Beş faktör modeli kişiliği dışadönüklük, uzlaşmacılık, açıklık, vicdanlılık ve nevrotikliği içeren geniş faktörler olarak tanımlamaktadır. Dışadönüklük birinin sosyal, iddialı ve aktif olma eğilimini; uzlaşmacılık birinin güvenilir, uyumlu ve fedakar olma eğilimini; açıklık birinin hayalperest, alışılmadık ve özgün olma eğilimini, vicdanlılık birinin kusursuz, kendinden emin ve güvenilebilir olma eğilimini ve son olarak nevrotiklik birinin endişeli, gergin ve güvensiz olma eğilimini göstermektedir (Holt,Rutherford,Clohessy., 2007:42-43).

Diğer yandan girişimcilerin paylaştıkları kişilik özellikleri de bir çalışmada incelenmiştir ve bilinçliliğin geniş kapsamı, yetki arayışı, bağımsızlık, üstünlük, özsaygı, motivasyonu başarma, kendine güven, sosyal beceri/empati, acelecilik, yenilik arayışı, sıkıntı eğilimi, sezgicilik, yaratıcılık, yenilik, fırsatçılık, proaktiflik, değişim temsilciliği, risk alma, cesurluk ve heyecan arayışı bu özellikler arasında dikkat çekmektedir (Foxall & Minkes, 1996:80). Kişilik bakış açılarıyla girişimcilerin özellikleri başarma ihtiyacı, fırsatları tanıma, kendine güven, yenilikçilik, bağımsızlık, risk alma ve deneyime açıklık üzerine yoğunlaşmaktadır (Alam, 2011:57). Girişimcilerle eşleşen özelliklere örnekler; başarma ihtiyacı, yenilikçilik, proaktif kişilik, genellenmiş özyeterlilik, strese hoşgörü, yetki ihtiyacı, içsel kontrol ve risk almadır (Rauch & Frese, 2007:358). Başlıca girişimcilik yazınında yenilikçilik, proaktiflik ve risk almanın

birbirine geçmiş yapıları girişimcilik eğilimini ele geçirmek için sıklıkla kullanılan üç ölçümdür (Boojihawon,Dimitratos,Pavlos., 2007:552). Girişimcilik özelliği araştırması (alandaki ampirik çalışmanın büyük bir bölümü) girişimcilerin bireysel farklılıkları üzerine odaklanmaktadır (Vecchio, 2003:305). Girişimciler birçoğu içimizde saklı olan becerilere sahiptir. Bu saklı özelliklerin üstünü örteriz ve başarılı bir girişimci olana kadar bunları yeterince geliştiririz (Elmuti,Khoury,Orman., 2012:84). Bireysel özellikler girişimcilerin onları girişimci olmayanlardan farklı yapan özellikleridir (Nassif,Ghobril,Silva., 2010:216).

Yukarıda görüldüğü üzere yazında girişimcilik ve girişimcilik özelikleri üzerine çok sayıda arştırma vardır. Bu çalışmaların tümü "Bir girişimci ne yapar?", "sorusunu yanıtlamak üzere hizmet etmekte ve girişimcilik olgusunu tanımlamaya çalışmaktadır. Girişimcilik bireylerin davranışsal özellikleridir (Beugelsdijk & Noorderhaven, 2004:201). Yeni bir fikre dayalı bir işi kurma ya da geliştirme sürecidir ve yaratıcılık, zaman, kaynak, risk kullanılarak ve diğer faktörleri uygulayarak yeni bir faktörün yeni bir değerle yaratıldığı süreçtir ve bu süreçte bireysel yeteneklerin kullanımına bir vurgu yapılmaktadır (Chegini & Khoshtinat, 2011:165). Girişimciler özellikle belirli bireysel özelliklerle donatılmış yetenekli bireyler olarak tanımlanmaktadır (Johannesson, 2012:184). Bu bağlamda girişimci şirketler de kendilerinin girişimci olarak anılmasını sağlayan bazı belirli özelliklere sahiptir. Girişimci şirketler kurulan birçok şirketten farklıdır (Markman & Baron, 2003:286). Girişimci bir şirket yüksek risklerin getirilerini kabul etmek üzere bir planı olan ve fırsatı istikrar ve bağlılık ile takip eden şirkettir. Fırsata karşılık vermek üzere bir eylem planı sağlamada da rakiplerinden daha hızlı olacaktır (Lin, 2006:210). Özel sektör şirketlerinde girişimcilik sürecine odaklanan çalışmalar çoğu zaman girişimciliğin risk alma, inovasyon ve proaktiflik bölümlerinden yararlanmaktadırlar (Öztürk, 2012:151).

Girişimciler geniş bir dizi araştırma boyunca sürekli olarak gösterilen bazı özelliklere ortak biçimde sahip görünmektedirler (Rodermund, 2004:499). Bundan dolayı şirketlerin girişimcilik rolü bu ortak özellikler yardımıyla değerlendirilmelidir. Girişimcilik özellikleri bir şirketin süreçlerini, uygulamalarını ve yönetsel faaliyetlerini nasıl ayarladığını yönlendirmektedir (Alam, 2011:56). Tüm bu araştırmalara göre girişimcilik olgusu benzer girişimcilik özellikleri etrafında birleşmektedir ve risk alma, liderlik, yenilikçilik, yaratıcılık, güçlülük, proaktiflik, kendine güven, araştırma ve geliştirme, başarı ve rekabetçilik bu araştırmalardaki temel ve ortak girişimcilik özellikleridir. **Risk alma** kaynaklar için büyük ve cesur taahhütlerde bulunma ya da bilinmeyen alanlara yatırım yapma gönüllülüğü (her ikisi de mantıklı birçok pahalıya mal olan başarısızlık şansı bulunan) anlamına gelmektedir (Eyal & Kark, 2004:213). Yirminci yüzyıl görüşleri girişimciyi risk ve belirsizlik taşıyıcısı olarak görmektedir (Mason & Harvey, 2013:1). **Liderlik** girişimcilikle ilgilidir. Transformasyonel ve karizmatik liderlik teorileri liderlik ve girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ileri sürmektedir (Eyal & Kark, 2004:212). **Yenilikçilik** açısından girişimcilik değişim ve yeniliğe dayanmaktadır (Ireland & Webb, 2007:55). Daha fazlası "girişimciliğin tüm türleri kaynak konuşlandırma düzeninde, yeni becerilerin yaratılmasında, vb. değişimleri gerekli kılan yenilikçiliğe dayanmaktadır" (Teng, 2007:120). **Yaratıcılık** hem sıra dışı (örn.; orijinal, beklenmeyen) hem de uygun (örn.; yararlı, görev kısıtlamalarına uyarlanabilir) çalışma üretmektir. Girişimcilik bir yaratıcılık biçimidir ve iş veya girişimcilik yaratıcılığı olarak adlandırılabilir çünkü yeni işler çoğu zaman orijinal ve yararlıdır (Lee,Florida,Acs., 2004:882). **Güçlülüğe** göre girişimciler çeşitli görevleri yerine getirme yeteneklerinde güçlü ve kendinden emin hissetmelidir. **Proaktiflik** bir fırsat arayışı ve ileriye bakma bakış açısıdır (Nehete, Narkhede,Mahajan., 2011:5516). Proaktiflik, sadece pasif olarak tepki vermenin aksine çevreyi şekillendirme eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Eyal & Kark, 2004:213). Başarılı

