

**T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK
ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ SİYASAL
BİLGİLER FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ahmet DEMİRHAN

**Enstitü Anabilim Dalı : İşletme Yönetimi
Enstitü Bilim Dalı : İşletme Yönetimi**

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Zeynep HATİPOĞLU

HAZİRAN – 2016

T.C
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK
ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ SİYASAL
BİLGİLER FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ahmet DEMİRHAN

Enstitü Anabilim Dalı : İşletme Yönetimi
Enstitü Bilim Dalı : İşletme Yönetimi

“Bu tez 12/08/2016 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği/Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Yrd. Doç. Dr. Zeynep HATİPOĞLU	Basarılı	
Yrd. Doç. Dr. Serkan ALGAN	Basarılı	
Yrd. Doç. Dr. Özgür ERGÜN	Basarılı	

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Ahmet DEMİRHAN

09.06.2016



ÖNSÖZ

Bu tezin hazırlanması aşamasında, yardım ve katkılarını hiçbir zaman esirgemeyen, değerli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Zeynep HATIPOĞLU'na teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim. Yüksek Lisans eğitimim boyunca, bilgilerinden istifade ettiğim, üniversitemizin tüm hocalarına katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Anket uygulamasında tarafıma gerekli izinleri veren ve tüm kolaylıkları sağlayan, lisans öğrenimimi yapmış olduğum Sakarya Üniversitesinin tüm hoca ve idarecilerine, ayrıca anket uygulamasını yaptığım Siyasal Bilgiler Fakültesi'nin tüm öğrencilerine yardım ve katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Uygulamış olduğum anketin ikinci bölümünü, makalelerinden almış olduğum değerli hocalarımız; Prof. Dr. Ercan YILMAZ ve Prof. Dr. Ali Murat SÜMBÜL ile birlikte, bu anketi tez çalışmamda kullanmama izin veren Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün yöneticilerine de katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Aileme de bana vermiş oldukları maddi ve manevi katkı ve desteklerinden dolayı teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Ahmet DEMİRHAN

09.06.2016

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	v
TABLolar LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
ÖZET	ix
SUMMARY	x
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: KONUYLA İLGİLİ GENEL KAVRAMLAR	4
1.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları	4
1.1.1. Girişim Kavramı	4
1.1.2. Girişimci Kavramı	4
1.1.3. Girişimcilik Kavramı	6
1.1.4. Yönetici ve Girişimci Arasındaki Fark	7
1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	8
1.2.1. Girişimciliğin Dünya Tarihinde Yeri.....	8
1.2.2. Girişimciliğin Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi	9
1.2.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi Girişimcilik	9
1.2.2.2. Türkiye Cumhuriyeti Dönemi Girişimcilik.....	10
1.3. Girişimcilik Türleri	11
1.3.1. Genel Anlamda Girişimcilik Türleri.....	12
1.3.2. Küresel Bazda Girişimcilik Türleri.	12
1.4. İç Girişimcilik	12
1.5. Stratejik Girişimcilik.....	14
1.6. Sosyal Girişimcilik.....	15
1.7. Kadın Girişimcilik.....	16
1.8. Girişimcilik Süreci	16
1.9. Girişimciliğin Önemi	17

**BÖLÜM 2: GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ VE GİRİŞİMCİLİK
ÖZELLİKLERİNİN OLUŞUMUNDA ETKİLİ OLAN**

FAKTÖRLER	20
2.1. Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler ve Girişimcilik Eğilimi	20
2.1.1. Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler	20
2.1.2. Girişimcilik Eğilimi	21
2.2. Girişimcilerin Özellikleri	22
2.2.1. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri	22
2.2.1.1. Kişilik Kavramı	22
2.2.1.2. Girişimci Kişilik Kavramı	22
2.2.1.3. Girişimcilerin Önemli Kişilik Özellikleri	23
2.2.2. Girişimcilerin Demografik Özellikleri	32
2.2.2.1. Aile	32
2.2.2.2. Yaş	33
2.2.2.3. Kişisel Değerler	33
2.2.2.4. İş Tecrübesi	34
2.2.2.5. Cinsiyet	34
2.2.2.6. Rol Modeller	35
2.2.3. Girişimciyi Başarılı Kılan Bazı Özellikler	35
2.3. Girişimcilik Özelliklerinin Oluşumunda Etkili Olan Faktörler	37
2.3.1. Girişimcilik Özellikleri ve Kültür Arasındaki Etkileşim	37
2.3.1.1. Kültürün Genel Tanımı	37
2.3.1.2. Girişimcilik Kültürünün Tanımı	37
2.3.1.3. Girişimcilikle Kültür Arasındaki Etkileşim	38
2.3.1.4. Girişimcilik Kültürünü Etkileyen Öğeler	38
2.3.1.5. Girişimcilik Kültürünün Geliştirilmesi	40
2.3.2. Girişimcilik Özellikleri ve Sosyal Çevre ile Olan Etkileşim	40
2.3.3. Girişimcilik Özellikleri ve Motivasyon Arasındaki İlişki	42
2.3.3.1. Motivasyon Kavramı	42
2.3.3.2. Motivasyon ve Girişimcilik Arası İlişki	42
2.3.3.3. Girişimcileri Motive Eden Unsurlar	43
2.3.4. Girişimcilik Özellikleri ve İnovasyon Arasındaki Etkileşim	43

2.3.4.1. İnavasyon Kavramı	43
2.3.4.2. İnovasyonun Önemi	44
2.3.4.3. Girişimcilik ve İnovasyon Arasındaki Etkileşim	44
2.3.4.4. İletişim Teknolojilerindeki İnovasyon, E-Ticaret ve Girişimcilik	46
2.3.5. Girişim Özellikleri ve Ekonomi Arasındaki Etkileşim.....	47
2.3.5.1. Girişimcilik ve Ekonomi Arasındaki Etkileşim	47
2.3.5.2. Girişimcilik, Ekonomik Kalkınma ve Büyüme Arası Etkileşim.....	49
2.3.6. Girişimcilik Özellikleri ve Eğitim Arasındaki Etkileşim	50
2.3.6.1. Girişimcilik Eğitimi ve Önemi.....	50
2.3.6.2. Girişimcilik Eğitiminin Amaçları.....	51
2.3.6.3. Girişimcilik Eğitiminin Özellikleri	51
2.3.6.4. Yüksek Öğretimde Girişimcilik Eğitimi	52
2.3.6.5. İlköğretim ve Ortaöğretim Programlarında Girişimcilik Eğitimi ...	53
2.3.6.6. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri	53
2.4. Girişimcilik Potansiyeli.....	53
2.5. Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar.....	54
2.5.1. Girişimcilerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar	54
2.5.2. Girişimcilerden Kaynaklanan Başlıca Sorunlar.....	55
BÖLÜM. 3: GİRİŞİMCİLİK VE KOBİLER.....	57
3.1. KOBİ Kavramı	57
3.2. KOBİ'lerin Önemi	58
3.2.1. Girişimcilik ve KOBİ'ler Arası İlişki	59
BÖLÜM.4: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMAYA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA SAKARYA ÜNV. SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ.....	62
4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi	62
4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Modeli	63
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	64
4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	65

4.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	66
4.6. Analizler ve Bulgular	67
4.6.1. Demografik Özelliklerle İlgili Bilgiler	67
4.6.2. Faktör Analizi ve Faktör Analiz Sonuçları.....	69
4.6.3. Hipotez Testleri	73
4.6.3.1. Çalışmaya Katılanların Yaş Bilgileriyle İlgili Hipotez Testi	73
4.6.3.2. Çalışmaya Katılanların Kardeş Sayıları ile İlgili Hipotez Testi.....	77
4.6.3.3. Çalışmaya Katılanların Ailede Kaçınıcı Kardeş Olduklarına Ait Hipotez Testi	79
4.6.3.4. Çalışmaya Katılanların Annelerinin Eğitim Düzeyleri ile İlgili Hipotez Testi	82
4.6.3.5. Çalışmaya Katılanların, Babalarının Eğitim Düzeyi ile İlgili Hipotez Testi	85
4.6.3.6. Çalışmaya Katılan Katılımcıların Şu Ana Kadar Herhangi Bir İşte Çalışıp Çalışmadığı İle İlgili Hipotez Testi.....	88
4.6.3.7. Çalışmaya Katılan Katılımcıların 1. Derecede Yakınlarında Kendi işini Yapanların Olup Olmadığı ile İlgili Hipotez Testi.....	91
4.6.3.8. Çalışmaya Katılan Katılımcıların Kendilerine Ait Bir İş Fikirlerinin Olup Olmadığı ile İlgili Hipotez Testi.....	94
4.6.3.9. Çalışmaya Katılanların Kariyer Hedefleri, Ücretli Çalışmak Veya Kendi İşini Kurmak ile İlgili Hipotez Testi.....	97
4.6.3.10. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özellikleriyle İlgili Bugüne Kadar Yapılmış Bazı Araştırmalar	100
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	104
KAYNAKÇA	107
EKLER.....	118

KISALTMALAR

AKT	: Aktaran
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletme Yönetimi
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
S.B.F.	: Siyasal Bilgiler Fakültesi
ÜNV	: Üniversite



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Bölümler ve Sınıflar İtibariyle Ankete Katılan Öğrenci Sayıları	65
Tablo 2: Demografik Bilgiler	68
Tablo 3: Örneklem Yeterliliği Testi Sonuçları.....	69
Tablo 4: Girişimcilik İçin Faktör Analizi Sonuçları	71
Tablo 5: Girişimcilik Faktörlerinin İç Analizleri	72
Tablo 6: Girişimcilik Faktörlerinin Kendi İçindeki Farklılaşması.....	72
Tablo 7: Girişimcilik Faktörlerinin Birbirleriyle Olan İlişkileri	73
Tablo 8: Girişimcilik Faktörlerinde Yaş Farklılığı	74
Tablo 9: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Yaş Farklılığının Etkisi	76
Tablo 10: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörleriyle Yaş Korelasyonu.....	76
Tablo 11: Girişimcilik ve Girişimciliği Oluşturan Faktörlerle Çalışmaya Katılanların Kardeş Sayısı Farklılığı.....	77
Tablo 12: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Kardeş Sayısı Farklılığının Etkisi.....	79
Tablo 13: Girişimcilik ve Girişimciliği Oluşturan Faktörlerinde Çalışmaya Katılanların Kaçınıcı Kardeş Olunduğunun Farklılığı	80
Tablo 14: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Çalışmaya Katılanların Kaçınıcı Kardeş Olunduğunun Etkisi.....	82
Tablo 15: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların Annelerinin Eğitim Düzeyi Farklılığı	83
Tablo 16: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların Annelerinin Eğitim Düzeyinin Etkisi	85
Tablo 17: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların Babalarının Eğitim Düzeyi Farklılığı	86
Tablo 18: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların Babalarının Eğitim Düzeyinin Etkisi	88
Tablo 19: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörleriyle İlgili Sorulara Verilen Yanıtlar.....	89
Tablo 20: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Şu Ana Kadar Herhangi Bir İşte Çalışma Durumunun Etkisi	91

Tablo 21: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Birinci Derece Yakınlarından Kendi İşini Yapan Olup Olmadığına Göre Dağılımı.....	92
Tablo 22: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların Derecede Yakınlarında, Kendi İşini Yapan Olup Olmadığının Etkisi	94
Tablo 23: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Kendilerine Ait Bir İş Fikri Olup Olmadığına Göre Dağılımı	95
Tablo 24: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Kendilerine Ait Bir İş Fikri Olup Olmadığı Durumunun Etkisi	97
Tablo 25: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Kariyer Hedefi Farklılığı	98
Tablo 26: Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Kariyer Hedeflerinin Etkisi	100

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Araştırma Modeli	63
Şekil 2: Yaşa Göre Girişimcilik Değerleri.....	74
Şekil 3: Yaşa Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar	74
Şekil 4: Kardeş Sayısına Göre Girişimcilik Değerleri.....	77
Şekil 5: Kardeş Sayısına Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar	78
Şekil 6: Kaçınıcı Kardeş Olduğuna Göre Girişimcilik Değerleri	80
Şekil 7: Kaçınıcı Kardeş Olduğuna Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar.....	81
Şekil 8: Annenin Eğitim Düzeyine Göre Girişimcilik Değerleri.....	83
Şekil 9: Annenin Eğitim Düzeyine Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar.....	84
Şekil 10: Babanın Eğitim Düzeyine Göre Girişimcilik Değerleri	86
Şekil 11: Babanın Eğitim Düzeyine Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar.....	87
Şekil 12: Şu Ana Kadar Herhangi Bir İşte Alışma Durumuna Göre Girişimcilik Değerleri	89
Şekil 13: Şu Ana Kadar Herhangi Bir İşte Çalışma Durumuna Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar.....	90
Şekil 14: Öğrencilerin Birinci Derece Yakınlarından Kendi İşini Yapan Olup Olmadığına Göre Girişimcilik Değerleri	92
Şekil 15: Öğrencilerin Birinci Derece Yakınlarından Kendi İşini Yapan Olup Olmadığına Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar.....	93
Şekil 16: Öğrencilerin Kendilerine Ait Bir İş Fikri Olup Olmadığına Göre Girişimcilik Değerleri.	95
Şekil 17: Öğrencilerin Kendilerine Ait Bir İş Fikri Olup Olmadığına Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar	96
Şekil 18: Öğrencilerin Kariyer Hedeflerine Göre Girişimcilik Değerleri	98
Şekil 19: Öğrencilerin Kariyer Hedeflerine Göre Girişimcilik Faktörlerinde Oluşan Farklılıklar	99

Tezin Başlığı: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Örneği

Tezin Yazarı: Ahmet DEMİRHAN

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Zeynep HATİPOĞLU

Kabul Tarihi: 19/06/2016

Sayfa Sayısı: x (ön kısım) + 117 (tez) + 3(ek)

Anabilimdalı: İşletme Yönetimi

Bilimdalı: İşletme Yönetimi

Ekonomilerde üretimin rolü hiç şüphesiz çok önemlidir. Üretim faktörlerini bir araya getirerek risk alıp, yenilikleri takip edip, piyasada doğan fırsatları değerlendirerek rekabet edebilir mal ve hizmet üretebilme yeteneğine sahip olan ve aynı zamanda dördüncü üretim faktörü olarak da kabul edilen girişimciliğin, önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Toplumda girişimcilik düzeyinin geliştirilmesi, toplumun sosyal ve ekonomik yapısına olumlu katkılar sağlamaktadır. Üniversite öğrencileri girişimcilik açısından büyük potansiyele sahiptir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin araştırılması ve analiz edilmesi büyük önem arz etmektedir.

Bu tezde Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini araştırmak ve bu özelliklerin nelerden etkilendiğini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde, 2015-2016 eğitim öğretim döneminde öğrenim gören öğrenciler arasında yapılmıştır. Bu araştırmada önce literatür araştırması yapılarak tez konusunu destekleyici bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra üniversite öğrencileriyle yüz yüze anket uygulaması yapılarak elde edilen veriler SPSS programı ile %5 anlamlılık düzeyinde analiz edilip bulgulara ulaşılmış ve bu bulgular yorumlanarak sonuçlar çıkarılmıştır.

Yapılan analizlerden çıkan sonuçlara göre; girişimcilikle çalışmaya katılanların yaş, kar-deş sıralaması, şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadıkları, kendilerine ait iş fi- kirlerinin olup olmadığı, kariyer hedeflerinin ne olduğu arasında istatistik olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Yapılan testler sonucunda katılımcılardan 26 ve üzeri yaşta olanlar 25 ve altı yaşta olanlara göre, en küçük kardeş en büyük kardeşe göre, şu ana kadar herhangi bir işte çalışanlar herhangi bir işte çalışmayanlara göre, kendilerine ait bir iş fikri olanlar kendilerine ait bir iş fikri olmayanlara göre, kendi işini kurmak isteyenler başkalarının yanında ücretli olarak çalışmak isteyenlere göre istatistik olarak daha girişimci bulunmuşlardır. Girişimcilik ile çalışmaya katılanların, kardeş sayısı, anne ve babanın eğitim durumu, 1.derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığı arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Girişimcilik Özellikleri ve Üniversite Öğrencileri.