girişimcilerin geleneksel yöneticilerden farkı proaktif yönetim ile çalışma biçimlerine bağlıdır (Döm, 2008:30). **Kendine güven**, özellikle girişimcilik için stratejik karar alma ile ilgilidir. Bir örgüt bu özellik yardımıyla "kararlı" görülebilir ve bilinebilir. **Araştırma ve geliştirme** faaliyetleri alışılmışın dışında ve yararlı fikirler üretmek için oldukça önemlidir. Alışılmışın dışında orijinal ve yararlı fikirler girişimciliğin yaşam kaynağıdır (Ward, 2004:174). **Başarı** zorluğu azalmış görevleri seçen, sonuçlar için sorumluluğu kabul eden ve faaliyetin çıktıları üzerinde geribildirim arayan birini ifade etmektedir. Bu girişimcilik için önemlidir çünkü girişimciler en iyi performans sergilemek üzere yaptıkları görevlerle ilgilenmeye ihtiyaç duymaktadır (Rauch & Frese, 2007:358). **Rekabetçiliğe** göre girişimcilik cesur ve yenilikçi olmanın olumlu bir imajını akla getirmektedir ve araştırmacılar genellikle kurumsal girişimciliği rekabetçi avantajla pozitif yönde ilişkili olarak görmektedir (Teng, 2007:126).

Girişimciliğin tanıtımı rekabetçiliği geliştirmek için tasarlanan politikanın gerekli bir bileşenidir (Cuckovic & Bartlett, 2007:39). Kısacası, çoğu bilim adamı girişimcilik özelliklerini incelemiştir. Herhangi bir üretim biriminin amacı verilen kaynakların maksimum düzeyde kullanımı aracılığıyla sürekli gelişimi başarmaktır. Son derece nitelikli bir girişimcilik sınıfı bu gelişim için ön koşuldur (Salim, 2005:51). Girişimcilik araştırmaları arasındaki bazı çeşitliliklere rağmen örgütlerin sıklıkla tanımlanan girişimcilik özellikleri yukarıda bahsedilen özellikleri içermektedir. Böylece, bir girişimcinin bireysel özellikleri ile benzer olarak ifade edilebilir ki örgütler için bir girişimcilik kişiliği yazından kişilik bakış açısıyla ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra örgütlerin kişiliğinin yansımasını ise misyon ve vizyon ifadelerinde görmek mümkündür. O halde örgütlerin girişimcilik kişiliğine ilişkin özellikleri de örgüt kişiliğinin anlam bulduğu misyon ve vizyon ifadelerinde yansıma bulacaktır.

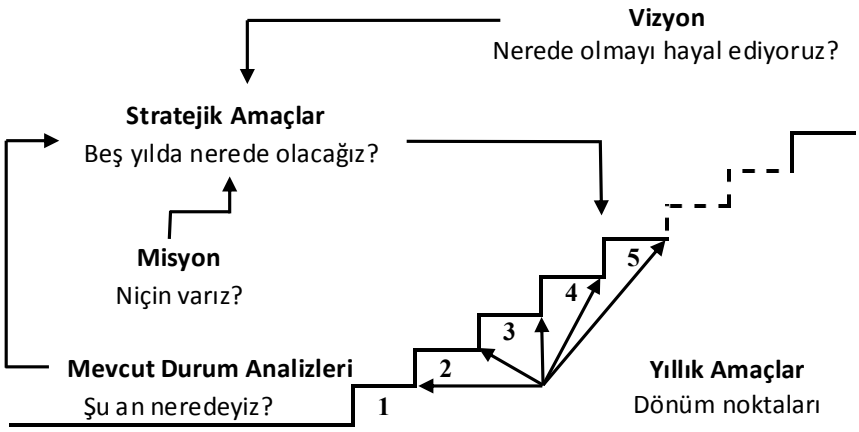
2.2. Örgütlerin Misyon ve Vizyon İfadeleri

Misyon ve vizyon kavramları stratejik yönetim anlayışının yaygınlaşmasına paralel olarak çok yaygın biçimde kullanılmaya başlamıştır (Kılıç, 2010:81). Stratejik yönetim planlamayı, uygulamayı, değerlendirmeyi ve bir örgüt ile dışsal çevresi arasındaki en geçerli uyumu devam ettirmeyi amaçlayan stratejik bir gündemin güncellenmesini ve planlı, amaçlı bir tutum içinde geleceğe doğru hareket etmeyi kapsayan daha geniş daha bütünsel bir süreçtir ve stratejik planlama stratejik yönetim sürecinin "dönüm noktası"dır (Poister, 2005:1035-1036). Stratejik planlama misyon, vizyon, strateji ve eylem olarak dört bileşenden oluşmaktadır. Stratejik planlamadaki en önemli adımlardan biri misyon ve vizyon ifadelerinin oluşumudur ve stratejik planlamanın başarısı misyon ve vizyon ifadelerinin doğru tanımlanmasına ve oluşumuna bağlıdır (Özdem, 2011:1888). İyi tanımlanmış misyon ve vizyonlar etkin stratejik planlamanın kritik bileşenleri olarak durmaktadır (Moore,Ellsworth,Kaufman.,2011:15). Aşağıdaki şekil stratejik yönetim sürecinde örgütlerin amaçları ile misyon ve vizyon ifadeleri arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır (Alogan & Yetiş, 2006:676).

Misyon ifadesi bir örgütün gerçek ruhunu anlatmaktadır ve bilginin bileşimi olarak hizmet etmektedir ve örgütün en gerekli yapısı arasındadır (Moin,Ahsan,Khan., 2012:103). 1970'lerden beri misyon ifadeleri tüm paydaşlara şirketin ne olduğunu en iyi tanımlayan örgütsel iletişimdir ve misyon ifadeleri şirketin tüm temel özelliklerini içermektedir (King,Case,Premo., 2012:93-94). Misyon bir örgütün varlığının temel amacını ve temel nedenini açıklayan ifade olarak tanımlanmaktadır. Böylece bir örgütün misyonu müşterilerinin ya da kurucularının gözünde varlığını kastetmektedir ve güç olarak düşünülmektedir. Bir misyon ifadesi bir örgütün eşsiz ve sürekli amacını tanımlayan biçimlendirilmiş bir dokümandır. "Ne için varız?", "Amacımız nedir?", "Neyi başarmayı istiyoruz?" bir misyon

ifadesinin cevaplamaya çalıştığı bazı temel sorulardır (Gharleghi,Nikbakht,Bahar., 2011:118). Misyon ifadeleri temsilcilerinin çabalarına odaklanmanın yanı sıra örgütü kamu alanında meşru kılmaktadır ve ayrıca örgütün çalışma sınırını, operasyonel faaliyetlerini, sorumluluklarını ve iş felsefesini belirlemektedir (İbicioğlu,Özdaşlı,Ak,Antalyalı,Oksay.,2007:49). Örgütün tüm paydaşları tarafından kolayca hatırlanmalı, örgüt içinde her düzeyde karar almada kullanılmalı ve misyon ifadeleri çeşitli yöntemler kullanılarak yapılandırılmalıdır. İlk yöntem genel müdür için kendi zihninin gizliliğinde bir misyon ifadesi geliştirmektir, ikinci yöntem üst yönetim için bir misyon ifadesiyle dönmek üzere geri çekilmektir, üçüncü yöntem üst yönetim için bir misyon ifadesi geliştirmede kalite yönetim araçlarını kullanmak üzere örgütün paydaşları ile bir arada olmaktır ve her üç yöntem uygun koşullar için doğrudur (Gitlow, 2005:347).

Şekil 1. Stratejik Yönetim Sürecinde Örgütlerin Amaçları ile Misyon ve Vizyon İfadeleri Arasındaki İlişki (Alogan & Yetiş, 2006:676).



Misyon ifadeleri sürekli olarak gözden geçirilmeli ve örgüt ve çevresindeki değişimlere karşılık olarak değiştirilmelidir(King,Case,Premo., 2010:71). Kilit nokta misyonu geçerli olarak korumaktır çünkü dünya değişmektedir ve bunun yanı sıra örgütler de değişmektedir (Guiniven, 2007:6). Bir misyon ifadesinde örgüt kendisini kendi türündeki diğer örgütlerden farklılaştırmaya çalışmaktadır (Uğurluoğlu, 2011:50). Şirketin misyonu temel amaçları, faaliyetlerinin kavramı ve felsefesi üzerine genişletilmiş, üyelerinin ve müşterilerinin bakış açısıyla ayırt edilebilen bir ifadedir (Melinte, 2011:3).Bir misyon ve vizyon ifadesini birbirinden ayırmak önemlidir. Misyon bir örgütün ne yaptığını ve temel iş yeteneğinin ne olduğunu tanımlamaktadır. Diğer yandan vizyon ifadesi şirketin ya da ekibin neye benzeyeceğine dikkat etmektedir ve daha çok müşterilerin neyin devam edeceğini göreceği görsel bir resmi çizmekle ilgilidir (Lord, 2011:24). Vizyon tam olarak bir kuruluşun tercih edilen ya da ideal geleceği olarak tanımlanmaktadır ve en azından üç yıldan beş yıla kadar stratejik yönünü sergilemektedir (Calder, 2011:22).

Vizyon bir örgütün konumunun her şeyden önemli olan amacıdır. Vizyon ifadesi "Ne olmak istiyoruz?" gibi soruları tanımlamayı amaçlamaktadır ve örgütün gittiği yön, sahiplenmeye niyetlendiği iş konumu ve gelişmek üzere planladığı yetenekleridir (Karabulut, 2007:28). Bir misyon ifadesini yazmadan önce örgütteki liderler gelecek için neyin mevcut olduğu konusunda bir fikre sahip olmalıdır ki bu misyon ifadesinin de temeldir. Diğer bir ifadeyle, vizyon, misyon ve ilgili amaçlar için sıçrama tahtası olan stratejik bir yön

sağlamaktadır (Darbi, 2012:95). Daha fazlası sadece bir vizyon ifadesi yayınlamak ve toplantılarda vizyoner terimlerle konuşmak insanların otomatik olarak onu kabul etmesini sağlamaz, önemli olan ona inanmak ve onun işlemesini sağlamaktır (Cady,Wheeler,DeWelf, Brodke., 2011:68). Bir vizyonu tanımlamanın ve uygulamanın önemli bir bileşeni bağlı izleyicilere ihtiyaç duymasıdır. Eğer örgütteki kişiler enerjilerini vizyonu devam ettirmek için ortaya koyarsa o vizyonun kendileri için ne yapacağını anlamaları gerekmektedir (Lord, 2011:24). Misyon ve vizyon ifadeleri bir kuruluşun geleceği için kimlik ve yol haritası sağlamaktadır (Choudhary, 2012:101). Misyon ve vizyon ifadeleri her türde örgüt için, kamu sektörü, kar amacı gütmeyen, özel, kar amacı güden, uluslararası ya da küçük ve orta ölçekli kuruluş, karşı konulmaz biçimde stratejik yönetim sürecinin vazgeçilmez bir bölümü olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, genel olarak misyon ve vizyon ifadelerinin strateji ve örgütsel performansın birçok yönü üzerinde etkisi olduğuna inanılmaktadır (Darbi, 2012:95). Misyon ve vizyon ifadeleri örgüte bir yön hissi sağlamaktadır ve çalışanların davranışını bu yöne doğru yönlendirmektedir (Oghojafor,Oeyemi,Okonji., 2011:1074). Bir işletmede misyon ve vizyonun söylenişinin önemli nedenlerinden biri insan davranışına yol gösteren bir dizi inançları ve görüşleri tanımlamak ve yaymaktır ve örgüt için neyin önemli olduğunu ve neye değer verildiğini açık biçimde iletmektedirler (Verma, 2010:161).

3. Yöntem ve Metodoloji

3.1. Amaç

Bu çalışmanın makro düzeyde amacı Türkiye'deki örgütlerde girişimcilik özelliklerinin yönlerini keşfetmektir. Mikro düzeyde çalışmanın amacı Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi ile bunların misyon ve vizyon ifadelerine göre Türkiye'de farklı sektörlerdeki lider örgütlerin girişimcilik özelliklerini incelemektir. Yukarıda gözden geçirilen teorik çerçeve bütün araştırmanın dayandığı temeli göstermektedir.