Title of the Thesis: A Study To Examine The Entrepreneurship Prosperities Of University Students, Sample of the University of Sakarya, Faculty of Political Sciences.	
Author: Ahmet DEMİRHAN	Supervisor: Asist. Prof. Zeynep HATİPOĞLU
Date: 19/06/2016	Nu. of pages: x (pre text) + 117 (main body) + 3 (App.)
Department: Business Administration	Subfield: Business Administration
<p>The role of production in economy is without doubt very important. The importance of the as fourth production factor considered entrepreneurship which possesses the capability of producing competitive goods and services by means of taking risks by gathering the production factors, by following the innovations, by evaluating the opportunities occurring in the market is increasing day by day. It contributes positively in development of the entrepreneurship level in society and the social and economic structure of society. Students possess a great potential concerning the entrepreneurship. Therefore it is of great importance to research and analyze the entrepreneurship potential of university students.</p> <p>The goal of this thesis is to research the entrepreneurship potential of the students of the University of Sakarya, Faculty of Political Sciences, and to determine what is influencing this properties. The research was carried out at the University of Sakarya, Faculty of Political Sciences among students studying in the academic year 2015-2016. In this research primarily a literature research was carried out and information supporting the subject of the thesis were given. Afterwards a survey was made with the students and the obtained data was analyzed with a level of significance of 5% by means of the SPSS program findings were obtained and these findings were interpreted and conclusions were derived.</p> <p>According to the results of the analysis; In this study about entrepreneurship statistically great differences were detected between the participants' age, brothers ranking, until now they have worked in a job or not, whether they have their own business idea sore not, what their aim of carrier is. In result of the performed tests the participants of 26 and older compared with the 25 and younger, the little brother compared with the elder brother, those who have until now worked in a job compared with those who have until now not worked in a job, those who have their own business ideas compared with those who have no own business ideas, those who want to establish their own business compared with those who wants paid work were considered statistically the more entrepreneurial. Related with the participants of this study about entrepreneurship there was statistically no relevant difference found concerning the age, the number of siblings, the education status of parents, the 1. degree relatives of whether self-employed or not.</p>	
Key words: Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurship properties and University students.	

GİRİŞ

Günümüz ekonomilerinde düşük maliyetlerle yüksek kalitede ürünler üretmek ve üretilen ürünlerin tanıtımlarını çok iyi yaparak yurt içi ve yurt dışı piyasalarda pazarlayabilmek çok büyük önem arz etmektedir. Girişimciler özellikleri gereği fırsatları görüp, riskleri üstlenerek üretim faktörlerini bir araya getirip yurt içi ve yurt dışı piyasalarda rekabet edebilir mal ve hizmetler üretebilmektedirler.

Girişimciler piyasalarda rekabet edebilir nitelikte mal ve hizmetler üreterek, ülke ekonomilerine ve toplumun sosyal hayatına büyük kazanımlar sağlamaktadırlar. Girişimciler üretim artışı sağlayarak istihdam oluşturur ve işsizliğin azalmasına katkı sunarlar. Girişimciler yenilikçilik özellikleri sayesinde piyasadaki değişimleri ve yenilikleri çok iyi takip ederler, ayrıca yeni teknolojileri geliştirip kullanarak da üretimde ve ekonomide yenilikçiliğin öncüsü olurlar. Girişimciler uygulamış oldukları üretim yöntemleriyle ekonomide verimliliği artırır. Ekonomiye katma değer sağlarlar. Piyasalarda rekabet edebilecek nitelikte mal ve hizmetler üreterek rekabetçi piyasalar oluştururlar. Girişimciler bu ve benzeri özellikleri sayesinde ekonomiyi makro ve mikro ölçekte olumlu yönde etkileyerek, ekonomik büyüme ve kalkınmayı hızlandırır. Girişimciler sağladıkları bu katkılar sonucu toplumun ekonomik ve sosyal refah düzeyini yükseltirler.

Yukarıda belirtilen katkıları nedeniyle girişimciler, toplum için çok büyük öneme sahiptirler. Bu nedenle girişimcilik özelliklerine sahip bireylerin desteklenmesi, yetiştirilmesi ve bu özelliklerini uygulayabilecekleri uygun ortamların oluşturulması girişimcilik açısından büyük önem arz etmektedir. Girişimcilik özelliklerini; kendilerinde var olan bireysel özelliklerle birlikte, içinde buldukları toplumun kültürü, sosyal ve ekonomik yapısı ile girişimcinin almış olduğu eğitim gibi çevresel koşullar etkilemektedir. Üniversitede eğitim gören öğrenciler, sahip oldukları girişimcilik potansiyelleri nedeniyle toplum için büyük önem taşımaktadırlar. Üniversite öğrencilerinin mevcut girişimcilik potansiyellerinin iyi araştırılarak elde edilen neticeler doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin girişimcilik potansiyellerinin daha da geliştirilmesi amacıyla gerekli çalışmaların yapılması girişimcilik ve toplum için büyük değer taşımaktadır.

Çalışmanın Konusu: Bu çalışmanın konusu; Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini araştırmak ve bu özelliklerin nelerden etkilendiğini belirlemektir.

Tez çalışmasının birinci bölümde, girişimciliğin temel konuları olan: girişim, girişimci ve girişimcilik kavramlarının tanımları yapılmış, girişimci ve yönetici arasındaki farklılıklar anlatılmış, girişimciliğin tarihsel gelişimi hakkında bilgi verilmiş, girişimcilik türleri anlatılmış (genel anlamda girişimcilik türleri, küresel bazda girişimcilik türleri, iç girişimcilik, sosyal girişimcilik, stratejik girişimcilik ve kadın girişimcilik), girişimcilik süreci anlatılmış ve girişimciliğin önemine değinilmiştir.

İkinci Bölümde: Girişimci olmayı belirleyen faktörler ve girişimcilik eğilimi anlatılmış, girişimcilerin kişilik özellikleri ve girişimcilerin demografik özellikleri anlatılmış, daha sonra girişimcilik özelliklerine etki eden faktörler; girişimcilikte kültürün etkisi, girişimcilikte sosyal çevrenin etkisi, girişimcilikte motivasyonun etkisi, girişimcilikte inovasyonun etkisi, girişimcilikte ekonominin etkisi, girişimcilikte eğitimin etkisi, başlıkları altında anlatılmıştır. Bu bölümün son kısmında girişimcilik potansiyeli ve girişimcilikte karşılaşılan sorunlara değinilmiştir.

Üçüncü Bölümde: Kobi kavramı, kobi'lerin önemi, kobi'lerle girişimcilik arasındaki bağ anlatılmıştır.

Dördüncü bölüm: Bu bölümde önce araştırmanın amacı, kapsamı, önemi, yöntemi, sınırlılıkları, örnekleme ve hipotezleri hakkında bilgi verilmiştir. Sonra anket uygulamalarından elde edilen veriler SPSS programında analiz edilerek bulgulara ulaşılmış, ulaşılan bulgular yorumlanarak çıkan sonuçlar açıklanmıştır.

Çalışmanın en son kısmında sonuç ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

Çalışmanın Önemi: Sosyal ve ekonomik yapıya sağladığı katkılar nedeniyle girişimciliğin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Girişimcilik bu önemi nedeniyle, araştırılması, desteklenmesi ve geliştirilmesi gerekli olan bir konudur. Girişimcilik eğiliminin desteklenerek ve geliştirilerek, girişimci sayısının artırılması sosyal ve ekonomik yapı için daha fazla kazanım anlamına gelmektedir. Örneğin; bir toplumda girişimci sayısı ne kadar artarsa o oranda yeni işletmeler açılır ve mal ve hizmetlerde üretim artışı sağlanır. Üniversite öğrencileri girişimcilik potansiyeli açısından toplum

içinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin incelenmesi ve bu özelliklerin, demografik ve çevresel şartlardan nasıl etkilendiğinin araştırılması sonucunda ulaşılabacak bulgular, günümüzde çok güncel bir konu olan girişimciliğin toplumdaki gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Çalışmanın Amacı: Bu çalışmada Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin araştırılması ve bu özelliklerin nelerden etkilendiğinin belirlenmesi neticesinde elde edilen bulgular yardımıyla girişimcilik, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ve potansiyellerini araştırma yönündeki çalışmalara katkı sunmak amaçlanmıştır.

Çalışmanın Yöntemi: Sakarya Üniv. Siyasal Bilgiler Fakültesinde eğitim gören öğrencilerle yüz yüze anket uygulaması yapılarak araştırma için gerekli olan veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile %5 anlam düzeyinde analize tabi tutulmuştur. Öğrencilere uygulanan yüz yüze anket çalışmasından elde edilen verilere faktör analizi yapılarak girişimciliği oluşturan faktörler belirlenmiştir (fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, risk alma, başarıya azmi, kendine güven, uyumluluk). Girişimciliği oluşturan faktörler belirlendikten sonra, hipotezler oluşturulmuş ve oluşturulan bu hipotezler test edilerek, demografik değişkenlerin girişimcilik ve girişimciliği oluşturan faktörler üzerindeki etkisi incelenip elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Araştırma Problemi: Girişimcilik kavramı farklı bilim dalları tarafından değişik açılardan incelenmiş ve farklı tanımlar yapılmıştır. Bu çalışmada bu farklı tanımların buldukları ortak noktalar araştırılmaya çalışılmıştır.

Girişimciliği oluşturan ve etkileyen faktörlerin çokluğu, bu faktörlerin birbirleriyle olan etkileşimleri girişimciliği açıklanması zor ve karmaşık bir kavram haline getirmektedir. Bu araştırmayla birbirleriyle etkileşim içinde olan bu faktörler arası karmaşık ilişki ve bağ açıklanmaya çalışılmıştır.

BÖLÜM.1: KONUYLA İLGİLİ GENEL KAVRAMLAR

1.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları

1.1.1. Girişim Kavramı

Girişim kavramı genelde iki değişik bakış açısı ile ele alınmaktadır. Bunların ilkinde girişim kavramı; somut bir anlamda, mal veya hizmet üretmek ve / veya pazarlamak maksadıyla üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, üretim süreci sonucunda mal veya hizmetlerin ortaya konulduğu, ekonomik, teknik ve hukuki birimler olarak tanımlanmaktadır. Diğer yaklaşım ise, girişim kavramını soyut bir anlamda ele almaktadır. Bu bakış açısıyla girişim veya teşebbüs, girişimcilerin bir işletme kurmak maksadıyla ortaya koydukları çabaları ve katlandıkları zorlukları kapsamaktadır (Küçük, 2011: 33,34).

1.1.2. Girişimci Kavramı

Girişimci kavramıyla ilgili pek çok tanım yapılmıştır. Bunlardan bazıları;

Cantillon'a göre girişimci “gelecekte henüz belli olmayan bir fiyattan satma fikriyle mal ve hizmetleri belli bir fiyattan satın alan, bir başka deyişle sigortalanmış riski üstlenen kişi'dir”. Girişimci fırsatları değerlendirirken sürekli risk alabilen bireylerdir. Bu bireyler sermayesi veya parası olan fakat kişisel olarak fırsatları değerlendirmeyi tercih etmeyen yatırımcılar için köprü görevi sunmaktadır (COULTER, 2001'den aktaran Bayarçelik, 2012: 31).

Girişimci, “toplumun gereksinim duyduğu, dolayısıyla talep edilebilir bir mal veya hizmeti bulup, üretmeye girişen ve yaratıcılığı ile buna ön ayak olan kişi” dir. Bu haliyle girişimci, kârlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara girme cesaretini gösteren kişidir (Tutar ve Küçük, 2003: 162).

Girişimci (müteşebbis), emek, sermaye ve doğal kaynaklar olarak belirtilen üretim faktörlerini, başkalarının ihtiyacını karşılayacak mal ve hizmetler üretmek üzere tedarik eden ve uygun şekilde birleştiren kimsedir. Girişimci, genellikle kâr etme ana amacı ile hareket eder ve riske (zarar etme tehlikesine) de katlanır. Kendisi de bir üretim faktörüdür (Mucuk, 2013: 6).

Girişimci çevresindeki iş fırsatlarını arayan, bunları değerlendiren, iş planına dönüştüren, risk almaya yatkın, yaratıcı fikirlerini ticari anlamda başarılı yeniliklere dönüştüren, bu amaçla kaynakları organize eden ve nihayet ortaya çıkan mal ve hizmeti pazarlayabilen kişidir. Bu haliyle girişimcinin ekonomideki tüm mübadele ve dolaşımı gerçekleştirerek arz talep işleyişini sağlayan sınıf olduğunu söyleyebiliriz (Akın, 2010:78).

Girişimci, toplumun ihtiyaç hissettiği yani talep edilebilir bir mal veya hizmeti bulup onu üretmeye girişen kişidir. Üretim faktörlerini ele geçirip birleştiren, kâr amacı güden ve önemli risklere katlanan girişimci; pazar fırsatlarını görebilen, insanların isteklerinde ortaya çıkan değişiklikleri önceden sezebilen ve bunu değerlendirebilen bir kişi olmalıdır. Girişimci, aynı zamanda, kârlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara katılma cesaretini gösteren kişi olarak da tanımlanabilir (Kutunis, 2006 b:4).

Bilgiyi temel almak suretiyle, genel geçerli olan eğilimlere ve aynı zamanda kendi bilgi, beceri, yeteneğine, ilgisine uygun bir alanı seçerek; başta finansal kaynakları olmak üzere, sahip olduğu diğer bütün üretim faktörlerini riske ederek, insanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere, mal ve hizmet üretmek amacıyla işletme kurup serbest çalışma imkanı kazanmayı, ekonomik gücünü yükseltmeyi, prestijini artırmayı, yaratıcı düşüncelerini özgürce hayata geçirmeyi hedefleyen herkes girişimcidir (Yelkikalan, Kandemir ve Serez, 2006: 221).

Üretim sürecinin gerçekleşmesi, üretim faktörlerine, (doğal kaynaklar, sermaye, insan kaynaklarına) üretim faktörlerinin koordineli bir biçimde sürece dahil edilmek üzere bir araya getirilmesi, örgütlenmesi ve yönetilmesi ise girişimciliğe endekslidir. Doğal kaynakları, sermayeyi, beşeri unsuru güçlü bir biçimde tamamlayan ve onların bir araya getirilme işlevini üstlenen girişimci bu süreçte olmazsa olmazdır (Nişancı, 2015 a: 3).

Girişimci bir büfeci, gazete satıcısı, manav, tamirci olabileceği gibi perakendeci, büyük market sahibi, fabrika sahibi, tesis sahibi, holding sahibi vb.de olabilir. Girişimciler bir ülkede büyüyen üretken bir ekonominin gereği olarak risk üstlenebilen işletmeciliğin itici güçleridir. Günümüzde her yıl birçok kişi girişimci olarak yeni işler kurmaktadır ve iktisadi gelişmenin ve kalkınmanın dinamiği olmaktadır. Girişimciler günümüzde iş hayatının sürükleyici unsurları olarak kabul edilmektedir. Girişimciler ülke ekonomisi için önemli olan buluşlar yaparlar, yeni işler kurarlar ve ekonomik büyümeye katkı sağlarlar (Akdemir, 2009:25'den akt. Yelkikalan ve diğerleri 2010:51). Burada

belirtildiği gibi girişimci her sektörden ve her büyüklükteki işletmenin kurucusu ve sahibi olabilir.

Bu tanımlar farklılıklar içermesine rağmen, aslında bütün yazarların bazı ortak noktalarda bulunduğu söylemek mümkündür. Bu noktalar, fırsatları yakalama, yeni bir iş kurma, yeni ürün üretme vb. yönler olarak sayılabilir (Bozkurt Çetinkaya 2011:5).

1.1.3. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı Fransızca *entreprendre* ve Almanca *unternehmen* sözcüklerinden türetilen, Türkçe karşılığı üstlenmek olan bir fiili ifade etmektedir. *Entreprendre* fiilinden birbiriyle son derece ilintili olan kavramlarda türetilmiştir. Bunlar; *entrepreneurship* (girişimcilik), *entrepreneurial* (girişimsel) ve *entrepreneurial process* (girişimsel süreç) kavramlarıdır. Girişimcilik, girişimcinin yaptığı işi; girişimsel, girişimcinin sahip olduğu yaklaşımı; girişimsel süreç ise girişimcinin “ne ile meşgul olduğunu” ifade etmektedir (Arıkan, 2004:45’den akt, Doğan,2010:23).

Girişimcilik kavramı hem işletme hem de iktisat literatüründe öteden beri kullanılmaktadır. Fransız iktisatçı J.B.Say’dan itibaren girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak genel kabul görmüştür. Bu şekilde klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerine girişimcilik de dahil edilmiştir. Konu J.Von Schumpeter’in “dinamik girişimci” kavramıyla daha da büyük bir önem kazanmıştır (Müftüoğlu, 2003:430).

Gündelik hayatta, toplumsal yaşamda, iş yaşamında bireylerin karşılarına çıkan fırsatları fark etmeleri, anlamaları, değerlendirmeleri ve yaşama geçirmeler için ortaya koydukları yetenekleri girişimcilik olarak nitelendirmekteyiz. Girişimcilik sayesinde fikirler eyleme geçmektedir. Yaratıcılık, yenilik yapma, risk alma, yeni projeler geliştirme, hedefler belirleme, ticari değer katma, çözüm üretme, planlama ve yönetme gibi temel becerileri de içinde barındıran kavram temelde girişimi gerçekleştirmek anlamına gelmektedir. Girişimcilik bir diğer açıdan değerlendirilecek olur ise aynı zamanda yenilikçiliktir (Büyük, 2014:36).