3.2. Sınırlılıklar, Örneklem ve Veri Toplama Yöntemi

Teorik çerçeveye dayanarak ve girişimcilik araştırmalarına göre girşimcilik olgusunun bazı ortak özellikleri dikkat çekmektedir. Bu nedenle, örgütlerin girişimcilik özellikleri bu çalışmanın teorik çerçevesinde üzerinde durulan ortak özellikler yardımıyla değerlendirilmektedir ve bu araştırmanın en önemli sınırıdır. Diğer bir sınır ise bu araştırmanın katılımcıları Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi Listesi'nde yer alan ve Türkiye'de farklı sektörlerdeki şirketlerden oluşmaktadır. Türkiye ekonomisinin lider şirketleri her yıl İstanbul Sanayi Odası (ISO) tarafından sınıflandırılmaktadır (www.iso.org.tr). Bu sınıflandırma yardımıyla Türkiye'deki lider şirketler olarak Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Ayrıca Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'nin Tablo 1'de yer alan sınıflandırması da bu şirketler için sektörel sınıflama olarak kullanılmıştır (www.tobb.org.tr).

Araştırmanın verileri Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nden toplanmıştır. Bu şirketlerden bazılarının misyon ve vizyon ifadeleri web sitelerinden alınmış ve diğer bazıları da telefon görüşmeleri ve e-mail aracılığıyla elde edilmiştir. Araştırma verileri planlanmış bir haftalık örnekleme sürecinde toplanmıştır. Mevcut araştırmada misyon ve vizyon ifadelerine göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin girişimcilik özelliklerinin incelenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, "dikkatli, ayrıntılı ve sistematik bir incelemedir ve örnekleri, konuları, önyargıları ve anlamları tanımlama çabası içinde bir materyalin belirli bir bölümünü anlamlandırmadır", "geniş miktarlarda verinin azaltılmasına izin veren kodlama ekipleri ile ölçümdür" ve "içerik analizinde sonuçlar önceden seçilerek sınıflandırılmış belirli değişkenlerle ilgili sıklık miktarlarıdır" (Peetz & Reams, 2011:211).

Tablo 1.TOBB'un Sektörel Sınıflamasına Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi

Sektör adı	Sayı	Sektör adı	Sayı
Tarım	7	Dayanıklı Tüketim Malları	5
Otomotiv ve Yan Sanayi	14	Makine İmalat	----
Çimento	2	İlaç	----
Seramik ve Refrakter	----	Metal (Demir Çelik Dışı)	8
Kimya	4	Madencilik	3
İnşaat	----	Ambalaj	----
Savunma Sanayi	3	Petrol ve Gaz	7
Eğitim	----	Plastik	1
Enerji	6	Konfeksiyon	----
Gıda	15	Ayakkabı	----
Mobilya	1	Döküm	----
Cam	1	Hayvancılık	----
Sağlık	----	Ulaşım	----
Bilişim	1	Tekstil	2
Demir & Çelik	17	Turizm	----
Kuyumculuk	1	Orman	2
Deri	----	**TOPLAM**	**100**

Şirketlerin misyon ve vizyon ifadelerinin içerik analizi teorik çerçevede ortak olarak vurgulanan girişimcilik özellikleri doğrultusunda on bileşen temelinde yapılmıştır. Bu bileşenler risk alma, liderlik, yenilikçilik, yaratıcılık, güçlülük, proaktiflik, kendine güven, araştırma ve geliştirme, başarı ve rekabetçiliktir. Bu bileşenler misyon ve vizyon ifadelerinde kelimeler veya sözcük gruplarıyla temsil edilmiştir. Bu nedenle misyon ve vizyon ifadeleri yönetilebilir bölümlere ayrılmış ve içerik analizinde on bileşenin misyon ve vizyon ifadelerindeki varlığı ve sıklık düzeyi tanımlanmıştır. Her bir örgütün misyon ve vizyon ifadelerinin girişimcilik özellikleriyle ilgili belirli bileşenlerine değer vermek üzere ikili kodlama yöntemi kullanılmıştır. Eğer bahsedilmediyse bileşen "0" değeri alırken eğer tanımlandı veya tartışıldıysa "1" değeri almıştır. Böylece misyon ve vizyon ifadelerinde girişimcilik özellikleriyle ilgili on bileşenden herhangi birini gösteren Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'ndeki şirket sayısı ortaya çıkmıştır. Ayrıca içerik analizi sektör sektör yürütülmüştür. Belirtilmelidir ki Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi öncelikle sektörlerine göre sınıflandırılmış ve daha sonra her bir sektördeki şirketler için içerik analizi yürütülmüştür.

3.3. Bulgular

Bu çalışmada, şirketlerin girişimcilik özellikleri incelenmiştir ve girişimcilik olgusunun bazı ortak özellikleri teorik çerçevede dikkat çekmektedir. Bununla birlikte misyon ve vizyon ifadeleri bir örgütün tüm yaşamıyla ilgili davranışsal rolünün aynasıdır. Böylece, teorik çerçevede açıklanan ortak girişimcilik özellikleri misyon ve vizyon ifadelerine bağlı olarak Türkiye'nin farklı sektörlerdeki ilk 100 büyük şirketinin girişimcilik özelliklerini değerlendirmek üzere kullanılmıştır. Araştırmanın bulguları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 2. Misyon İfadelerine Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin Girişimcilik Özellikleri

	Girişimcilik Özellikleri									
Sektör Adı	**Risk alma**	**Liderlik**	**Yenilikçilik**	**Yaratıcılık**	**Güçlülük**	**Proaktiflik**	**Kendine Güven**	**Araştırma ve Geliştirme**	**Başarı**	**Rekabetçilik**
Tarım	--	3	1	3	--	1	3	1	--	2
Otomotiv ve Yan Sanayi	--	5	2	1	2	2	4	1	2	2
Çimento	--	1	1	1	--	--	1	--	--	--
Kimya	--	--	1	--	1	--	1	--	--	1
Savunma Sanayi	--	1	2	--	--	--	2	1	--	--
Enerji	--	2	1	--	--		2		--	1
Gıda	--	3	4	2	1	1	5	1	--	4
Mobilya	--	--	--	--	--	--	1	--	--	--
Cam	--	1	--	--	1	--	--	--	--	--
Bilişim	--	--	--	--	--	--	1	--	1	--
Demir & Çelik	--	3	10	2	--	1	2	1	3	3
Kuyumculuk	--	--	--	1	--	--	--	--	--	--
Dayanıklı Tüketim Malları	1	--	1	1	--	2	2	--	--	2
Metal (Demir Çelik Dışı)	--	1	2	2	--	1	3	1	--	2
Madencilik	--	--	2	1	2	--	1	1	--	1
Petrol ve Gaz	--	2	1	5	--	--	3	--	--	2
Plastik	--	--	1	--	--	--	--	1	--	--
Tekstil	--	--	1	--	1	--	1	--	--	1
Orman	--	1	1	--	--	--	1	1	--	--
Toplam	**1**	**23**	**31**	**19**	**8**	**8**	**33**	**9**	**6**	**21**