Girişimcilik; gerekli zaman ve çaba harcayarak ekonomik, fiziksel ve sosyal riskler alınması sonucunda, bireysel tatmin ve ekonomik ödüller elde etmeyi içeren farklı bir değer yaratma süreci olarak tanımlanabilir. Girişimci, başkaları tarafından görülmeyen ve

fark edilmeyenleri ortaya çıkararak anlam kazandırır. Girişimcinin faaliyetindeki esas amacı, kâr elde etmektir. Girişimci kâr elde etmek için üretim faktörlerini temin ederek onları üretime yönlendirir. Bu esnada risk altına girer. Literatürde girişimciliğin pek çok tanımı olmakla birlikte tümünde ortak olan nokta, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği ya da algılayamadığı fırsatları sezip, bunları cazip birer iş fikrine dönüştürme yeteneğine sahip olmaları ve risk almaya yatkın olmalarıdır. Girişimcilikle ilgili bu iki özellik dünyanın her tarafında geçerli olan özelliklerdir (Akpınar, 2009:14).

1.1.4. Yönetici ve Girişimci Arasındaki Fark

Literatürde, girişimci kavramına ilişkin olarak yapılan tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının göremediği ya da algılayamadığı fırsatları sezip, bunları cazip birer iş fikrine dönüştürme yeteneğine sahip olmaları ve bu amaçla da risk almaya yatkınlıklarıdır (Güney, 2008: 55).

Yönetici; kâr ve risk başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren ve böylece kurulan ya da çalışmakta olan işletmeyi amacına uygun çalıştırma sorumluluğunu üstlenen kişidir (Tuncer, Ayhan ve Varoğlu, 2008: 25).

Girişimcilik Tutkusu adlı bir kaynakta girişimci ve yönetici arasındaki farklar şu şekilde ortaya konmaktadır (Michel E. Gerber. 1995, s.26'dan aktaran, Kaya, 2007: 75).

- Girişimci gelecekte, yönetici geçmişte yaşar.
- Girişimci kontrole önem verirken, yönetici düzene önem verir.
- Girişimci değişimle başarılı olurken yönetici statükoya bağlı kalır.
- Girişimci fırsat ve imkanları hemen yakalar, yönetici ise problemleri yakalar.
- Girişimci bir ev inşa edip anında bir sonrakini de planlarken, yönetici bir ev yapar sonuna kadar orada yaşar.
- Yönetici girişimcinin arkasından ortalığı toplayan kişi iken girişimci olmazsa temizlenecek bir şey de olmaz.
- Girişimci olmazsa yenilik olmaz, yönetici olmazsa işler ve süreç yürümez.

Karar verme ve fırsatları yakalama dışında girişimci ile yönetici arasındaki diğer bir fark, henüz kuruluş aşamasında vizyonun, girişimci tarafından belirlenmesi, yöneticinin bu

konuda sorumluluğunun olmamasıdır. Ancak vizyon değişikliği, daha sonra yöneticinin de bu karara iştirak etmesini gerektirebilir (Nişancı, 2015a: 11).

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

1.2.1. Girişimciliğin Dünya Tarihinde Yeri

Girişimcilik, kavram olarak orta çağda tanımlanıp ifade edilmeye başlanmış da olsa, ilk çağlardan beri insanoğlunun “girişimci” eylemler içerisinde olduğu söylenebilir. Kavram, zaman içerisinde toplumların yaşadığı sosyo - ekonomik ve kültürel dönüşümden de etkilenerek farklı biçimlerde ortaya çıkmıştır (Büyük, 2014: 51).

Girişimci ve girişimciliğin erken örneklerinden biri, Uzak Doğu’yla bir ticaret yolu kurmaya çalışan Marco Polo’dur. Marco Polo, gelenek olarak, günümüzün para sahipleri diyebileceğimiz kişilerle, mallarının satışı konusunda sözleşme imzalıyordu. Para sahipleri, genelde, risk alma konusunda pasif davranıyordu. Maceracı tüccarlar, bütün fiziksel ve psikolojik riskleri alarak, ticarete aktif bir rol üstlendiler. Buna karşın, başarıyla geçen bir seyahatin ardından, para sahipleri kârın dörtte üçünü alırken, maceracı tüccara kârın dörtte birlik kısmı kalıyordu (Hisrich ve Peters 1992’den aktaran, Yurtseven, 2007: 55).

Avrupa da 1500’ler den itibaren büyük buluşlarla piyasaların gelişmesi, eski ticaret merkezi olan Akdeniz’in yerini Atlas Okyanusu’nun almasıyla birlikte muazzam üretim artışı ve sermaye birikimi olmuştur. Bundan dolayıdır ki iktisadi liberalizmin insanın yaratıcılığına müdahale edilmemesi gerektiği şeklindeki düşüncesi dilimize “bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler” esprisiyle tercüme edilmiştir. Zira iktisadi liberalizm her şeyin piyasada arz ve talebe göre şekillenmesi gerektiği düşüncesini savunmaktadır. Zira birey rasyonel olma özelliği temel alınarak serbest ve özgür bırakıldığında kendisi için en uygun olanı seçebilme özelliğine sahip olduğu kabul edilmektedir. İktisadi liberalizme göre; girişim ve seçim özgürlüğünün optimum düzeyde sağlanabildiği ortam serbest piyasa ortamıdır. O halde serbest piyasa ortamına yapılabilecek müdahaleler piyasa dengelerini bozacak denilmektedir. Bu alış verişte “görünmez el” bu iktisadi karmaşık ilişkileri en rasyonel sonuca götürme potansiyelini uygulayacak bunun sonucunda ise bireysel yarar toplumsal yararı gerçekleştirecek denilmektedir. (Kaya: 2007: 34).

Sanayileşme süreci ile girişimciler değişik özellikler kazanmaya başlamıştır. Girişimciliğin özelliklerindeki bu değişimle birlikte girişimcinin ekonomik değeri ve dolayısıyla toplumdaki önemini artırmıştır. Bu gelişmenin sonucunda genel iktisatta girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlamıştır (Müftüoğlu, 1989, s.72 den aktaran, Çelik ve Akgemici, 1998: 25).

Yüzyılın ilk yarısında, ilk kez limitet (sınırlı sorumlu) şirketlere sık sık başvurulması, ticaret örgütünün bir yöntemi idi. 19. Yüzyılın ikinci yarısında şirket sahipliğinin ve yönetimin git gide bir birinden ayrılması girişimciliğin önemini artırdı. Bu durum, girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesine ve ticarete çok daha önemli bir yer almasına sebep olmuştur (Dewhurst, s.70'den aktaran, Tutar ve Küçük, 2003:167).

1.2.2. Girişimciliğin Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de girişimciliğin tarihsel gelişim sürecini iki kısım halinde inceleyebiliriz bunlar; Osmanlı İmparatorluğu döneminde girişimciliğin tarihsel gelişimi ve Türkiye Cumhuriyeti döneminde girişimciliğin tarihsel gelişimi.

1.2.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi Girişimcilik

Osmanlı İmparatorluğu zamanında Müslüman Türklerin ticari hayattan uzak oldukları bilinmektedir. Bunun nedeni, imparatorluğun sanayi devriminden sonra Avrupa'ya yaklaşma arzusundan kaynaklanmaktadır (Akpınar Selma, 2009, 19-20'den aktaran Karakaş, 2013:7). Bir başka neden ise esnaf tüccar ve sanayici gibi üretken sınıflara çok fazla itibar edilmediği için, Türkler çoğunlukla çiftçiliği, devlet memurluğunu veya askerliği meslek olarak seçmişlerdir (Sinanoğlu Koç, 2005, s.26' dan aktaran, Karakaş, 2013:7).

Ayrıca Osmanlı İmparatorluğu döneminde yabancılara verilen kapitülasyonlar nedeniyle serbest dış ticaret rejimi benimsendiği için ekonominin yönetiminde yabancı girişimcilerin etkinlikleri çok fazla olmuştur. Bu durumdan dolayı yerli girişimcilerin iş hayatına girmesini engellemiştir. Diğer taraftan imparatorluk dışı açılma ihtiyacı hissetmediğinden, batı benzeri bir bankacılık sistemine de ihtiyaç duymamıştır. Osmanlı devletinde bankacılık sistemi de gelişmediği için ülkede bir sermaye birikimi de teşekkül etmemiştir (Kaya, 2007:39).

1.2.2.2. Türkiye Cumhuriyeti Dönemi Girişimcilik

Türkiye Cumhuriyeti dönemindeki girişimcilik faaliyetlerini; 1923-1950 tarihleri arası girişimcilik faaliyetleri, 1950-1980 tarihleri arası girişimcilik faaliyetleri ve 1980 tarihinden günümüze kadar olan girişimcilik faaliyetleri olarak üç ayrı dönem halinde inceleyebiliriz.

Cumhuriyet döneminde ise, Atatürk ve arkadaşları ekonomik bağımsızlığımızı kazanabilmemiz amacıyla, ulusal girişimciler grubu yaratma çabasına girmişlerdir. Cumhuriyetin ilanından önce İzmir’de toplanan 1.İktisat Kongresi’nin temel ilkelerinden biri Türk insanını girişimci yapmak olmuştur (Sali, 1998, s.35’den akt. Çelik, Akgemici ve Şimşek, 2013:36). 1923 yılı milli ekonominin ve milli girişimcilik anlayışının ilk adımlarının atıldığı yıllardır. 1923 yılında yapılan İzmir İktisat Kongresinde serbest piyasa şartlarının oluşumunu sağlayacak kurum ve mülkiyet rejimi inşa edilerek milli girişimcilere yönelik özendirici teşviklerin verilmesi üzerine ilkeler belirlenmiştir (İrmiş ve diğerleri, 2010:57). Cumhuriyet’in ilanından 1930’a kadar geçen süre milli ekonominin inşasına ayrılmıştır. Bu dönemde ekonomideki yabancı hakimiyetinin kırılmasına ve girişimciliğin güçlendirilmesine çalışılmıştır. Bunun için 1927 senesinde Teşvik-i Sanayi Kanunu çıkarılmıştır. Savaşın ağır etkilerinin sürmesi nedeniyle ciddi bir gelişme sağlanamamıştır. 1929’da tüm dünyayı sarsan ekonomik kriz Türkiye’yi de derinden etkilemiştir. Bu krizin etkileri ve özel sektörün yetersiz kalışı ekonomide devletçiliğin benimsenmesine neden olmuştur. 1932’de Atatürk’ün öncülüğünde sanayii kapsayan beşer yıllık ekonomi planları uygulanmaya başlamıştır. İlki başarı ile uygulanan bu planların ikincisi Atatürk’ün ölümü ve ardından ikinci Dünya Savaşı’nın başlaması nedeniyle uygulanamamıştır. Savaş ekonomisi ise girişimciliğe büyük ölçüde engel teşkil etmiştir. 1942 yılında varlık vergisi uygulanmıştır. Savaş yıllarında emisyon arttırıldığı için istifçilik ve pahalılık artmıştır. Bununla beraber ithalatçı bazı azınlıkların elde ettiği fahiş ve haksız kazançların oluşturduğu büyük servetlerden bir defaya mahsus olarak alınan varlık vergisi de çare olamamıştır. Yine de özel sektörde gözle görülen bir canlanma olmuştur (Demirel ve Akbıyık, 2009:45,46).

1950-1980 dönemine değinecek olursak;

Bu dönemde takip edilen ithal ikameci sanayileşme stratejisi kapsamında, özel sektör sanayi yatırımlarında önemli roller oynamaya başlamıştır. Önceki dönemin önemli

konuları olan dış ticaret ve kamuya ait altyapı ihaleleri bir taraftan önemini devam ettirirken diğer taraftan dayanıklı tüketim malları da dahil olmak üzere mamul tüketici mallarının imalatı, yeni bir sermaye birikim alanı doğurmuştur. Bu dönemde büyük işletmelerin büyük bir kısmı finans sektörüne de girmişler ve bir örgütlenme şekli olarak da holdingleşmeyi tercih etmişlerdir. Bu örgütlenme biçimi, geç sanayileşmeden doğan belirsizliklere ve yapısal ekonomik sorunlara kurumsal bir çözüm olmuştur (Buğra ve Savaşkan, 2015: 69'dan akt. Pazarcık: 2015: 104, 105).

Türkiye'de girişimcilik konusunun özellikle 1980'li yıllardan itibaren önemli gelişmeler kaydetmeye başladığını görüyoruz. Bu gelişme de 24 Ocak 1980 kararlarıyla yürürlüğe konan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'de 24 Ocak 1980 kararlarıyla ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisini terk ederek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçmeye karar vermiştir. Bu strateji değişikliğine paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri durumunda olan girişimciliği ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur (Güney, 2008: 20, 21).

1990'lı yıllarda; Türkiye'de girişimcilik hızlı bir artış göstermiştir. Gümrük Birliği'ne girilmesiyle birlikte, girişimcilerimiz ayakta kalabilmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek için yabancı dil öğrenen, dış pazarlar da efektif olarak mal satabilmek amacıyla yeterli bilgiye sahip olmak için bilgi sahibi olması gerektiğini bilen yeni bir girişimci tipi oluşmaktadır. Kalite, verimlilik, uluslararası pazarlama için gerekli, rekabet gücünü arttırıcı teknolojik gelişmelere karşı duyarlı bir girişimci kesim ortaya çıkmıştır. "Neyi, nasıl üretip, kime satacaksın?" diye soran, piyasalaşmayı, hedef müşteri gruplarına yönelmeyi ve rekabeti öğrenen yeni bir girişimci kesim hızla gelişiyor ve yaygınlaşıyordu (Müftüoğlu, 2001, s. 60, 61'den akt. Aşkın, Nehir ve Vural, 2011: 69).

1.3. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik türlerine bakış açılarına göre pek çok değişik tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıda belirtildiği gibidir;

1.3.1. Genel Anlamda Girişimcilik Türleri

Genel anlamda girişimcilik türleri; fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak iki kısma ayrılmaktadır.

Fırsat girişimciliği temelde, pazarda var olan fırsatları görerek veya potansiyel fırsatları sezinleyerek, var olan bir mal ya da hizmeti pazara sunmaktır. Bu fırsat, var olan bir mal ya da hizmetin pazara yeterince sunulmaması ya da pazarda hiç bulunmaması veya mevcut işletmelerin istenilen kalitede hizmeti pazara sunmamalarından kaynaklanır. Bu tür girişimcilik, pazardaki fırsatları değerlendirebilecek görüş açısını ve kâr edebilecek şekilde kaynakları organize ederek, yönlendirme yeteneğini gerektirir (Alpugan, s.56-57'den akt, Alpugan: 1998: 20).

Yaratıcı girişimcilik; Yeni bir fikir, yeni bir teknoloji, yeni bir üretim metodu yanında mevcut bir mal veya hizmeti daha fazla fonksiyonlu, daha çok fayda yaratacak, daha az maliyetli, bir biçimde yeniden dizayn ederek, kalitesini yükselterek, maliyetinde tasarruflar yaratarak emsaline göre daha fazla kâr edebilecek şekilde pazara sunan yeniliği, değişimi ve yaratıcılığı ön planda tutan girişimcilere verilen addır (Kaya, 2007:70).

1.3.2. Küresel Bazda Girişimcilik Türleri.

Küresel bazda girişimcilik: yerel girişimcilik, bölgesel girişimcilik ve uluslararası girişimcilik olarak üç kısma ayrılmaktadır:

Yerel girişimcilik, bir işe başlayan ve girişimciliğin henüz başlangıcında olan girişimcilik türüdür. Bu girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi sınırlıdır. Bölgesel girişimcilik, girişimciliğin yerel girişimciliğe göre daha ileri aşamasıdır. Bu tür girişimcilikte işletme sermayesi ve iş hacmi daha fazladır. Uluslararası girişimcilik, girişimciliğin en son aşamasıdır. Bu tür girişimcilikte bir veya daha fazla girişimci bir araya gelerek küresel girişimcilik yapmaktadır. Küresel girişimcilikte işletme sermayesi, çalışan sayısı ve iş hacmi çok büyüktür (Tekin, 2009: 4).

1.4. İç Girişimcilik

Küresel rekabetin yoğun olduğu günümüz iş yaşamında işletmeler hayatta kalabilmek için sürekli yenilik (inovasyon) anlayışını temel bir yetenek haline getirmek durumundadır.

Bu doğrultuda işletmeler sahip olduğu insan kaynaklarından en iyi biçimde yararlanmanın yollarını araştırmaktadır. İç girişimcilik kavramı da bunlardan bir tanesidir (Soylu, 2011: 8).

Yukarıda da belirtildiği gibi iç girişimcilik “iş yapısı içinde var olan girişimcilik” olarak açıklanabilmektedir. Başka bir tanımla, iç girişimciler, yeni yatırımları, buluşları, fikirleri ve davranış biçimlerini geliştirip bu yenilikleri ürünlerde, servislerde, yönetim programlarında ve yeni plan ve programlarda kullanabilen insanlardır. İç girişimciler; küçük, orta ya da büyük ölçekli organizasyonlarda girişimci uygulamalar ortaya koyabilmektedir. İç girişimci, kurulu olan işletmelerde yönetimde, satışta veya üretimde yeni ve farklı yöntemleri geliştirmektedir. Bu durum kurulu düzende var olan organizasyonların vizyonunu değiştirme ve ya yeni ve değişik kollara yayılmak biçiminde olabilmektedir. Kişinin iç girişimci olarak kabul edilebilmesi için karar verme yetki ve sorumluluğunu kayıtsız olarak elde etmesi gerekir (Başar, 2008 b: 65).

Yukarıdaki tanımların birçok ortak özelliği bulunmasına rağmen, en geniş anlamda insanların becerilerinin ortaya çıkarılmasıyla ilgili bir paydanın aralığından bahsedilebilir. İşletmelerin performanslarının artırılması ve rekabet kabiliyeti kazanabilmeleri için önemli bir itici güç olarak görülen iç girişimciliğin, insan faktörünün doğru yönlendirilmesini amaç edindiği görülmektedir (Zeren, 2012:100).

İç girişimci organizasyonlarının belirli özellikleri vardır. İç girişimcilik her seviyedeki organizasyon üyeleri arasından olabilir. Tüm seviyelerdeki yöneticiler ve bunların iş arkadaşları ile karşılıklı etkileşimi iç girişimcilik sürecinde belirleyici etkindir. Bununla birlikte aksiyon, çaba ve başarı bireylerden gelmeden iç girişimcilik olamayacaktır. Ayrıca bireylerin mesleki geçmişleri ile içinde buldukları çevre şartları onların iç girişimci olarak çıkmalarını ya destekler ya da engeller. Bu nedenle hem kültürel hem de sosyal yapılar bu tür çabaların önemli belirleyicisidirler (Yıldırım, 2008: 63).

Şiddetli rekabetin hakim olduğu, belirsiz ve karmaşık pazar koşulları ile karakterize edilen bir ortamda, sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmenin yolu yenilik yapmaktan geçer. Çünkü sadece yenilik yapan örgütler, pazar değişimine uyum sağlayarak, müşteri bağlılığı sağlayabilen güçlü bir pazar odağı geliştirebilirler. Bir örgütün yenilik yapmasının motoru ise iç girişimciliktir. Girişimci faaliyetler sonucunda ortaya çıkan ürün, süreç, sistem ve teknolojiler aracılığı ile yaratılan sürdürülebilir

yenilik, örgütleri rakiplerinden uzaklaştırabilir (Zahra and Covin s.47’den akt, Naktiyok ve Bayrakkök, 2006: 80).

1.5. Stratejik Girişimcilik

Stratejik girişimcilik; teknolojilerin, pazarların ve örgütlerin giderek küreselleştiği günümüzde bugünkü ve gelecekteki rekabet avantajının geliştirilerek, örgütsel yeniliklerin ortaya konulması yönünde sergilenen dengeli davranışlar bütünüdür. Daha kısa bir ifadeyle stratejik girişimcilik, stratejik düşünce perspektifinin ve girişimcilik faaliyetlerinin bir arada düşünülmesidir (Saldamlı, 20014:181).

Bir strateji oluşturma yöntemi olan girişimsel yöntemin dört özelliği bulunmaktadır. Bunlar: (Mintzberg, H.1973. 16(2): 45-46’ dan aktaran, Karadal, 2014: 43,44)

- Girişimsel yönetimde strateji oluşturmada aktif bir biçimde yeni fırsatlar arama esastır. Girişimci örgütler fırsatlara odaklanır; sorunlar ise, ikinci plandadır. Drucker (1970), girişimciliğin bir gereği olarak, örgüt içerisindeki sayısı fazla olmayan nitelikli personelin “sorun çözmek” ile uğraşarak adeta “israf edilmeleri” yerine, fırsatları arayıp bulmaya yönlendirilmelerine işaret etmiştir.
- Girişimci örgütte, güç tepe yöneticisinde merkezileşmiş ve toplanmıştır. Girişimsel yönetimde güce sahip olan kişinin, örgütü cesur bir hareket tarzıyla yönlendirme kabiliyeti vardır. Tepe yöneticisi olan bu kişinin belirlediği bir eylem planı, bir strateji ve net bir yol haritası bulunmaktadır.
- Girişimsel yönetimle strateji oluşturmak, “belirsizlik” ortamında ileriye dönük ani sıçramalarla karakterize edilir. Girişimci örgütte, strateji cesur kararlarla işler. Belirsizlik ortamında, tepe yöneticisi çıkış yolları aramalı ve örgütün bu belirsizlik ortamından kazançlı çıkmasını sağlamalıdır.
- Girişimci örgütün temel hedefi büyümedir. Girişimcinin motivasyon kaynağı, diğer bütün unsurların ötesinde, “başarılı olma” ihtiyacıdır. Örgütün hedefleri, girişimcinin kendi hedeflerinin adeta bir uzantısıdır. O nedenle girişimsel yönetimle strateji oluşturan örgütün nihai hedefi büyümedir. Çünkü büyüme başarının en somut görüntüsüdür.

1.6. Sosyal Girişimcilik

Bir sivil inisiyatif ve gönüllülük hareketi olarak değerlendirilmesi mümkün olan sosyal girişimcilik, sorunların çözümünün sadece devlet veya özel sektörden beklenmesinin yararı olmadığı düşüncesi üzerine kuruludur. Araştırmacılar, önemli düzeyde sosyal değer yaratan stratejilere sahip ve temel öncelikleri ticari kârdan ziyade sosyal fayda olan örgütleri sosyal girişimler olarak nitelendirmektedirler (Light, 2008'den aktaran, Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 48).

Bu bağlamda sosyal girişimci ise sahip oldukları özellikler dikkate alınarak şu şekilde tanımlanabilir: (Dart, 2004: 414'den akt. Besler, 2010:16)

- Sosyal değer yaratma ve sürdürme misyonuna sahip olma
- Söz konusu misyonu hizmet edecek yeni fırsatları gören ve kararlılıkla takip eden
- Sürekli inovasyon, uyum ve öğrenme süreciyle meşgul olan
- Eldeki mevcut kaynaklarla sınırlı kalmadan faaliyet gösteren
- Hizmet verilen paydaşlara ve yaratılan sonuçlara yönelik daha büyük bir sorumluluk duygusuna sahip olan kişilerdir.

Yenilikçilik olgusu girişimciliğin en önemli unsurlarından biridir. Sosyal girişimcilikte önemli olan, sosyal etki için yenilik yapmaktır. Buna göre, sosyal sorunların çözümü için yenilikçiliğe ve sosyal düzenlemelere odaklanılmaktadır. Bir diğer ifadeyle sosyal girişimciler sosyal sorunlara odaklanmanın yanı sıra, yenilikçi girişimlerde bulunmalı, yeni sosyal anlaşmalar kurmalı, piyasa da ticari kriterlerin doğrultusunda değil, ancak sosyal sorunlara çözüm bulmak için kaynaklarını harekete geçirmelidirler. Bu kaynaklar, yöneticilik becerisi, fon sağlama becerisi gibi kendi kişisel kaynakları olabileceği gibi, sahip olunan ilişkilerin sağlayacağı kaynaklarda olabilir (Marangoz, 2012: 89).

Karataş, (2015:568)'e göre sivil toplum örgütlerinin sosyal girişimcilikteki rolü şu şekilde ifade edilmiştir: Sivil toplum örgütleri, birey ve grupların sosyo – ekonomik sisteme katkılarını ve daha aktif hale gelmelerini kolaylaştırmaktadır. Girişimcilik gibi ekonomik kalkınmanın lokomotifini oluşturacak alanlar da, sivil toplum örgütlerinin çabaları ise birey ve grupların ekonomik sistemin üretim paydasında daha fazla yer almalarını, daha aktif hale gelmelerini ve bölüşümden daha fazla pay almalarını sağlaması açısından önemlidir. Sivil toplum örgütleri aynı zamanda toplumdaki atıl ve yenilikçi girişimcilik

eğilimlerini harekete geçirerek katma değer yaratma konusunda da öncü olabilecek güce sahiptir. Diğer taraftan sosyal girişimcilik gibi toplumsal açıdan hem sosyal hem de ekonomik çıktısı olan bir gerçekliğin sivil toplum kuruluşları ile harekete geçmesi, birlikteliği ve yaygınlaşması ise dayanışmanın getireceği gücün vasfını artırarak ekonomik kalkınmaya katkı sağlayacaktır. Bu anlamda ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmek, arttırmak ve sürekliliğini sağlamak adına sivil toplum örgütleri ve sosyal girişimciliğin işbirliğine gün geçtikçe ilgi artmakta ve profesyonel olarak bu karşılıklı etkileşim yönetilmektedir.

1.7. Kadın Girişimcilik

Son yıllarda iş dünyasında büyük bir atılım içinde olan kadınlar, çalışma hayatında ağırlıklarını iş sahibi olarak da gittikçe artarak hissettirmektedirler. Piyasa ekonomisi içinde, kendine ait işin sahibi olan, yalnız olarak çalışan veya yanında işçi çalıştıran, mal ya da hizmet üreten, kredi kaynaklarını araştıran, yeni koşullara uyum sağlayabilen ve alanında tecrübe sahibi olmaya çalışan kadın “girişimci kadın” olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2012:10).

Kadın girişimciler, girişimcilik özelliklerini yansıtan ve girişimcilik faaliyet ve süreçlerini benimseyip, uygulayan iş sahibi kadınlardır. Fırsatları değerlendirip, gerekli kaynakları başarı ile bir araya getirirler. Onlar, aynı zamanda değişiklik içeren dinamik bir süreci başarı ile yürütüp, yönetirler. Zaman içinde büyüme potansiyeli olan zenginlik oluşturan bir işi başlatacak, yeni model bir faaliyet oluşturabilen kadınlardır (Keskin, 2014: 73).

Yeni küreselleşme dönemiyle birlikte önemli ölçüde yaygınlaşan girişimcilik anlayışı, erkekler kadar kadınlarında ilgi alanı içerisine girmiştir. Küreselleşmeyle birlikte istihdamda birçok değişiklik, kadınları da etkileyerek onları iş yaşamının vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir. Bu bağlamda toplumların geçirdiği değişim ve dönüşüm kadınların toplumdaki yerinde de anlamlı değişimlere neden olmuştur (Güldaval, 2016: 126).

1.8. Girişimcilik Süreci

Girişimcilik faaliyetlerinin bir anda gerçekleşmesi mümkün değildir. Girişimciliğin zamana yayılmış olan bir süreç olduğu ve birçok aşamayı kapsadığı düşünülebilir. Bu

aşamalar başarıyı yakalamak ve korumak ortak amacını gerçekleştirmelidirler. Günümüzde girişimciler pazara girmek ve önemli oyuncuların biri olmak için farklı teknikler uygulayabilmektedirler (Karabulut, 2009 a: 28).

Mikro çerçeveden bakıldığında girişimci iş kurma fikrinin doğmasından fiilen iş yapma aşamasına gelene kadar birtakım adımlar atmak zorundadır: (Gülaçtı, 2014: 307)

- İş kurma fikrinin doğması
- Fikri Hazırlık: Düşünme, araştırma, manevi destek arama vb.
- Fiziki Hazırlık: Sermaye bulma, temasa geçme, işbirliği arama vb.
- İş kurma hazırlıkları. Fizibilite, altyapı, dekorasyon vb.
- Resmi işletme kuruluş işlemleri
- İşyeri açılışı.

Ancak, işi fiilen yapmak riskli, meşakkatli bir süreçtir. Girişimci kişi bu süreçte aile hayatını sıkıntıya sokacak, maddi imkanlarını kaybetme ihtimaliyle karşı karşıya kalacak, belki rahatsızlanacak, oldukça yoğun bir sürecin içine girecektir. Dolayısıyla girişimcinin işini kurarken hesaplı hareket etmesi gerekir. İş kurmak aslında en kolay olanıdır, esas problem kurulmuş bir işletmenin hayatını başarıyla sürdürebilmesini sağlamaktır. İşte girişimcinin yaratıcı fikrini yeniliğe dönüştürmesinin ötesinde, iş fikrinin sürekliliği, pazarlaması, işin kurulmasında ortaya çıkabilecek ekonomik, örgütsel, hukuki ve teknik problemler üzerinde de kafa yorması, bunları ayrıntılı bir şekilde analiz etmesi gerekir (Akın, 2010:85).

1.9. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik toplumsal kalkınma, istihdam sorununun çözülmesi, toplumsal refahın artırılması, katma değer yaratması, rekabetin gelişmesi gibi pek çok alanda önemli rolü olan faaliyetlerdir. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür, çünkü üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar, ama daha önemlisi kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerinin değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır (Uluyol, 2011: 6).

Girişimcilerin ekonomiye sağladığı yararlar ise şu şekilde de ifade edilebilir (Güney, 2008: 69).

1. İş olanakları yaratmak.
 - a. Öğrenci ve ev hanımları gibi kesimlere yarı zamanlı iş olanakları yaratmak,
 - b. Kadınlara iş olanakları yaratmak,
 - c. İşten çıkarılan ya da emekli olanlara iş olanakları yaratmak,
2. Yeni ürün ve hizmetler sunmak,
3. Büyük firmalara tedarikçi olmak, taşeronluk yapmak, hizmet sunmak ya da bayilik yapmak.
4. Büyük firmaların sunmadığı ama toplumun talep ettiği ürün ve terzi, kuaför, tamirat, kuru temizleme vb. gibi hizmetleri sunmak.
5. Rekabeti artırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi artırmak.

Ülkelerin rekabetçilik açısından ilerlemesi ve söz sahibi olmasında girişimcilik önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle çok sayıda öncü girişimci nitelikte firmalara sahip ülkelerin küresel rekabette önde olduğu görülmektedir. Öncü girişimci niteliğe sahip şirketlerin varlığı, rekabette stratejik bir avantaj sağlamaktadır (Soylu, 2011:16).

Özellikle gelişmekte olan ülkeler için, temelde ekonomik kalkınma amacına yönelik piyasa ekonomisi anlayışı modelinin etkin bir biçimde işlemlerini sağlayacak ekonomik aktörler, özellikle ulusal girişimci varlığı ile ilgilidir. Piyasa ekonomisi düzeninde ekonomik gelişme, büyük ölçüde özel girişimcilerin zihniyet ve yeteneklerine bağlıdır. Özel girişimciler gösterdikleri çabalarla ekonominin gelişmeye yönelik dönüşümünü temelden etkileyebilmektedirler. Gelişmekte olan bir ekonomide girişimcilerin en önemli katkıları; geleneksel ekonomiden modern ekonomiye dönüşüm, sermaye birikiminin hızlandırılması, istihdamın artırılması, yeniliklerin yaratılmasıdır (Güldaval, 2016:116).

Toplum için önemi: Toplumların gelişmesi ve kalkınması yeni iş fikirlerinin gelişmesine ve bunların uygulanabilmesine bağlıdır. Bu fikirler sosyal hayatta olabileceği gibi ekonomik hayatta da var olabilecek düşüncelerdir. Toplumun kalkınması için, o toplumun sahip olduğu bütün değerlerin zenginleştirilmesi gerekmektedir. Girişimciliğin bir toplumda gelişmesi ile beşeri kaynaklar en iyi şekilde kullanılabilir ve bu kaynaklardan daha çok fırsatlar doğabilecektir (Güreşçi,2014:26).

Girişimciler, öncelikle bilginin üretilmesi ve uygulamasında, istihdamın artırılması ve işsizlikle mücadelede, ekonomik krizlerin önlenmesi ve neden olduğu problemlerin çözümlenmesinde, kültürel zenginlik ve çeşitliliğin küresel boyuta taşınmasında ve nihayetinde dünyanın bütün coğrafyalarında insanlık refahının yükseltilmesinde önemli roller üstlenmişlerdir. Bu rolleri üstlenirken kullandıkları en önemli araçlar arasında bilgi, teknolojisi ve inovasyonun olduğu unutulmamalıdır (Nişancı, 2015 b: 418).

Bu açılımlar sonucu yapılan çalışmalarda girişimciliğin sadece iş kurmak şeklinde değil bir çok yapı ve anlayışta ortaya çıkabileceği görülmüştür. Bu çeşitlenme kendinde girişimcilik ateşini hisseden ancak kendi işini kurmayan (iç girişimci gibi) bireylerin de içinde buldukları kurumda girişimci ruhunu ve ateşini kullanabileceğini öğretmiştir. Yine sosyal sorumluluğu yüksek olduğu, kâr amacı gütmeyeceği için veya çevreyi çok sevdiği ve ona düşkünlüğünden dolayı maddi getiri ile değiş-tokuş yapamayacağını (sosyal ve yeşil girişimcilikte olduğu gibi) düşünen bireylerinde ekonominin içinde girişimci motoru olarak aksiyona geçebileceklerini ortaya çıkarmıştır. Girişimci hangi çeşidi ile ortaya çıkarsa çıksın ekonomik ve sosyal gelişmenin, fırsat eşitliğini sağlamanın dinamiği ve lokomotifidir (Yıldırım, 2008: 47).