Tablo 2'de görüldüğü üzere, Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin her bir girişimcilik özelliği misyon ifadelerine göre görülmektedir. Daha ayrıntılı bir bakış açısıyla örgütlerin misyon ifadelerinde girişimcilik olgusunun en dikkat çeken özellikleri birinci düzeyde kendine güven, ikinci düzeyde yenilikçilik ve üçüncü düzeyde liderliktir. Bu çalışma girişimcilik olgusunun özellikleri ve örgütlerin sektörleri arasındaki etkileşimle ilgili gerçekçi ve mevcut bulguları da sağlamaktadır. Tablo 2'de göze çarpan bir sonuç olarak örgütlerin misyon ifadeleri gıda sektöründe kendine güvene, demir & çelik sektöründe yenilikçiliğe ve otomotiv ve yan sanayi sektöründe liderliğe odaklanmaktadır. Buna ilaveten, örgütlerin misyon ifadelerinde girişimcilik olgusunun diğer özelliklerinin değeri en önemliden daha az önemliye doğru bir sıra izlemektedir. Ayrıca, girişimcilik olgusunun farklı önem düzeyindeki özellikleri ile örgütlerin sektörleri arasındaki etkileşim açıkça göstermektedir ki bu özelliklerin değeri örgütlerin misyon ifadelerine bağlı olarak bir sektörden diğerine değişebilmektedir.

Tablo 3. Vizyon İfadelerine Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin Girişimcilik Özellikleri

	Girişimcilik Özellikleri									
Sektör Adı	**Risk alma**	**Liderlik**	**Yenilikçilik**	**Yaratıcılık**	**Güçlülük**	**Proaktiflik**	**Kendine Güven**	**Araştırma ve Geliştirme**	**Başarı**	**Rekabetçilik**
Tarım	--	3	2	1	--	--	2	--	--	3
Otomotiv ve Yan Sanayi	--	7	3	--	1	1	4	2	1	2
Çimento	--	1	--	--	--	--	--	--	1	1
Kimya	--	--	2	1	1	--	--	1	--	1
Savunma Sanayi	--	--	2	--	--	--	3	1	--	1
Enerji	--	2	--	--	--	--	1	--	--	2
Gıda	--	6	1	5	--	1	6	1	1	1
Mobilya	--	--	--	--	--	--	1	--	--	--
Cam	--	1	--	--	1	--	--	--	--	--
Bilişim	--	1	--	--	1	--	--	--	--	--
Demir & Çelik	--	9	4	1	1	--	3	--	1	2
Kuyumculuk	--	--	--	--	1	--	1	--	--	--
Dayanıklı Tüketim Malları	--	--	--	1	--	2	3	--	1	2
Metal (Demir Çelik Dışı)	--	2	3	2	1	1	3	--	--	1
Madencilik	--	1	--	1	1	--	1	--	--	1
Petrol ve Gaz	--	3	--	1	--	--	5	1	--	--
Plastik	--	1	--	--	--	--	--	--	--	1
Tekstil	--	--	1	--	1	--	1	--	--	1
Orman	--	2	1	--	--	--	1	1	--	--
Toplam	**0**	**39**	**19**	**13**	**9**	**5**	**35**	**7**	**5**	**19**

Tablo 3'te görüldüğü üzere, risk alma dışında örgütlerin tüm girişimcilik özellikleri Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin vizyon ifadeleri ile ilgilidir. Daha özel olarak, örgütlerin vizyon ifadelerinde en girişimcilik olgusunun göze çarpan özelliği birinci aşamada liderlik, ikinci aşamada kendine güven ve üçüncü aşamada yenilikçilik ve rekabetçiliktir. Tablo 3'te gözlemlenmektedir ki örgütlerin vizyon ifadeleri demir & çelik sektöründe liderliğe, gıda sektöründe kendine güvene, demir & çelik sektöründe yenilikçiliğe ve tarım sektöründe rekabetçiliğe odaklanmaktadır. Daha önce girişimcilik özelliklerinin misyon ifadelerine göre değerlendirilmesinde bahsedildiği gibi örgütlerin vizyon ifadelerindeki girişimcilik olgusunun diğer özelliklerinin değeri de en önemliden daha az önemliye doğru bir sıra izlemektedir. Böylece, bu özelliklerin değeri de örgütlerin vizyon ifadelerine bağlı olarak bir sektörden diğerine değişebilmektedir.

Araştırmanın bulgularına dayanarak, Tablo 2 ve Tablo 3 göstermektedir ki Türkiye'deki demir & çelik, gıda ve otomotiv ve yan sanayi sektöründeki örgütlerin girişimcilik özelliklerine daha dikkat edilmelidir. Ayrıca şu da belirtilmelidir ki bu sektörler Türkiye'de kilit harekete geçirici role sahiptir. Bunda dolayı, Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi Listesi'nde bu sektörlerdeki lider şirketler misyon ve vizyon ifadelerinde girişimcilik olgusu özelliklerine sahip olarak daha girişimci hale gelmektedir. Diğer yandan, hem misyon hem de vizyon ifadelerinde en sık yer alan girişimcilik özelliği kendine güvendir. Bu girişimcilik özelliği misyon ifadelerinde yenilikçilik ile liderlik tarafından ve vizyon ifadelerinde liderlik, yenilikçilik ile rekabetçilik tarafından izlenmektedir.