BÖLÜM 2: GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ VE GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN OLUŞUMUNDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

2.1. Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler ve Girişimcilik Eğilimi

2.1.1. Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler

a) Bireysel Yaklaşım

Bireysel yaklaşım, büyük oranda, girişimcinin bireysel özelliklerine ve yeteneklerine dayalı olan çalışmaları kapsar. Bu yaklaşımı kullanan çalışmalarda temel soru, “niçin belirli kişilerin bir işletme kurdukları ve girişimci olarak başarı gösterdikleriyle” alakalıdır. Bu konuda yapılan araştırmalarda kişilerin demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri ortaya konulmaya ve açıklanmaya çalışılmış, girişimcilik vasıflarının kaynağı olarak psikolojik ve sosyolojik etkiler üzerinde durulmuştur. Buna göre, girişimciler psikolojik açıdan risk almaya, yüksek başarı elde etmeye ve içsel kontrol odaklı olmaya eğilimli bireylerdir. Bu özellikleri nedeniyle, ekonomik gelişme ve iyileşmeyi sağlayan yenilikçi bir lider ve bir katalizör olarak düşünülebilir (Başar, Altın ve Doğan, 2013: 26).

b) Çevresel Yaklaşım

Bu yaklaşıma göre girişimci olmanın temelinde sadece bireysel etkiler bulunmamakta, çevresel özellikler ile bireysel özelliklerin karşılıklı etkileşimi bulunmaktadır. Çevresel yaklaşıma göre girişimcilik; sosyal, politik, ekonomik, teknolojik ve kültürel koşullara karşı bir tepkidir. Girişimcilik davranışı, bu koşullarla birlikte kişisel deneyim, kişilik, yetenek ve beceriler, demografik özelliklerden etkilenmektedir (Lee, 2000,s.s.402-403’ den akt. Göçmen, 2007: 11).

c) Firma Yaklaşımı

Girişimciliğe etki eden bu yaklaşım mevcut bir işletme içinde yapılan girişimcilik faaliyetlerine odaklanır. Buna göre bir işletme içerisinde yapılan faaliyetler girişimcilikte önemli bir faktördür. Girişimcinin amaçlarını gerçekleştirebilme fırsatı yakalamak için kurduğu işletmesini sağlıklı ve düzenli bir şekilde büyütüp geliştirmesi için yöneticinin sahip olduğu özellikleri gerekli kılmaktadır (İşcan ve Kaygın, 2011: 448).

2.1.2. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilerin eğilim ya da bir başka değişle maksat profili ise girişimcilik ortaya çıkmasında etkili olan özellikleri ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu yaklaşımın arkasındaki temel dayanak, girişimciliğin açıkça planlı ve maksatlı bir davranış olmasıdır. Öte yandan girişimcilik kararının kazara verilemeyeceği, dahası kişisel ve çevresel faktörlerin bir kombinasyonu sonucu oluştuğuna dair varsayımlarda bu görüşe destek vermektedir. Bu anlamda sosyal, politik, ekonomik fırsatlar gibi çevresel ve yaşanan hayat, yetenek ve kişilik gibi bireysel faktörler rasyonel ve analitik düşünce süzgecinden geçirilerek girişimcilik niyetine ilişkin düşünce gözden geçirilmekte ve varılan karar sonucunda girişici davranışa yönelim olmakta ya da vaz geçilmektedir (Coulter, 2003:19'dan akt. Börü, 2006: 20).

Girişimcilik eğiliminin oluşumunda çeşitli faktörler etkili olabilir. Bunlar;

- Ülkenin genel ekonomik, sosyal ve siyasi yapısı,
- Bölgesel ve çevresel faktörler,
- Kişilik özellikleri,
- Genel ve mesleki eğitim düzeyi,

Yukarıda ifade edilen faktörlerin tamamı kişide girişimcilik eğilimini ortaya çıkartan ve geliştiren faktörlerdir. Üstelik bunların tamamı birbirini tamamlayan unsurlardır. (Güreşçi, 2014 : 27).

Girişimcilik, oluşumu itibariyle belli koşullara bağlı karmaşık bir sosyo – ekonomik olgudur. Ancak, genel olarak girişimci kişilik, sosyo – kültürel / politik faktörler ve diğer faktörler olmak üzere üç ana faktörler grubu düzleminde analiz edilmesi mümkündür. Girişimci kişilik, girişimciliğin oluşumunu etkileyen içsel faktör olarak, sosyo – kültürel / politik ve diğer faktörler ise dışsal faktörler olarak adlandırılabilirler. Girişimcilik bu temel faktörlerin bileşkesinde ortaya çıkmakta, dolayısıyla söz konusu her bir faktör, girişimciliğin oluşumu açısından varlığı zorunlu koşulları ifade etmektedir (İlhan, 2003 b: 62).

Girişimciliği; bireysel özellikler, yetenekler ve tecrübeler, girişimciliğe genel bir çerçeve sağlayan ekonomik yapı ve iş ortamı ile girişimcinin doğup büyüdüğü ve yaşamaya devam ettiği sosyo - kültürel yapı etkilemektedir. Bu faktörler yalnız girişimciliği değil

birbirlerini de etkilemekte ve aynı zamanda girişimcilikten de etkilenmektedirler (Cansız, 2013: 15).

2.2. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilerin özelliklerini, girişimcilerin kişilik özellikleri ve girişimcilerin demografik özellikleri olmak üzere iki alt başlık altında inceleyeceğiz.

2.2.1. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri

2.2.1.1. Kişilik Kavramı

Kişilik, bireyin kendi açısından, fizyolojik zihinsel ve ruhsal özellikleri hakkındaki bilgisidir. Şu halde kişilik insanın kendisinde olup bitenleri değerlemesi ve kendisine tatmin ve çıkar sağlayacak bir duruma geçmeyi istemesidir. İnsanın başkaları açısından kişiliği, onun toplum içinde belirli özelliklere ve rollere (göreve) sahip olmasıdır (Eren, 2004: 83).

İnsanlar hem fiziksel görünüşleri hem de tutum ve davranışları bakımından farklılıklar gösterirler. Toplumsal yaşamda gerçekleşen olaylar, insanların hareketleri, fikirleri ve duyguları bakımından farklı olduklarını gösteren en önemli göstergelerdir. İnsanların birbirlerinden farklı olmalarının birçok nedeni vardır. Fakat sadece aynı kültürel özelliklere sahip, aynı ailede yetişmiş ve aynı gruplarla çalışmış insanların davranışları aynı olsaydı, bu farklılıkların tek sebebinin değişik çevresel şartlara bağlamak mümkün olabilirdi. Ancak insanlara bir benlik ve kimlik kazandıran özelliklerin hem doğuştan hem de eğitimle elde edildiği yapılan araştırmalarla ispatlanmıştır (Güney, 2009: 183,184).

2.2.1.2. Girişimci Kişilik Kavramı

Girişimcilerin kişilik yapıları son yıllarda dikkatleri çeken bir konudur. Özellikle gelişmiş ekonomilerde girişimcilerin oynadığı rol dikkate alındığında, gelişmekte olan ve az gelişmiş ekonomilerin girişimcileri nasıl bir denklemde çözümledikleri daha fazla önem kazanmaktadır. Girişimciler ekonominin yapı taşları olarak nitelendirilmekte ve ekonomik büyümenin kohezyon kuvveti olarak görülmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde girişimci kimdir, nasıl düşünür, hangi etkiyen nasıl bir tepki gösterir, girişimcinin davranış saikleri ve öncüleri nelerdir, girişimci davranışın altında yatan temel faktörler nelerdir, girişimci nasıl bir sosyolojik ve ekonomik aktördür gibi sorular

cevaplanması gereken önemli noktalar olarak düşünülmektedir. Özellikle girişimcilerin nasıl bir insan oldukları konusunda yapılacak olan betimleme ve tasvir çalışmaları giderek önem kazanmaktadır. Çünkü ekonomik anlamda hayati derecede öneme sahip olan girişimci, iyi tanımlanır ve davranışsal düzlemde hareket mekanizması iyi tahlil edilirse yönlendirilmesi, geliştirilmesi ve yönetilmesi de kolay olacaktır. Ülkelerin girişimci politikaları ve geleceğin girişimcilerinin yetiştirilmesi konusunda gösterdiği politik ve sosyo ekonomik çabalar göz önüne alındığında, girişimcilerin kişilik yapıları ve kişisel özelliklerinin belirlenmesinin ne derece öneme sahip olduğu daha iyi anlaşılabilir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 80, 81).

Diğer bir ifade ile girişimci kişilik ise girişimciyi diğer kişilerden ayıran nitelikleri ifade etmektedir. Girişimci kişilik özelliklerinden en önemlisi risk alma eğilimi ya da risk almaya olan yatkınlıktır. İş hayatının zorluklarına katlanabilecek güce sahip olmak, faaliyet alanlarında daha profesyonel davranmak ve amaçlarına ulaşmada daha fazla motivasyona sahip olmak girişimci kişiliğin dikkat çeken özellikleri olarak sıralanabilir (Ceylan ve Demircan, 2001, syf.830' den akt. Erdoğan, 2007: 40).

İşletmelerin çoğu daha iş hayatlarına başlamalarının ilk zamanlarında başarısızlığa uğramaktadırlar. Bu başarısızlıkta, girişimcilerin sahip olmaları gereken kişilik özelliklerine sahip olmayışları ya da girişimci olabilecek yeterlilikte bulunmayışlarının rolü büyüktür. İleride de bahsedeceğimiz gibi kendine güvenen, risk alma, yeniliklere uyum sağlama gibi özelliklere sahip olmayan girişimcilerin başarılı olma ihtimalleri pek de yüksek olamaz. Zaten bu ve benzeri kişisel özelliklere sahip olmayan ve iş hayatında kişiliğin etkilerinden beri hareket edebilen girişimcilere de rastlanması da mümkün değildir. Kişilik kavramının tanımı ve kişiliğin insan üzerindeki etkisi düşünülürse; kavramın girişimcilik üzerinde ne denli önemli etkilerinin olduğu anlaşılacaktır. Girişimcilik nosyonunda bulunan kişisel özelliklerin yetenekle birleşmesi halinde başarılı girişimciler meydana gelecektir (Demirel ve Akbıyık, 2009: 30).

2.2.1.3. Girişimcilerin Önemli Kişilik Özellikleri

Toplumda girişimci kişiliğe sahip bireyleri diğer bireylerden ayıran bazı bireysel kişilik özellikleri vardır. Bunların önemli olanlarına kısaca değinelim;

2.2.1.3.1. Kararlılık

Girişimcinin en önemli özelliklerinden biri, onun kararlı ve istikrarlı oluşudur. O, kesinlikle maymun iştahlı değildir. Hatalardan dönme konusunda çok seri hareket eder ama doğru bildiği yolda ilerlerken, bir takım engellere takılıp hedefinden sapmaz. O, planını, programını önceden yapar. Bir anlamda, “ince eleyip sık dokur” ama sonrasında yola çıkınca da, var gücüyle hedefe ulaşmaya çalışır. Artık o aşamada papatya falına yer yoktur. Çünkü o çok iyi bilir ki “Her yere gitmeye çalışan hiçbir yere gidemez.” (Sanlıtop, 2005: 27).

2.2.1.3.2. Önsezi ve fırsatları değerlendirme

Fırsatın ortaya çıkması girişimcinin o alandaki bilgi, deneyim ve sezgi gücüne dayanır. Girişimcinin sahip olduğu bilgi o konuda girişimcinin görmüş olduğu eğitimi, kurumsal bilgiyi ve kendisinin veya çalışma arkadaşlarının kişisel deneyimlerini kapsar. Bu nedenle girişimcinin bu bilgi ve deneyimden yararlanmak isterken gözünü, kulağını ve zihnini de açık tutması gerekir. Girişimcinin kurmuş olduğu girişim amaçlı ağlardan da bilgiler gelebilir. Girişimcinin sözünü ettiğimiz bu bilgi, deneyim ve ağları kullanarak çıkabilecek ya da yaratılabilecek fırsatları görmesi ve değerlendirmesi daha kolay olacaktır (Atasoy, 2012: 22,23).

Girişimcinin pazar fırsatlarını anlaması önemlidir. Teknolojik değişimler, pazar koşullarındaki değişim, rekabet, devletin düzenlemeleri yeni fırsatlara altyapı oluşturabilmektedir. Buna ilaveten, söz konusu fırsatla ilgili olarak girişimcinin beceri ve yeteneklerinin de bu işe elverişli olması başarı açısından önemli olmaktadır. İyi bir fırsat yakalanmakla birlikte, bu işin gereklerine sahip olmayan girişimcinin başarısız olması kaçınılmazdır. Bu anlamda işe başlamadan önce girişimciler fırsat analizi (opportunityanalysis) yapmalıdır (Döm, 2008:18).

2.2.1.3.3. Kendine güvenmek

Başarı yolculuğuna çıkan girişimcinin başarıyı elde edebileceği konusunda kendine güvenmesi gerekmektedir çünkü girişimci kişiler oyunu kazanmak ve nihayetinde de başarılı olmak için yola çıkmışlardır. Kendine güvenen bireyler olayların sonuçlarının sahip oldukları yetenekler ve kişisel faaliyetlerinin sonucunda şekillendiğine

inandıklarından dolayı, onlar girişimciliğe daha çok yatkın olan bireylerdir (İşcan ve Kaygın, 2011: 447).

Bir girişimcinin belirlemiş olduğu hedefleri başarabileceğine inanması gerekir. Yani girişimci kendi işinde, kendine saygı duyar ve işi başaracağına dair yeteneklerinin olduğuna inanırsa başarılı olabilir. Kendine güvenenler hassasiyetle takip ettikleri iş programları olan, olayların sonuçlarını kendilerinin etkilediğine inanan bireylerden oluşur (Bozkurt Çetinkaya, 2011: 14).

2.2.1.3.4. Proaktif olmak

Başarılı olan girişimcilerin geleneksel yöneticiler den en büyük farkı proaktif yönetim anlayışı ile çalışmasıdır. Proaktif yöneticiler günlük operasyonel çalışmaların işleyişine kafa yorarken, aynı zamanda geleceğe dönük atacağı adımların planını da şimdiden yapar. Proaktif çalışan girişimciler sorunlar ortaya çıktığı zaman yada bir sonraki atacağı adımı şimdiden bilir. Proaktif yönetim küçük işletmelerin başarısının da temel faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Sorunları ya da karşılaştıkları problemleri çözerken tepkisel bir yaklaşımdan ziyade, önleyici (sorunlar ortaya çıkmadan - proactive) bir yaklaşım içerisinde olur (Döm, 2008: 30).

Girişimci yapacağı işlerde nereye ulaşmak istediğini işe başlamadan önce belirler. Amaçlarını belirler, hedeflerini tespit eder. Kişilerin yapabilecekleri, işe koyulurken kendilerine çizdikleri ufuk kadardır. Bir girişimci de yapacağı işle ilgili olarak, bu işi neden yapacağıyla ilgili olarak misyonunu ve vizyonunu belirlemelidir. Girişimciler kendilerinin sahip olduğu vizyon yanında, işletmelerine de bir vizyon kazandırmalıdır. Bir vizyon geliştirmek ihmal edilmemeli, yenilikçi bir ortam sağlanmalı ve dar kalıplara sıkışıp kalmış bir ortamdan kaçınılmalıdır. Çünkü insanlar, doğası itibariyle nereye doğru gittiğini bilen kişileri izlemektedirler (Erdoğan, 2007: 44).

2.2.1.3.5. İnsani ilişkiler ve etik değerler

İnsanlarla etkileşim boyutunda yüksek puan alan bireyler genellikle topluluk içinde bulunmayı seven, kararlarını başkalarıyla ortaklaşa alan, dışa bağımlı motive olan ve sürekli dışarıya ihtiyaç duyan kimselerdir. Ekip çalışmalarına yatkın ve paylaşmayı seven bireylerdir. Bu bireyler iletişim kanalları açık ve iletişimden zevk alan kimselerdir. Gerekli sosyalizasyon süreçlerini tamamlamış, insanlarla ortak noktalar bulan, uzlaşmacı

kimselerdir. Sakin ve rahat tavırlar sergiler ve saldırgan kimselerden pek hoşlanmazlardır. Kendilerini sürekli kontrol ederler ve toplumsal normlara karşı duyarlıdırlar (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015:73).

Girişimciler, insanlarla çok iyi ilişkiler kurarlar. Çünkü bu kişiler insanların nasıl hissettiklerini anlama becerisine sahiptirler. İnsanların sorunlarına eğilirler ve arkadaş olmak için çaba gösterirler. İnsanlar tarafından kabul görmek onlar için son derece önemlidir. Çatışma ve hoşnutsuzluk yaratan durumlardan kaçınmaya çalışırlar. Birlikte çalışması son derece zor görünen insanları bile bazı yönleri ile pozitif karaktere sahip kişiler olarak algırlar. Bir grup içerisinde insanlarla birlikte çalışma fikri bu kişilere cazip gelir. Beğenilme, yaptığı iyi bir iş ile tanınma, insanlara yardım etme ve topluma katkıda bulunma hissi temel güdüleyicileridir (Başar, 2008 a: 5).

2.2.1.3.6. Öğrenmeye elverişlilik

Öğrenmeye elverişli olma, insanın doğasından gelmektedir. Ancak, burada ifade edilen öğrenme durumu bilişsel öğrenmedir ve klasik koşullama veya edimsel koşullama yoluyla gerçekleşen öğrenmeden farklı olarak, duyu organlarından giren bilgilerin işlenmesi anlamına gelmektedir. Bilişsel öğrenme yoluyla, geçmiş deneyimler ışığında yeni davranışlar gelişmektedir. Kişi öğrenmeyi, öğrenmektedir. Öğrenmeye elverişli kişilikten kastedilen, öğrenmeye ilişkin kurulum geliştirme özelliğidir (Kinay, 2006: 8).

2.2.1.3.7. Risk alma

Girişimcilik literatüründe, Cantillon'nun (1734) girişimci tanımını “kâr etme ya da kaybetme riskini alan kişi” olarak tanımladığından beri, risk alma, girişimcinin temel özelliği olarak atfedilmektedir. Gerek bireysel gerek firma düzeyinde yapılan girişimcilik tanımları olsun, hemen hepsi “risk alma” kavramını içermekte ve aralarında önemli bir farkın olmadığı gözlenmektedir. Firma davranışı olarak girişimsel eğilim göz önüne alınırsa firmanın sürdürülebilir rekabet avantajı ve karlılığı için önce yöneticilerin riskli davranışları cesaretlendirilmesi buna bağlı olarak da çalışanların risk alma davranışı göstererek yeni fırsatları yakalamaları gerekmektedir. Risk alma, fırsatları hızlı kavrama, kaynaklara çabuk ulaşma ve atılganlık olarak da kullanılmaktadır (Lumpkin ve Dess, 2001'den akt. Bayarçelik, 2012: 44,45).

Girişimci tanımlarının çoğunda “makul riskler alma” ya da “hesaplı risk üstlenme” girişimcilik özellikleri arasında yer almaktadır. 18. Yüzyıl başlarında Richard Cantillon girişimciyi risk alan birey olarak tanımlamaktadır. O tarihten günümüze girişimci tanımlarının çoğunda finansal, psikolojik ve sosyal açıdan risk alma girişimsel sürecin ögesi olarak ele alınmaktadır. Her ne kadar girişimcilerin ve yöneticilerin risk alma eğilimlerini karşılaştıran iki önemli çalışma grubu arasında risk alma eğilimi açısından önemli farklar bulunmamasına rağmen (Sexton ve Bovman, 1985:131’den akt İlter, 2010: 36) risk alma özelliği girişimcileri girişimci olmayanlardan ve hatta bazı yazarlara göre de yöneticilerden ayırt etmektedir (İlter, 2010: 36).

Algılanan iş veya girişim riski iki yönden değerlendirilmekte. Birinci yön bu işin fırsat olarak finansal ihtiyaç ve yatırım maliyeti ikinci yön bu yatırımdan beklenen getirilerdir. İhtiyaç duyulacak kaynak yatırımın düzeyine, çıktılarda beklenen değişkenlere ve potansiyel kayıplara ilişkin olarak işin yapılabilirliğini oldukça etkilediği görülmektedir. Diğer taraftan potansiyel getirilerde rasyonel bir şekilde bu yatırımların sağlayacağı nakit girişlerine, girişimcilerin özelliklerine, bağlamsal ve içeriksel faktörlere dayandırılmaktadır (Top, 2015 b:184-185).

2.2.1.3.8. Bağımsız çalışma isteği ve kendi kendinin patronu olmak

Girişimciliğin size sunacağı en büyük artısı, serbest hareket etme düzeyinizin iş görenlere göre çok daha yüksek olmasıdır. Bağımsız çalışma bu anlamda çalışma saatlerinden, karar almaya kadar pek çok noktada kendini göstermektedir. Bu yüksek bağımsız çalışma imkanı, esnek diye tabir edilen çalışma yöntemini girişimciler için mümkün kılmaktadır ki bu durum sabah sekiz akşam beş çalışan pek çok insanın hayalini süslemektedir. Ayrıca girişimci olmanın sağladığı bağımsız çalışmanın kendini göstereceği daha kritik olan diğer bir nokta ise karar almadaki özgürlüğünüz olacaktır. Girişimciler kararlarını tek başlarına ve bağımsız olarak alırlar, tabii ki kararı almanız sorumluluğu üstlenmenizi de beraberinde getirecektir. Günümüzde pek çok çalışan sadece işi yapan konumundadır, karar alma konusunda tek başına yetkisi sınırlıdır, ancak girişimci, konumunun doğası gereği karar alma işini üstlenmiştir. İş ortamında tek başına karar alma özgürlüğü, işin üzerinde kontrole sahip olma mutluluğu vermesi ve düşünülenlerin hayata onay almadan geçirebilme serbestliği yaşatması açısından önemlidir (Çırpan, 2008:17).

2.2.1.3.9. Değişen koşullara adaptasyon

Girişimcilerin en büyük şikayetlerinin başında gelen belirsizlik ve riskler bile, tam tersine, değerlendirmesini bilen girişimciler için fırsatlar haline gelmiştir. Değişimlere hızlı cevap verebilen yapılar kurulduğunda ve hesaplı riskler alındığında elde edilen getiri de normal şartlardakinden daha hızlı ve daha yüksek olabilmektedir. Böylece 'girişimcilik' ve 'kendini istihdam etme', kariyer seçenekleri içerisinde tercih olarak öne çıkabilmiş, ürettiği katma değer ve oluşturduğu istihdamla da ekonominin motoru işlevini üstlenebilmiştir. Girişimcilik performanslarında farklılıklar olabileceğinden bu farklılıkların sebeplerinin belirlenmesi için de derinlemesine araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Güldaval, 2016:123).

2.2.1.3.10. Çalışkan olmak ve enerjik kişilik

Girişimciler, çalışmayı en önemli erdem olarak bilen ve seven kişilerdir. Bu nedenle, girişimciler çalışmayı çok severler ve çalışmaktan zevk alırlar. Hatta, başarısızlık karşısında sabırla ve inatla çalışırlar. Bu insanların başarısızlığa da tahammülleri vardır (Ceylan ve Anbar , 2014:3).

2.2.1.3.11. Olaylara stratejik açıdan bakmak

Olaylara stratejik açıdan bakmak girişimcinin olmazsa olmazıdır ve sizin bu perspektiften bakabilmenizi sağlayacak olan ise stratejik düşünme yeteneğiniz olacaktır. Stratejik düşünme yeteneği; kısa vade yerine uzun vadeye bakabilmeyi gerektirmektedir. Bu noktada karşımıza vizyoner bakış açısı ile birlikte kuvvetli bir hayal gücü özelliği çıkmaktadır. Ancak unutmamak gerekir ki, olayları bütünsel ve stratejik bir perspektiften değerlendirmek girişimciyi asıl başarıya götürecektir. Yukarıdaki bahsi geçen iki yetenek bir araya geldiklerinde gerçek gücü ortaya çıkartacaklardır (Çırpan, 2008:25).

Girişimcinin stratejik yönelimi, fırsat anlayışıyla ilgilidir. Bu yönelim; teknolojik değişme, müşteri ekonomisi, toplumsal değerler, politik kurallardaki değişme gibi çevresel etmenlere bağlı olarak izlenmesi gereken çok önemli bir yöndür. Planlı yönetim sistemi ve performans ölçümünde, stratejik yönelim bir kontrol kaynağı olarak kullanıldığında, yönetsel çevreye büyük ve güçlü bir baskı yapar (Yurtseven, 2007: 174).

2.2.1.3.12. Belirsizliğe karşı toleranslı olmak

Girişimcilerin belirsizlik durumunda toleransları daha fazladır. Kişilerin çoğu belirgin iş ortamlarına, biçimsel organizasyonlara ve noksansız bilgiye sahip olmak isterler. Düzensizlik ve belirsizlik birçok kişinin psikolojik olarak problem yaşamasına neden olmaktadır. Girişimcilik için bu durum önemli bir özelliktir. Çünkü çok az durum yeni bir işe başlamaktan daha fazla belirsizlik içerebilir. Kararlar hangi seçeneğin daha başarılı olacağı konusunda açıklık ve belirginlik olmadan alınır. Bu özellikleri olan girişimci birçok insanın cesaret edemeyeceği belirsizlik düzeyinde risk alarak işini devam ettirir. Yeni bir girişimi, sıfırdan başlatma, başlangıçtan itibaren girişimin değişik safhalarında belirsizliklerle karşılaşılan bir süreçtir (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007: 70-71).

Girişimci, belirsizliğe karşı toleranslı başka bir ifade ile bilinmeyeni üstlenmeye istekli olmalıdır. Çünkü günümüzün çalkantılı çevre koşullarında tüm girişimciler anlık değişimcilerle karşı karşıyadırlar. Bu değişimciler ise sahip olunan bilgiyi eskitmekte ve belirsiz bir ortam yaratmaktadır. Böyle bir ortamda girişimci, belirsiz koşullar altında stratejisini uygulamaya koyarak, pazar payını artırmaya çalıştığı için belirsizliği tolere edebildiği takdirde fırsatları daha iyi değerlendirebilir (Çevik.E.2006,61'den akt. Marangoz, 2012: 8).

2.2.1.3.13. Değişik kişilerle çalışabilme özelliği

Girişimciler, geçmişleri ve deneyimleri sonucu olaylara yaklaşım ve sorunlara çözüm bulma konusunda farklı bakış açıları bulunan bireyler ile bir arada çalışmayı yeğlemektedirler. (Bu kişilere göre) fırsatları yakalama ve onlardan yararlanma amacıyla, bu türden insanlarla ilişki kurma veya onları işe alma “fikirlerde çeşitliliği” sağlaması nedeniyle iyi bir düşünce (ve davranış) biçimi olmaktadır. Kişinin kendisini benzer geçmişe sahip kişi veya gruplarla sınırlaması yerine, çeşitli “ekollere” bağlı kişilerin bulunduğu zengin bir ortamda faaliyetini sürdürmesi (bir girişimci açısından) yeğlenen bir durumdur (Kao, 1989, s.114'den aktaran Gürol, 2006: 21).

2.2.1.3.14. Yeni fikirler üretme özelliği

Başarılı bir girişimcinin karakteristik özelliklerinden biri de yeni fikirler üretmedir. Bu, piyasanın ve toplumun ihtiyaçlarını dikkate alarak, rasyonel hedefler koyma ve bunları yaratıcı bir şekilde geliştirme veya uyarılama özelliğiyle bağlantılıdır. İş aleminde de öncelikle rotanın belirlenmesi ve ardından bunun yeni fikirlerle geliştirilmesi gerekmektedir. Ticarete en büyük kârlar, önceden hiç kimsenin akıl edemediği alanlardan sağlanmaktadır (Doğan, 2010: 31).

Girişimcinin temel fonksiyonları anlamında kabul gören “yeni mal ve hizmet üretmek veya bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitelerini yükseltmek, yeni üretim yöntemleri geliştirme ve uygulayabilme yeteneği, endüstride yeni organizasyonlar kurma, yeni pazarlara ulaşmak ile hammaddelerin ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak” işlevleri girişimcilik kültürü açısından da aynı önemi taşımaktadır (Çelik, Akgemici ve Şimşek, 2013:47).

2.2.1.3.15. Rekabetçi davranabilme özelliği

Girişimci, rekabetçi farklılıklarla pazara giren kişi olarak da nitelendirilebilir. Böylesi bir nitelendirme, girişimcinin yerel ve küresel vizyonunu değerlendirmeyi gündeme getirir. Diğer bir deyişle, bu rekabetçi farklılığın, yerel, ulusal ve küresel pazarda kazandıracığı farklılığın, rekabetçi ekonomik değerinin bilinmesini gerektirebilir. Böylesi bir değerlendirme, yerel, ulusal veya küresel pazarın bu farklılık için, çekiciliğinin saptanmasına olanak sağlayabilecektir (Karabulut, 2009 a: 46).

Girişimciler rekabetçi bir ortamda ayakta kalabilmek için fiyatlarını ayarlamakta ve ürün kalitelerini artırmaktadır. Rekabetçi bir ortam, üretimi verimli bir şekilde sağlama zorunluluğu getirmektedir. Girişimciler rekabetçi bir ortamda pazar paylarını artırabilmek için mevcut ürünlerini geliştirmek zorunluluğundadır. Rekabet ortamı, girişimcileri düşük fiyatla kaliteli mal ve hizmet üretmeye, maliyetlerini düşürmeye ve ürün çeşitlerini artırırken toplumun istek ve ihtiyaç yapısına göre üretim yapmaya teşvik etmektedir. Maliyetlerini aşağı çekmeyen, fiyat ve kalite bakımından rakiplerinin gerisinde kalan girişimler pazar paylarını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıyadır. Rekabetçi bir ortam, üretimi verimli bir şekilde uygulama zorunluluğu getirmektedir. Tüketici birçok alternatif arasından istediği fiyat ve kalitedeki ürünü tercih etme şansına

sahip olduğundan, girişimciler uygun girdi sağlama yöntemleri geliştirmelidir. Ayrıca sağlanan bu girdilerin ve sabit yatırımların organize edilmesi de önemlidir (Şener ve Haykır, 2015: 28). Günümüz piyasalarında girişimlerin ayakta kalabilme ve başarılı olabilmelerinin en önemli fonksiyonlarından biri hiç şüphesiz rekabet edebilme özelliklerine bağlıdır. Bunun yolu da yukarıda belirtildiği üzere, yüksek kaliteli ürünleri düşük fiyattan satabilme özelliği ile ilgilidir. Bütün bunlardan dolayı, girişimciler kurmuş oldukları girişimleri başarılı bir şekilde ayakta tutabilmek için rekabetçi düşünebilme ve rekabetçi davranabilme özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir.

2.2.1.3.16. Başarma hissi ve başarısızlığa tahammül

Girişimciler kendi düşüncelerini gerçekleştirmek üzere yola çıkar ve bunu başardıkça mutlu olurlar. Fikirlerinin başarıya dönüşmesi geleceklerini yönlendirebilecekleri hissini vererek onları yeni fikirleri ortaya koymak ve gerçekleştirmek üzere motive eder. Girişimcilerde elde edilen kâr ve kazanılan para başarının en önemli göstergesidir. Çünkü elde edilen kâr ve kazanılan para çoğu zaman girişimcinin ne kadar zeki, çalışkan, yaratıcı ve dolayısıyla başarılı olduğunun algılanmasına yol açmaktadır (İrmiş ve diğerleri, 2010: 36).

İş yaşamında kâr, zararın kardeşidir. Girişimciler kâr etmek için yeni işler ve fırsatlar arasalar da bazen başarısız olup zarar edebilirler. Bu gibi durumlarda kararlılık ve kendine güvenerek çabaları devam ettirebilme önemlidir. Bunun için de başarısızlıklarla ve aksiliklerle karşılaşıldığında tahammüllü olmak ve cesaretle çabaları sürdürebilmek gerekir. İş yaşamı iniş çıkışlarla doludur. İyi zamanlarda olduğu gibi kötü zamanlarda da çabaların devam ettirilmesi ve başarı sağlayabilmek için sürdürülmesi önemlidir (Mirze, 2010 :38).

2.2.1.3.17. Vizyon

Girişimci için vizyon, geçmişte ve şimdi düşünülmemiş veya başarısız olan, gelecekte başarmayı düşündüğü yapılması gerekenler ile ilgili net olarak ifade edilen ve girişimcinin kendine özgü düşünceleridir. Vizyon, bir kişinin kendine özgü görüş açısını ve derinliğini ifade eder. Vizyon süzgecinden geçmemiş düşünceler ham hayal olabilirler. Vizyon aynı zamanda girişimcinin yeniliğe, yaratıcılığa ve orijinalliğe açıklığının, başkalarının görüşlerinden ve katkılarından ilham alma seviyesinin de bir göstergesidir.

Vizyonun değer kazanması ise başkaları tarafından anlaşılması ve paylaşılması ile mümkün olur. (Başar, Altın ve Doğan, 2013: 66,67)

Yöresel değerlerin geniş pazarlara açılmasını ve katma değerli markalar olarak sunulmasını sağlamak için vizyon sahibi, gelişime ve modern işletmecilik uygulamalarına açık girişimcilere ihtiyaç vardır. Böylece bölgeler arası gelirin dengelenmesi kolaylaşacaktır (Bozacı, 2015:10).

2.2.1.3.18. Yönelme özelliği

Girişimciler yönelme ve yönlendirme eğilimi gösteren kişilerdir. Yönelmenin dört yönü dikkate alınmalıdır. Bunlar, hırs, amaçlar, enerji ve dayanıklılık ve sabırdır. Hırs para kazanmak veya yeni şeyleri ortaya çıkarmak ve yaratıcılıkla ilgili olup, temelde bireylerin yüksek amaçlar seti oluşturmalarını ve bu amaçlara ulaşma isteklerini ifade eder. Yüksek düzeyli amaçlar, düşük düzeyli amaçlara göre daha başarılı sonuçlar doğururken, diğer taraftan yüksek düzeyli amaçlara ulaşmak hem yüksek enerji ve dayanma gücünü hem de amaçlara ulaşma konusunda sebat etmeyi gerektirir (İrmiş ve diğerleri, 2010:27).