4. Sonuç ve Tartışma

Elde edilen bulgular ışığında bu çalışma, girişimciler, karar alıcılar, eğitimciler, araştırmacılar, vb. için önemli anlamlara sahiptir. Hem örgütlerin hem de diğer çevrelerin çıkar grupları girişimcilik olgusunun özelliklerinin kritik rolüne daha dikkat etmelidir. Türkiye'deki örgütlerin girişimcilik özelliklerini incelemeye çalışarak Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin misyon ve vizyon ifadelerinin içerik analizi yürütülmüştür. Türkiye'deki şirketlerin misyon ve vizyon ifadelerinin incelemeye dönük daha öncede yürütülmüş çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar arasında misyon ifadelerinin sektörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı (Köseoğlu & Temel, 2008), stratejik planlamada misyon ve vizyonun önemi (Kunt, 2012), şirketlerin Türkiye ve dünya ölçeğinde faaliyet gösterdiği çevreye göre misyon ifadelerinin değişip değişmediği (Akbulut & Bayram, 2011), misyon ifadelerinde kullanılan öğelerin işletmelerin mülkiyet yapılarını nasıl değiştirdiği (Köseoğlu & Ocak, 2010), stratejik yönetim sürecinde misyon ve vizyonun önemi (Kılıç, 2010), işletmelerde misyon ve vizyon geliştirmenin önemi (Doğan, 2002), vizyon ve misyon ifadelerinin sektörel rekabeti nasıl etkilediği (Barca & Yıldırım, 2003), misyon ifadelerinin aile şirketleri açısından değeri (Çuhadar & Özgen, 2008) ve KOBİ'lerin misyon ifadelerinin içeriği (Köseoğlu, 2008) gibi konulara vurgu yaparak misyon ve vizyon ifadelerini farklı açılardan ele alan çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışma ise misyon ve vizyon ifadelerini girişimcilik açısından değerlendirerek bir farkındalık yaratmak üzere yapılandırılmıştır. Mevcut çalışmadan elde edilen bulgular kendine güven, liderlik, yenilikçilik ve rekabetçiliğin Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin baskın girişimcilik özellikleri olduğunu desteklemektedir. Örgütlerin girişimcilik rolü ve başarısı bu özellikler ile ilgilidir. Daha özel olarak çalışmanın bulguları eğer Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi içinde kendine bir yer yaratmak isterlerse örgütlere düşünmeleri için olası girişimcilik özelliklerini göstermektedir. Daha girişimci olmak ya da daha fark edilebilir bir girişimcilik başarısı için Türk örgütleri girişimcilik olgusunun özellikleriyle uyum içinde çalışmalıdır. Buna ilaveten, stratejilerini şekillendirmek ve çevrelerinde kendileriyle ilgili hızlı

bir etkiye sahip olabilmek için girişimcilik olgusuna ilişkin kendi özelliklerini misyon ve vizyon ifadelerinde yansıtmalıdırlar. Girişimcilik teorik çerçevede genellikle risk alma ile eşdeğer olarak vurgulanmaktadır. Risk alma girişimciliğin önemli bir bileşeni olmasına rağmen bulgular göstermektedir ki Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin misyon ve vizyon ifadelerinde kendisine sağlam bir yer bulamamıştır. Bu noktada öncelikle örgütlerin kendi girişimcilik özelliklerini geliştirmeye ihtiyaç duydukları veya bu bulgunun çarpıcı bir biçimde herhangi bir kişiyi örgütlerin misyon ve vizyon ifadelerinde risk alma olmadan girişimcilik özelliklerini yansıtmayacağını düşünmeye yönelteceği akla gelmektedir. Bu düşüncelere rağmen Türkiye'deki örgütlerin ekonomik ve diğer çevresel koşulları unutulmamalıdır. Daha bir risk çevresinde yaşayarak Türk örgütlerinin risk algıları bazı belirli riskleri almak anlamına gelebilir. Bu nedenle bir girişimcilik özelliği olarak risk almak Türkiye'deki örgütler için tahmin edilebilir risk almak olabilir. Teorik çerçevede vurgulanan diğer girişimcilik özellikleri Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin misyon ve vizyon ifadelerinde az veya çok görülmektedir. Bununla birlikte çalışmadaki baskın girişimcilik özelliklerini yansıtan en göze çarpan sektörler demir & çelik, gıda ve otomotiv ve yan sanayi sektörleridir. Türk demir & çelik sektörü dünyadaki demir & çelik üreticilerinin başlıcaları arasındadır, gıda sektörü Türkiye'de öncelikli bir alana sahiptir ve Türkiye'deki otomotiv ve yan sanayi sektörü son yıllarda gelişmektedir. Bu sektörlerde son zamanlarda yaşanan gelişmeler bu sektörlerin örgütlerinin girişimcilik özelliklerinde görülebilir. Sonuç olarak, bu çalışmanın başlıca önerisi "girişimcilik olgusu ile ilgili olmak ya da ilgili kalmak için" örgütlerin girişimcilik özelliklerinin kapsamının bu çalışmanın bulguları ışığında misyon ve vizyon ifadelerinde geliştirilmesi gerektiğidir. Türkiye'deki örgütlerin çabaları Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketi'nin girişimcilik özelliklerinin bakış açılarıyla saygın ve başarılı bir girişimci olmayı sürdürmek olmalıdır.

Kaynaklar

Akbulut, Eyyub - Bayram, Yavuz (2011), "A Comparative Analysis of Web-Based Corporate Mission Statements", African Journal of Business Management, Vol. 5, No. 23, s. 10014 -10022.

Alam, Syed S. (2011), "Entrepreneur's Traits and Firm Innovation Capability: An Empirical Study in Malaysia", Asian Journal of Technology Innovation, Vol. 19, No.1, s. 53–66

Allinson, Christopher W. – Chell, Elizabeth – Hayes, John (2000), "Intuition and Entrepreneurial Behaviour", European Journal of Work and Organizational Psychology, Vol. 9, No: 1, s. 31-43.

Alogan, Güldal B. - Yetiş, Nüket (2006) "Defining Strategic Objectives: A Methodology Suited for Public Organizations", Total Quality Management & Business Excellence, Vol.17, No:6, s. 669-684.

Anderson, Robert B. - Dana, Leo P. - Dana, Teresa E. (2006) "Indigenous Land Rights, Entrepreneurship, and Economic Development in Canada: ''Opting-in'' to the Global Economy", Journal of World Business, Vol. 41, s. 45-55.

Barca, Mehmet ve Yıldırım, Melek (2003), "Vizyon ve Misyon Bildirgeleri Sektörel Rekabet Dayanaklarını Ne Ölçüde Yansıtmaktadır?", 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Afyon.

Beugelsdijk, Sjoerd – Noorderhaven, Niels (2004), "Entrepreneurial Attitude and Economic Growth: A Cross-Section of 54 Regions", Ann Reg Sci, Vol. 38, No. 1, s.99–218.

Bhuian, Shahid N. - Menguc, Bülent - Bell, Simon J. (2005), "Just Entrepreneurial Enough: The Moderating Effect of Entrepreneurship on The Relationship Between Market Orientation and Performance", Journal of Business Research,Vol.58,s.9-17.

Boojihawon, Dev K. - Dimitratos, Pavlos - Young, Stephen (2007), "Characteristics and İnfluences of Multinational Subsidiary Entrepreneurial Culture: The Case of The Advertising Sector", International Business Review, Vol. 16, s. 549–572.

Brandstätter, Hermann (2011), "Personality Aspects of Entrepreneurship: A Look at Five Meta -Analyses", Personality and Individual Differences, Vol. 51, s. 222–230.

Cady, Steven H. - Wheeler, Jane V. - DeWolf, Jeff - Brodke, Michelle (2011), "Mission, Vision, and Values: What Do They Say?", Organization Development Journal, Vol. 9, No: 1, s.63 -78.

Calder, W. B. (2011), "Institutional VVM Statements on Websites", The Community College Enterprise, s. 19-27.

Choudhary, Amod (2012), "Mission "Trust"", Academy of Strategic Management Journal, Vol. 11, No: 1, s. 101-113.

Casson, Mark (2010), "Entrepreneurship: Theory, Institutions and History. Eli F. Heckscher Lecture, 2009", Scandinavian Econ. Hist. Rev., Vol.58, No.2, s. 139-170.

Chegini Mehrdad G. - Khoshtinat, Behnaz (2011), "Study of Relationship between Entrepreneurial Skills and Organizational Entrepreneurship", Australian Journal of Basic and Applied Sciences, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, Vol. 5, No: 4, s. 165-172.

Cope, Jason (2005), "Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship", Entrepreneurship Theory and Practice, s. 373-397.

Coric, Gordana - Katavic, Ivica - Kopecki, Dragan (2011), "Sustainable Growth of Smes in Croatia Through Development of Entrepreneurial Skills", The Ninth International Conference:"Challenges of Europe: Growth and Competitiveness – Reversing the Trends", s. 207-242.

Cuckovic, Nevenka - Bartlett, Will (2007), "Entrepreneurship and Competitiveness: The Europeanisation of Small and Medium-sized Enterprise Policy in Croatia",Southeast European and Black Sea Studies, Vol.7, No:1, s. 37-56.

Çuhadar, Turan - Özmen, İbrahim, H. (2008), "Mission Statement Institutional Family Business: A Content Analysis", First International Conference on Management and Economics, Tirana, Albania.

Darbi, William P. K. (2012), "Of Mission and Vision Statements and Their Potential Impact on Employee Behaviour and Attitudes: The Case of A Public But Profit-Oriented Tertiary Institution", International Journal of Business and Social Science, Vol. 3, No: 14, s. 95-109.

Doğan, Selen (2000), "İşletmelerde Vizyon ve Misyon Bildiri Geliştirme ve Önemi", 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Kayseri.

Döm, Serpil (2008), Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Ankara: Detay Yayıncılık.

Elmuti, Dean - Khoury, Grace - Orman, Omar (2012), "Does Entrepreneurship Education Have A Role in Developing Entrepreneurial Skills and Ventures' Effectiveness?", Journal of Entrepreneurship Education, Vol. 15, s. 83-98.

Eyal, Ori - Kark, Ronit (2004), "How do Transformational Leaders Transform Organizations? A Study of the Relationship Between Leadership and Entrepreneurship?", Leadership and Policy in Schools, Vol. 3, No: 3, s. 211-235.

Foxall, G. R. - Minkes, A. L. (1996), "Beyond Marketing: The Diffusion of Entrepreneurship in the Modern Corporation", Journal of Strategic Marketing, Vol. 4, No: 2, s. 71-93.

Gharleghi, Ebrahim - Nikbakht, Fatemeh - Bahar, Golpar (2011), "A Survey of Relationship Between the Characteristic of Mission Statement and Organizational Performans", Research Journal of Business Management, Vol. 5, No: 3, s. 117-124.

Gitlow, Howard S. (2005), "Organizational Dashboards: Steering an Organization Towards its Mission", Quality Engineering, Vol. 17, No: 3, s. 345-357.

Greblikaitë, Jolita - Daugëlienë, Rasa (2009), "Cluster Analysis of Expression of Entrepreneurship Characteristics in the EU Innovative Projects for SME's and KTU Regional Science Park", European Integratıon Studies, No: 3, s. 184-189.

Guinlven, John (2007), "Vision quest: Writing your organization's mission statement", Tactics, s. 6.

Holt, Daniel T. - Rutherford, Matthew W. - Clohessy, Gretchen R. (2007), "Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at Individual Characteristics, Context, and Process", Journal of Leadership and Organizational Studies, Vol. 13, No: 4, s. 40-54.

http://www.iso.org.tr/tr/web/BesYuzBuyuk/turkiye-nin-500-buyuk-sanayi-kurulusu--iso-500-raporunun-sonuclari.html, 08.10.2012.

http://sanayi.tobb.org.tr/tobb_sektor1.php, 25.09.2012.

İbicioğlu, Hasan - Özdaşlı, Kürşat - Ak, Belma - Antalyalı, Ömer L. - Oksay, Aygen (2007), "The Shared Mission in Universities: Example of Süleyman Demirel University", The Proceedings Book of 3rd International Strategic Management Conference, Tübitak.

Ireland, Duane R. - Webb, Justin W. (2007), "Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage through Streams of Innovation", Business Horizons, Vol. 50, s. 49-59.

Jóhannesson Gunnar T. (2012), ""To Get Things Done": A Relational Approach to Entrepreneurship", Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 12, No.2, 181-196.

Karabulut, Tuğba A. (2007), "A Study on Two Fundamental Tools of Strategic Management: Mission and Vision Statements", The Proceedings Book of 3rd International Strategic Management Conference, Tübitak.

Kaya, Nihat (2006), "The Impact of Human Resource Management Practices and Corporate Entrepreneurship on Firm Performance: Evidence From Turkish Firms", The International Journal of Human Resource Management, Vol. 17, No: 12, s. 2074-2090.

Kılıç, Mustafa (2010), "Stratejik Yönetim Sürecinde Değerler, Vizyon ve Misyon Kavramları Arasındaki İlişki", Sosyo Ekonomi, Cilt. 6, Sayı. 13, s. 81-98.

King, Darwin L. - Case, Carl J. - Premo, Kathleen M. (2010), "Current Mission Statement Emphasis: Be Ethical and Go Global", Academy of Strategic Management Journal, Vol. 971-87., No: 2, s. 93-119.

King, Darwin L. - Case, Carl J. - Premo, Kathleen M. (2012), "An International Mission Statement Comparsion: United States, France, Germany, Japan, and China", Academy of Strategic Management Journal, Vol. 11, No: 2, s. 93-119.

Köseoğlu, Mehmet, A. - Temel, Elif, K. (2008), "Sektörlere Göre Misyon İfadelerinde Kullanılan Öğelerdeki Farklılaşmalar: İMKB Şirketleri Üzerine Bir Araştırma", Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt. 9, Sayı. 2, s. 71-88.

Köseoğlu, Mehmet, A. – Ocak, Saffet (2010), "Misyon İfadelerinde Kullanılan Öğeler İşletmelerin Mülkiyet Yapısına Göre Değişir mi?: Özel ve Kamu Hastaneleri Üzerine Bir Araştırma", Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, Cilt.13, Sayı.1, s. 63-82.

Köseoğlu, Mehmet, A. (2008), İşletmeler Var Olma Sebeplerini Nasıl İfade Ederler?: KOBİ'lerin Misyon ifadeleri Üzerine Bir Arastırma", Yönetim ve Ekonomi, Cilt. 15, Sayı. 2, s. 89-97.