2.2.1.3.19. Esneklik özelliği

Esneklik sözcüğü ile çalışma prensiplerinin ve planların tolerans payları anlatılmaya çalışılmaktadır. Başarılı girişimcilerin prensiplerinin ve planlarının her daim tolerans payı olmalıdır. Bu tolerans payından prensiplerin ve planların istenildiği an istenildiği tarafa çekilmeleri anlaşılmalıdır. Globalleşen, yoğun bir dönüşüm ve değişime sahne olan günümüzde katı planlarla ayakta kalma ihtimali çok fazla değildir. Teknik, süreçler, değer yargıları devamlı değişirken ve bilgi stratejik üretim faktörü haline gelmişken planlara kuvvetlice bağlı kalmak pek anlamı değildir. Bu nedenle planlar dinamik çevrenin değişen koşullarına hızlı tepki verebilmek için farklı alternatifler içermelidir. Farklı hareket alternatiflerinin olması girişimcilerin ufuklarının açık olmasına yardımcı olarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlayacaktır (Demirel ve Akbıyık, 2009: 41).

2.2.2. Girişimcilerin Demografik Özellikleri

2.2.2.1. Aile

Yapılan çalışmalarda, girişimcilik niyeti ve eğilimi üzerinde ailenin önemli bir etken olduğu görülmüştür. Bunun nedeni ailenin hem bir rol modeli olması hem de girişimcilik

faaliyetinin aile tarafından desteklenmesidir. Yapılan araştırmalar neticesinde kişilerin en çok etkilendikleri rol modelinin babaları ve diğer aile bireyleri olduğu görülmüştür. Dolayısıyla ailede girişimci ruha sahip veya doğrudan girişimci kişilerin bulunması, özellikle de babanın girişimci olması o ailede yetişen bireyin de girişimci olması yönünde etkili olmaktadır. Aile destek modelinde ise, iki faktör dikkat çekmektedir. Bunlardan biri, ailenin finansal açıdan bireyi desteklemesidir. Yüksek gelire sahip ailelerde yetişen bireylerin, başlatacakları girişimlerde aileden parasal destek alma imknlarının bulunması, onların girişimcilik eğilimlerini de beslemektedir (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009:92 den akt, İrmiş ve Barutçu, 2012:3-4).

Ailenin girişimci kişilik üzerindeki etkilerinden bahsederken, öncelikle ailenin bireyin kişiliği üzerinde en çok etkili olduğu zaman dilimi olan çocukluk dönemi üzerinde durmak gerekmektedir. Çocuğun asıl deneyimi, yakın çevresinde yaşadıkları, yani ebeveynlerin egemen role sahip olduğu ev ortamıdır. Freud'a göre de yaşamın ilk yıllarından edinilmiş deneyimler bireyin ileriki yaşamını belirlemede en etkili unsurlardır. Bu nedenle ebeveynlerin çocuklar üzerindeki tutumları, çocuğun kişilik gelişimi üzerinde ciddi anlamda etkilidir. Girişimci kişilik özellikleri arasında önemli bir role sahip "kontrol odağı"nı destekleyen ebeveyn rolünün, çocukta ileride "içsel kontrol odağı" nın gelişimine yol açtığı bilinmektedir. Farklı Şekilde, ebeveynlerin çocuklarına karşı aşırı korumacı ve kontrol etme yanlısı davranışlarda bulunmaları, çocukların daha çok "dışsal kontrol odağına" sahip olup girişimcilikten uzak bir gelişim göstermelerine neden olmaktadır (Jennings ve diğerleri, 1994:45'den akt. Güler Kümbül: 2010:15).

2.2.2.2. Yaş

Yaşın dönemleri ile girişimcilik eğilimi arasında önemli bir ilişki bulunduğu yapılan çalışmalarla başarılı bir Şekilde ortaya konmuştur. Çoğunlukla 22-55 yaş arası, girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak ortaya konmuştur. Bu yaşlar dışında da, kariyere başlamak mümkün olmasına rağmen, girişimcilikte başarı için yüksek enerji ve finansal destek gerekli olmaktadır (Hisrich 1995: 55-58' den akt. Bozkurt, 2006: 96).

2.2.2.3. Kişisel Değerler

Kişisel değerler girişimciliğin oluşmasında en etkili olan faktörlerden biridir. İnsan yaşamın da edinilen tecrübelerin toplamı olarak adlandırılmaktadır. Buna göre kişilerin

değer yapıları zaman içinde doğuştan gelen genetik özellikleriyle birlikte diğer çevresel faktörlerin etkisiyle şekillenmektedir (İrmiş Vd. 2010'dan akt. Bozkurt Çetinkaya: 2011:24).

2.2.2.4. İş Tecrübesi

Çalışma yaşamı, girişimcinin işi başarılı bir biçimde başlatması ve geliştirmesinde olumlu bir neden olabileceği gibi olumsuz bir nedende olabilir. İnsanın yaptığı işi beğenmemesi, işin onun niteliklerini zorlayıcı özellikte olmaması, iş yerinde yükselme imkanlarının yokluğu ve can sıkıntısı gibi nedenlerle tatminsizlik yaşaması girişimciliği özendiren unsurlardır. Çalışma hayatında edinilmiş olan deneyim finansman, ürün ya da hizmet geliştirme, imalat, dağıtım kanallarının oluşturulması ve bir pazarlama planının geliştirilmesi ile ilgili ise girişimcilik için çok olumlu bir motivasyon oluşturur. Yapılan atılım başarıya ulaştıkça yönetsel deneyin ve beceriler başarının devamı için giderek artan bir önem kazanır. Çoğu atılım başlangıçta birkaç kişiyle başlar ama yeni elemen ihtiyacı arttıkça insan kaynakları yönetimi de önem kazanır. Yönetsel deneyimin yanı sıra girişimcilik deneyimi de önemlidir. Birçok girişimci ilk girişimcilik deneyimlerinin yaşamlarında ürettikleri en büyük şey olmadığını sonradan öğrendiklerini belirtmişlerdir (Atasoy, 2012: 12,13).

Yaşanmış iş deneyimi ile ilgili önemli bir diğer husus da bireylerin önceden çalıştıkları işlerindeki hoşnutsuzluk ile girişimcilik başarıları arasındaki pozitif ilişkinin varlığıdır. Daha önce çalıştıkları işten memnun olmayan, düşük iş güvenlikleri olan bireyler başlattıkları yeni girişimlerde başarılı olmaktadır. Bu durumun arkasındaki en önemli etken ise o bireylerin geri dönüş imkanlarının olmayışı yani kendilerini başarılı olmaya adanmaları nedeniyle başladıkları işe daha iyi motive olmaları ve girişimci eylemlerde daha ısrarcı ve cesaretli olmalarıdır (Brockhaus, 1980:371'den akt. İlter, 2010: 45).

2.2.2.5. Cinsiyet

Cinsiyet girişimci eğilimi ayırt edici bir diğer unsurdur. Toplumsal yapıda bireylere yüklenen rollerin de etkisiyle erkekler kadınlara kıyasla daha çok kendi işini kurma eğilimindedirler. Ayrıca iş kurmada kadınların karşılaştığı güçlükler ve çift rol yükü, yani hem iş yerinin gereklerini hem de evde anne ve eş olmanın gereklerini yerine getirmenin yükü, kadınların girişimcilik eğilimini azaltmaktadır (Yıldırım, 2008: 40).

2.2.2.6. Rol Modeller

Girişimcilerin pek çoğu, daha önceden farklı işletmelerin finans, pazarlama, üretim vb. bölümlerinde çalışarak tecrübe edinmekte ya da babalarından veya ustalarından edindikleri tecrübeyle girişimciliğe başlamaktadırlar. Böyle bir durum, girişimcinin işletmeyi kurması ya da kurulu bir işletmenin devamlılığını sağlaması, o işletmeyi tanıması, yönetmesi ve koordine etmesi açısından oldukça önem arz etmektedir. Aynı zamanda bireyler, girişimcilik kariyerlerinde aile bireylerini, arkadaşlarını, yakın çevredeki tanıdıklarını ya da ulusal veya uluslararası alandaki girişimcileri de kendilerine rol modeli olarak aldıkları için girişimde bulunur ya da girişimlerini onlar gibi devam ettirmeye çalışabilirler (İrmiş ve diğerleri, 2010: 43).

Rol modeller, aynı zamanda, işletme kurulurken ve kurulduktan sonra fikrî destekleriyle de katkıda bulunurlar. Girişimcinin, yeni bir işletmenin her aşamasında güçlü bir destek ve danışma sistemine gereksinmesi vardır. Bu destek sistemi; bilgi ve tavsiye sağlanması, yönetim ve organizasyon konularında yol gösterilmesi, gereken mali kaynakların sağlanması bakımından yaşamsal bir önem taşır (Hisrich ve Peters, 1992'den aktaran Yurtseven, 2007: 87).

Bu anlamda başarılı girişimcilerin kişiliklerinin, yaşadıkları deneyimlerin, girişimci adaylarının yola çıkma aşamasında öncü rol üstlenip üstlenmedikleri merak konusu olmuştur. Başarılı olmuş girişimciler ve bu girişimcilerin hikayeleri, girişimci olmayı düşünen insanlara her daim ışık tutmuş ve benzer bir yola çıkmalarında onlara cesaret aşılamışlardır. Bazen de başarısız olmuş bir girişimcinin yaşadığı deneyimlerin, potansiyel girişimciler tarafından tekrarlanmaması, başarısızlıktan elde edilen tecrübe/deneyim ile onların yaptığı aynı ve/veya benzer hatayı yapmamak adına zaman kazanılması ve kaynakların yanlış kullanılmaması açısından da anlamlı olmuştur (Hız ve Karaosmanoğlu, 2015:389).

2.2.3. Girişimciyi Başarılı Kılan Bazı Özellikler

İletişim teknolojisindeki gelişmeler, girişimcileri de astronotların uzaydan dünyayı gördükleri gibi, küçük ve bütün bir küre olarak görmeye zorluyor. Dünyanın küçük, ancak hareketli ve cıvıl cıvıl bir küre olarak algılanması, başta girişimciler olmak üzere, her alanda mükemmeli arayanlara, mükemmelliği sorgulamaya götürür. Girişimciler için

mükemmel olmanın değişmez ve her yerde aynı sonuçları veren bir formülü yoktur. Ancak dünyanın neresinde olursa olsun, her girişimcinin değişmez özellikleri vardır. İşte girişimciyi başarılı kılan bazı değişmez nitelikler (Gürdoğan, 2008: 26,27,28):

- Dürüstlük dünyanın her yerinde girişimcinin en değerli ve vazgeçilmez sermayesidir.
- Risk alamayan girişimci, hiçbir an iş kapasitesini artırarak, dünya pazarlarına açılmaz.
- Yenilik peşinde olmayan girişimci, en büyük zenginlik kaynağı olan verimliliği artıramaz.
- Girişimci problemleri ele alırken, taşa değil suya benzemeli, su gibi uyumlu, sabırlı, sinerji ve hayat kaynağı olmalıdır.
- Savurgan girişimci savurganlığın kaynağı olur.
- Girişimcinin dünyasında ümitsizliğe hiçbir zaman yer yoktur. Ümitsizliğin bulunduğu yerde üretim olmaz.
- Adalet odaklı olan bir girişimcinin çalışması adil yönetimin örneği olur.
- Paylaşımçı olmayan girişimcinin kaynakları paylaşımçı olabilenlerce paylaşılır.
- Öğrenmesini bilen girişimci dünya standartlarında üretim yapmasını da başarır.
- Girişimciler detayın ayrıntıda olduğunu bilir. Fakat detayda boğulmaz.
- Girişimci gelen günü, geçen günden daha üretken kılmasını bilendir.
- Girişimci çekirdekte meyveyi meyvede de ağacı görebilendir.
- Girişimci olduğu gibi görünecek ve görüldüğü gibi de olacak kadar şeffaf olandır.
- Girişimci sevdiklerini paylaşmasını bilendir. O kendisi için istediğini başkası içinde isteyebilendir.
- Girişimci çöküşte yükselişi görebilendir.
- Girişimci serbest çalışmanın olmadığı yerde, özgünlüğün olmayacağını bilir.
- Girişimci misyonu olmayanın vizyonu olmayacağını bilincindedir.
- Girişimci dünyadaki gelişmelere adapte olmada sorumluluğu diğer insanlara yüklemeyebilir.
- Girişimci inisiyatif kullanmadan hiçbir zaman kaçınmaz.
- Evrensel etik ve hukuk ilkelerine bağlılıkta girişimci en öndedir. Onun en büyük düşmanı ilkesizliktir.

- Girişimci değişmeden değiştiremeyeceğini görür.
- O zorlaştırmanın değil kolaylaştırmanın öncüsüdür.

2.3. Girişimcilik Özelliklerinin Oluşumunda Etkili Olan Faktörler

2.3.1. Girişimcilik Özellikleri ve Kültür Arasındaki Etkileşim

2.3.1.1. Kültürün Genel Tanımı

Günümüzde ise kültürün ne olduğunu yorumlamak için pek çok tanım yapıldığını görmekteyiz. Kültürün tanımını yapanların temelde konularının farklı olması, kendi bilimsel sahalarıyla ilgili farklı tanımlar yapmalarına yol açmaktadır. En basitinden en ilerisine kadar her türlü insan topluluğunda kültür denilen ortak bir olgu vardır. Kültürün oluşması için insanların belirli esaslara göre bir araya gelmeleri gerekir. Yani kültür ile toplum yan yanadır. Kültür tanımları içerisinde en eskilerinden birisi E.B.Taylor'un tanımıdır. Taylor'a göre kültür; "Bilgiyi, inancı, sanatı ve ahlakı, örf ve adetleri, ferdin bağlı olduğu bir cemiyetin üyesi olması sebebiyle kazandığı alışkanlıkları ve bütün maharetleri içine alan karmaşık bir bütündür." (www. ozyazilim. com.'dan akt. Şimşek, 2004: 187).

2.3.1.2. Girişimcilik Kültürünün Tanımı

En basit tanımıyla, "girişimci" risk alan kişidir. Girişimcinin risk alma tercihinde birçok faktörün yanı sıra, beklide diğerlerine nazaran daha önemli bir faktörün varlığı dikkat çekmektedir. Bu faktör, gelenek, görenek ve ahlaki değerleri kapsayan kültür olgusudur. Kültür olgusu; aile, eğitim, çevre, sosyal ve siyasi ortam gibi birçok unsur ile etkileşim halinde bulunmaktadır. Ekonomik kalkınmanın itici güçlerinden biri olarak ifade edilen girişimcilerin içinde buldukları kültürel ortam ile ele alınmaları "girişimcilik kültürü" kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu kavram ile toplumun değer yargılarının kültürel boyutlarının girişimcinin risk alma güdüsüne olan etkileri araştırılmaktadır. Kültürel ortamın, risk alma konusunda teşvik edici ve engelleyici olma gibi iki uç nokta arasında girişimcileri etkilemesi, girişimcilik kültürünün iller, bölgeler ve ülkeler arasında farklı özellikler taşımasını mümkün kılmaktadır (Birol, Tuncay ve Kaya, 2014: 235).

2.3.1.3. Girişimcilikle Kùltùr Arasındaki Etkileşim

Ancak kişinin karakterine bağlı mahiyeti olmakla beraber, girişimciliğin òęrenilen ve tevarùs edilen son derece ònemli bir boyutu daha vardır. Bu yùzden modern toplumlarda girişimciliğin bu boyutuna vurgu yapılması çok daha muteberdir. Girişimciliğin kùltùrle çok yakından ilişkisi vardır. Gerçekten de bazı kùltùrler girişimciliği, yani risk almayı, bireysel davranışları, kaybederek, tecrùbelerden òęrenmeyi teşvik ederken, bazı kùltùrel istikrara çok fazla değer verip, dùzeni değiştirecek, alışılmış kalıpların dışına çıkmayı tetikleyecek ortalama dışı davranışları hoř gòrmez ve bastırmak ister. (Òztùrk, 2008:25). Burada da belirtildiği üzere bazı kùltùrler insanın var olan girişimcilik becerilerini daha da geliştirip ona bu becerilerini piyasada kullanma şansı tanırken, bazı kùltùrler yapıları gereği kişilerin var olan girişimcilik òzelliklerini baskılayarak girişimcilik konusunda gereken ortamın oluşmasını engellemektedirler.