Kunt, Şule (2012), Türkiye'de Üniversitelerin Stratejik Planlarındaki Misyon, Vizyon Ve Stratejik Amaçların İçerik Analizi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yükseklisans Tezi, Adana.

Kwiatkowski, Stefan (2004), "Social and Intellectual Dimensions of Entrepreneurship", Higher Education in Europe, Vol. 29, No: 2, s. 205-220.

Lee, Sam Y. - Florida, Richard - Acs, Zoltan (2004), "Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation", Regional Studies, Vol. 38, No: 8, s. 879-891.

Li, Yuan - Liu, Yi - Zhao, Yongbin (2006), "The Role of Market and Entrepreneurship Orientation and Internal Control in the New Product Development Activities of Chinese Firms", Industrial Marketing Management, Vol. 35, s. 336-347.

Lin, W. B. (2006), "A Comparative Study on the Trends of Entrepreneurial Behaviors of Enterprises in Different Strategies: Application of the Social Cognition Theory", Expert Systems with Applications, Vol. 31 s. 207–220.

Lord, Jo (2011), "How to Define and Implement a Vision for Your Company", Manager, s. 24.

Luca, Marcela R. - Cazan, Ana-Maria (2011), "Involvement in Entrepreneurial Training and Personality", Procedia-Social&Behavioral Sci., Vol. 30, s. 1251-1256.

Ma, Hao - Tan, Justin (2006), "Key Components and Implications of Entrepreneurship: A 4-P Framework", Journal of Business Venturing, Vol. 21, s. 704-725.

Markman, Gideon D. - Baron, Robert A. (2003), "Person–Entrepreneurship Fit: Why Some People Are More Successful as Entrepreneurs than Others", Human Resource Management Review, Vol. 13, s. 281–301.

Mason, Colin – Harvey, Charles (2013), "Entrepreneurship: Contexts, Opportunities and Processes", Business History, Vol. 55, No: 1, s. 2013, 1-8.

Melinte, Claudia (2011), "Redefining the Mission and the Image of the Co-Operative Model of the Company", Economy Transdisciplinarity Cognition, Vol. XIV, No: 1, s. 446-451.

Moin, Muhammad F. - Ali, Ahsan - Khan, Ali N. (2012), "An Analysis of Mission Statement of Pakistani Commercial (Scheduled) Banks Using A Nine Points Scale Approach of Fred R. David", Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 4, No: 2, s. 102-120.

Moore, Stephanie L. - Ellsworth, James B. - Kaufman,Roger (2011), "Visions and Missions: Are They Useful? A Quick Assessment", Performance Improvement, Vol. 50, No: 6, s. 15-24.

Mullins, John (2006), "Can We Teach Entrepreneurship?", Business Strategy Review, s. 13-17.

Nassif, Vânia M. J. – Ghobril, Alexandre N. – Silva, Newton S. (2010), "Understanding the Entrepreneurial Process: a Dynamic Approach", Brazilian Administration Review, Vol. 7, No: 2, s. 213-226.

Nehete, R.S. - Narkhede, B.E. - Mahajan, S.K. (2011), "Investigation of Entrepreneurial Skills for Better Performance of Manufacturing SMEs", International Journal of Engineering Science and Technology, Vol. 3 No: 7, s. 5515-5525.

Obschonka, Martin - Silbereisen, Rainer K.- Rodermund, Eva S. (2010), "Entrepreneurial Intention as Developmental Outcome", Journal of Vocational Behavior, Vol. 77, s. 63-72.

Oghojafor, Ben E. A. - Olayemi, Olufemi O. - Okonji, Patrick S. (2011), "Enhancing Organization's Performance Through Effective Vision and Mission", Chinese Business Review, Vol. 10, No: 11, s. 1071-1075.

Özdem, Güven (2011), "An Analysis of the Mission and Vision Statements on the Strategic Plans of Higher Education Institutions", Educational Sciences: Theory & Practice, Vol. 11, No: 1, s. 1887-1894.

Öztürk, Ali O. (2012), "Kamu Örgütlerinde Girişimcilik", İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt. 14, Sayı. 4, s. 151-169.

Peetz, Ted B. - Reams, Lamar (2011). A Content Analysis of Sport Marketing Quarterly: 1992-2011. Sport Marketing Quarterly, Vol. 20, No: 4, s. 209-218.

Poister, Theodore H. (2005), "Strategic Planning and Management in State Departments of Transportation", International Journal of Public Administration, Vol. 28, No: 13, s. 1035 -1056.

Popp, Andrew - Holt, Robin (2013), "The Presence of Entrepreneurial Opportunity", Business History, Vol. 55, No: 1, s. 9-28.

Rauch, Andreas - Frese, Michael (2007), "Let's Put The Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on The Relationship Between Business Owners' Personality Traits, Business Creation and Success", European Journal of Work and Organizational Psychology, Vol. 16, No: 4, s. 353-385.

Salim, Ruhul A. (2005), "Modelling Entrepreneurship in Small-Scale Enterprises", Applied Economics Letters, Vol. 12, s. 51–57.

Rodermund, Eva S. (2004), "Pathways to Successful Entrepreneurship: Parenting, Personality, Early Entrepreneurial Competence, and Interests", Journal of Vocational Behavior, Vol. 65, s. 498–518.

Spilling, Olav R. - Rosenberg, Ovar A. (2008), "To Eat or To Be Eaten-on The Role of Entrepreneurship in The Norwegian Telecom Access Sector", Entrepreneurship & Regional Development, An International Journal, Vol. 20, No: 1, s. 19-40.

Uğurluoğlu, Özgür (2011), "Kamu ve Özel Hastane Misyon İfadelerinin İçerikleri Bakımından Karşılaştırılması", Toplum ve Sosyal Hizmet, Cilt. 22, Sayı. 1, s. 49-61.

Taylor, Bernard (2001), "From Corporate Governance to Corporate Entrepreneurship", Journal of Change Management, Vol. 2, No: 2, s. 128-147.

Teng, Bing-Sheng (2007), "Corporate Entrepreneurship Activities Through Strategic Alliances: A Resource-Based Approach Toward Competitive Advantage", Journal of Management Studies, Vol. 44, No: 1, s. 119-142.

Ward, Thomas B. (2004), “Cognition, Creativity, and Entrepreneurship”, Journal of Business Venturing, Vol. 19, s. 173-188.

Vecchio, Robert P. (2003), “Entrepreneurship and Leadership: Common Trends and Common Threads”, Human Resource Management Review, Vol.13, s.303-327.

Verma, Harsh V. (2010), “Mission Statements- A Study of Intent and Influence”, Journal of Services Research, Vol. 9, No: 2, s. 153-172.