Girişimcilik kùltùrù ile girişimcilik başarısı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bir ùlkede ve bòlgede girişimcilik başarısı ile girişimcilik kùltùrünün varlığı arasında doğrudan ilişki olduğu gòr÷lmektedir. Bu bağlamda girişimcilik kùltùrünün mevcut kùltùrel altyapı ve birikim kadar bòlgedeki mevcut girişimcilik birimleri ile de yakın bir ilişkisi olduğu gòr÷lmektedir. Bir bòlgedeki işyeri ve işletme sayısının artmasıyla birlikte, o bòlgede bir girişimcilik kùltùrünün oluştuğu gòr÷lmektedir. Bu mevcut girişimcilik kùltùrünün istenen amaçlara uygun olarak gelişmesi ve kullanılabilmesi bu konuda oluşturulacak girişimcilik politikalarına ve stratejilerine bağlı bulunmaktadır. Bir ùlkede girişimci sayısının artması ve ùlke ekonomisinde itici gùç haline gelebilmesi girişimcilik kùltùrünün varlığına bağlıdır (Tekin, 2009:60).

2.3.1.4. Girişimcilik Kùltùrünü Etkileyen Òęeler

Toplumlarda girişimcilik kùltùrünü etkileyen ònemli òęeler; gùç mesafesi, bireycilik ve kollektivizm, erillik- dişillik boyutu ve belirsizlikten kaçınma gibi òęelerdir. Bunlardan bazılarını kısaca tanımlayacak olursak;

Gùç Mesafesi: Gùç mesafesi, bir toplumun bireyler arasındaki eşitlik veya eşitsizlik derecesini gòstermektedir. Yüksek dùzey gùç mesafesi, gùç ve servet dağılımındaki eşitsizliğin de yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bu tùr toplumlarda kast sistemi egemen olup, toplum bireylerinin òzellikle yukarı yònlù hareketi zayıf olmaktadır. Dùřük

güç mesafesine sahip toplumlarda ise fırsat eşitliği vardır. Bunun yanında, siyasal ve sosyal eşitlik egemen olup, ilişkiler açık ve şeffaftır. Bilgi akışı işlevsel, sınırlandırılmamış ve organizasyon yapısı basıktır. Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda ise ilişkiler resmi, bilgi akışı formalize edilmiş ve sınırlandırılmıştır. Ayrıca organizasyon yapısı hiyerarşik, ilişkiler ve görevlerin sınırları da çizilmiştir (Akpınar: 2009:38). Yüksek düzeyde güç mesafesini ön plana çıkaran toplumlardan ziyade, güç mesafesinin az olduğu toplumların kültürlerinin girişimcilik için daha uygun ortam yarattıkları ifade edilmektedir. Bu durum “belirsizlikten kaçınma” boyutuyla da birlikte düşünüldüğünde daha anlamlı bir sonuca ulaşacağı açıktır (İrmiş ve diğerleri, 2010:48).

Belirsizlikten kaçınma: Kültürün bu boyutu, bir toplum ve kültür içinde yer alan üyelerin, belirsiz durumlardan ne ölçüde kaçındığını ve sakındığını ifade etmektedir. Belirsizlikten kaçınma, farklı kültürlerde farklı düzeylerde gerçekleşmektedir. Bazı kültürlerde insanlar, belirsiz durumlardan görece uzak durmakta, gelecekle ilgili olayları kestirebilmedeki güçsüzlüklerini kabul etmekte ve bilinmeyenden kaçınmaktadır (Kutunis, 2010 a: 53).

Girişimcilikte hesaplı riske girme önem kazanmaktadır. Belirsizlikten fazla kaçınan kültürlerde insanların hesapsız riske girme olasılıkları artarken hesaplı riske girme ortamları bulma şansları azalmaktadır. Belirsizlikten kaçınan kültürler keşmekeşin olduğu durumlardan kaçınmaya çalışırlar. Bu kültürlerde insanlar içinde buldukları ortamda olayların tahmin edilebileceği bir yapı ararlar. Bu durum onları doğal olarak riskli davranışlara iter. Bu hesaplı olmayan riskli davranışların girişimciliği engelleyici, insanların başarısızlıklardan aşırı korkmalarına neden olan çelişkili bir duruma neden olması söz konusu olmaktadır. (Kutunis, 2010 a: 125)

Bireycilik toplumun bireysel, ya da, kollektif başarı ve kişiler arası ilişkilere ağırlık verme yönünü göstermektedir. Bireyciliğin yüksek olduğu toplumlarda, bireyler, toplumun diğer bireyleriyle yakın olmayan ilişkiler kurar. Kollektivist toplumlarda ise, geniş aile yapısı ve ait olduğu grup üyelerinin sorumluluğunu alma eğilimleri vardır. Bireyciliğin kollektivist ya da grup çıkarlarının önde olduğu toplumlarda bireysel girişimlerin egemen ve teşvik edildiği görülmektedir. Bireysel girişimin, bireysel özgürlüklerin, bireysel hakların önemli olduğu toplumlarda girişimciliğin güçlü olması da tesadüf değildir (Güney, 2008: 214).

2.3.1.5. Girişimcilik Kùltürünün Geliştirilmesi

Değişimin büyük bir hızla devam ettiği günümüz şartlarında girişimcilik kùltürünün geliştirilmesi ve kurumsallaştırılmasında planlı ve geleceği öngören adımların atılması gerekmektedir. Bu kapsamda girişimcilik insanlara küçük yaşlarda öğretilmeli ve girişimci davranışlar teşvik edilmelidirler. Bu bağlamda eğitim - öğretim süreçlerini buna göre yapılandırmalı, kişilere risk ve sorumluluk almayı özendiren, merak unsurunu kamçıl原因 bir biçime kavuşturmalıdır. İlaveten girişimcilik kùltürünün topluma yerleştirilebilmesi için, bireylere düşündüklerini uygulamaya koyabilmeleri için gerekli donanım ve finansmanın sağlanması gerekmektedir. Bu kùltürün oluşabilmesi için eğitimciler, genel girişimci davranışlarının somut deneyimlerle kazandırılmasına gayret göstermelidir. Bu konuda özellikle üniversite yönetimleri ve akademik kadrolarına da önemli görevler düşmektedir (Soysal: 2015: 209).

2.3.2. Girişimcilik Özellikleri ve Sosyal Çevre ile Olan Etkileşim

Girişimcinin içinde bulunduğu ortamda, etik ve hukuksal normların ekonomik beklentileri karşılama düzeyine göre bir evren biçimlenecektir. Bu evren, girişimcinin atıl原因 kişiliğini piyasa mekanizmasıyla bütünleştirerek ona toplumsal bir saygınlık kazandıracaktır. Hiçbir saygınlık, etik ve hukuksal temelden güç almadan kazanılamaz. Bu durumda elde edilen sosyal statü, girişimci ruhu beslerken, ekonomik ve sosyal gelişmelerinde kaynağı olacaktır. Zira toplum tarafından verilen saygınlık, ona sosyal sorumluluklarını hatırlatacak, girişimcinin topluma olan bağlılığı aynı zamanda sosyal ve ekonomik dayanışmayı güçlendirecektir. Bu süreç işledikçe yeni girişimcileri de özendirecektir (Kinay, 2006: 18).

Girişimciliğin özendirilmesi ve başarılı girişimciler, üretkenliği ve iş olanaklarını artırarak toplum zenginliğine de katkıda bulunmaktadır. Ekonomik faaliyetlerin toplum ve çevre üzerindeki etkilerine paralel toplumun beklentileri de artmaktadır. Çevreye duyarlı işletmecilik anlayışı günümüzde daha fazla talep edilmektedir. Çevreyle barışık ürünler üretilmesi, çevre kirliliğini önleyici sistemler kurulması “sorumlu girişimcilik” anlayışının bir ürünüdür. Toplum menfaatine hizmet eden işletmeler (eğitim, sağlık, çevre vb. alanlarında) kamuoyunda daha fazla itibar görmekte ve ürünlerine olan talep artmaktadır. (Döm, 2008: 33,34)

Girişimci, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin oluşturucusudur. Girişimcilik de, yenilikçilik ve girişimcilikten beslenen ve toplumda da girişimci / yenilikçi hareket başlatan bir eylem biçimi olduğundan, toplumsal değişmeye ivme kazandırıcı bir güç / bir değişim ajanı olarak da kabul edilmektedir. Girişimcilik, toplumsal refahı ve kaynak üretimini mümkün kıldığından toplumsal gelişme için de hayati bir önem taşımaktadır (Yıldız, 2012:15). Girişimcinin en önemli özelliklerinden biri değişime önem vermesi ve yenilikçi olmasıdır. Girişimci küresel baz da değişim ve yeniliklere ayak uydurmakta ve bu yönüyle de toplumun dünyadaki değişimlere adapte olmasına katkı sağlamaktadır.

Başarılı girişimcilerin bulunduğu sosyal çevrelerde, taklit ya da özenme yoluyla da girişimci faaliyetler artmaktadır. Akran ya da akrabalık ilişkileri, girişimci faaliyetler için yol açıcı rol oynamaktadır. Örneğin, arkadaşlarının başarılı girişimci olduğunu gören kişiler, onlar gibi olmaya dolayısıyla işletme kurmaya heveslenmektedirler. Bu çevreler, potansiyel girişimci için, öykünme, buluşma ve yeni işletmeler kurma çabalarına destek vermektedir (Hisrich ve Peters, 2001: 12'den akt. Cansız: 2013: 23,24).

Sosyal ortam aynı zamanda, bireyin sahip olduğu sosyal sermaye açısından da incelenebilir. Çok boyutlu bir kavram olan ve hem birey hem de örgüt bazında düşünülebilen sosyal sermaye, özünde bireyin içinde bulunduğu sosyal yapıya olan güveni barındırmaktadır. Bu güven de sosyal yapı içinde kenetlenmeyi sağlamaktadır. Birey açısından düşünüldüğün de, sosyal sermayeye sahip olmak, içinde bulunulan sosyal yapı, iletişim ağı ve üyeliklerden yararlanabilme ve her türlü kaynak değişimi sağlamaya yardımcı olmaktadır. Bilgi akışının sınırlı olması nedeniyle özellikle girişimcilerin yeni bir iş kurma döneminde kendilerine sağladığı bilgi nedeniyle geniş bir sosyal sermayeye sahip olmalarının önemi bilinmektedir. Bireylerin daha önce tecrübe etmiş oldukları iş alanları konusunda işletme sahibi olmayı tercih etmeleri ve işlerini kurarken arkadaş, aile ve akrabaların önerilerini dikkate almaları, içinde buldukları sosyal ağın kaynaklarından yararlanmaya örnek olarak verilebilir (Davidsson ve Honig, 2003:307-309'dan akt. Güler Kümbül, 2010: 23).

Yukardaki bilgiler ışığında da, girişimci içinde bulunduğu sosyal çevreden etkilenmekte ve girişimcilik özellikleri sosyal ortamın yapısına göre güçlenmekte veya zayıflamaktadır. Aynı zamanda girişimci yapmış oldukları girişimler neticesinde buldukları sosyal

çevreyi etkilemektedirler. Dolayısıyla girişimcilik ve sosyal çevre arasında karşılıklı etkileşim vardır diyebiliriz.

2.3.3. Girişimcilik Özellikleri ve Motivasyon Arasındaki İlişki

2.3.3.1. Motivasyon Kavramı

Motivasyon; insanları belirli bir amaca doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için gösterilen çabaların toplamıdır. Kısaca, motivasyon, insanları bir hedef için harekete geçiren güçtür (Ceylan ve Anbar, 2014: 350).

İçimizden gelmeyen hareket motivasyon tanımı içine girmez. Kendi isteğimizle yapmamız durumunda ve eylem olduğunda motivasyondan bahsedebiliriz. Motivasyon kısaca insanı çalışmaya sevk etmek, çalışmak için bireyi harekete geçirmek ve isteklendirmek anlamına gelmektedir (Çetin ve Can Mutlu, 2010: 117).

2.3.3.2. Motivasyon ve Girişimcilik Arası İlişki

Girişimcilerin neden girişimci olmayı seçtikleri ve neden bazılarının daha iyi bir girişimci olduğunu anlamaya yönelik olarak motivasyon konusunun üzerinde duran araştırmacılar, yeni bir işletme kurmada birey olarak girişimcinin sahip olduğu motivasyon düzeyinin önemli bir rolü olduğunu ve motivasyon konusundan bahsedilmezse işletme kurma teorilerinin eksik kalacağını belirtmektedirler. Bu bağlamda, işletme kurma arayışları ve hatta işletmeyi ayakta tutabilme isteği büyük ölçüde, “girişimcilik motivasyonu” ile ilgili görülmektedir (Kuratko ve Hodgetts, 1998:113-114’ den akt. Güler Kümbül, 2010: 27).

Girişimcilik faaliyetleri için motivasyona sahip olmak, yeni bir iş kurmak için anahtar özelliktir. Liderlik özelliklerine sahip, geçmişteki tecrübelerden ders alan, zorluklardan yılmayan, amaç odaklı, amaçlarının peşinden ısrarla giden, dikkatli, problem çözme becerisine sahip kişiler; yeni bir girişim kurabilir ve girişimciliğin getirdiği yaşam tarzına ayak uydurabilirler. Girişimciler işlerini kurma aşamasında ve ilerleyen dönemlerde, motive olarak birçok zorluğu aşmalıdır. Örgütlerin zayıf yönlerini ortadan kaldırmalı, yakın ve genel çevre koşullarının doğurduğu tehditlerle başa çıkmalıdır (Karabulut, 2009 b: 333). Motivasyon faktörü girişimcilik özelliklerini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Kişileri olumlu yönde motive etmek, kişilerin sahip olduğu girişimcilik özelliklerini olumlu yönde etkileyerek kişilerin girişimcilik eğilimlerini artırmaktadır.

2.3.3.3. Girişimcileri Motive Eden Unsurlar

Girişimcilik motivasyonu iş kurmak isteyenlerin sahip olması gereken en önemli güçtür. Finansman da dahil olmak üzere diğer etkenler güçlü bir motivasyondan daha anlamlı değildir. Girişimcileri motive eden kaynaklar genel olarak aşağıda sıralanmıştır (Kutunis, 2010 a: 117,118).

- Kendi kendinin patronu olma isteği.
- Mevcut iş seçeneklerinin verdiği maddi-manevi kazanımlardan daha fazlasına ulaşma isteği.
- Kendi geleceğini kendi karar ve çabaları ile şekillendirme isteği.
- Emekli vb. gruplarda olduğu gibi iş kurarak daha çok manevi tatmin sağlama çabası.
- Bağımsız ya da esnek bir iş ortamına sahip olmak.
- İş fırsatlarını değerlendirme isteği.

Girişimcilik; eğitim kurumları, kamu kurumları, toplum ve iş dünyası tarafından teşvik edilmektedir. Devlet, girişimciliğin desteklenmesi için birçok önlem almaktadır. Bu bağlamda girişimcilere vergi destekleri sağlanmakta, alt yapı yatırımlarıyla onları iş kurmaları kolaylaştırılmaktadır. (Yurtseven, 2007: 64).

İşten beklenen her türlü maddi ödülün yanında, işe bağlılık, sadakat, aidiyet duygusu, birlik duygusu, işten onur duyma, haz alma, yardımlaşma da birer manevi motivasyondur. Bu bağlamda başarılı girişimciler çevreden gelen uyarılar (çevresel harekete geçiriciler) fırsatlar ve tehlikeler (ödülün) oluşma olasılığını güvenilir bir biçimde ettikleri zaman iş yaratarak cevap veren kişilerdir. Girişimcilerin başarı ihtiyacı farklı açılardan desteklenmektedir (Top, 2012 a: 250).

2.3.4. Girişimcilik Özellikleri ve İnovasyon Arasındaki Etkileşim

2.3.4.1. İnovasyon Kavramı

İnovasyon, “yeni ve değişik bir şey yapmak” anlamındaki Latince “innove” kökünden türetilmiş bir kavramdır. Bu açıdan Webster, “yeni ve farklı bir sonuç” olarak tanımlar. Türkçe karşılığı olarak “yenilenme”, “yenilik” veya “yenilikçilik” kavramlarıyla ifade edilmeye çalışılmışsa da, söz konusu kavramlar inovasyon sözcüğünün ancak bir kısmını

tanımlayabilmektedir. İnovasyon kavramı, anlamı tek bir sözcükle ifade edilemeyecek kadar geniştir. Bu nedenle “inovasyon” teknik bir sözcük olarak kabul edilmiş ve tıpkı “motivasyon” sözcüğümde olduğu gibi dilimize yerleşmiştir. İnovasyon denilince, bilim ve teknoloji kullanarak ekonomik ve toplumsal yararlar yaratacak çıktılara ulaşılması ifade edilmektedir. Bu bağlamda, inovasyon kendi başına ayrı bir etkinlik olmayıp, bilim ve teknoloji etkinliğinin tüm süreçlerini kapsar. İnovasyon ile amaçlanan bilim ve teknoloji etkinliğinde bir fikrin kuram, eylem ve sonuç bakımından yarar dönüşmesi ve bu yararın pazarlanabilir, somut bir çıktıya dönüştürülmelidir. Dolayısıyla, inovasyon basit anlamı bir yenilenme olayı olmayıp, yenilenmenin kuramsal aşamasından başlayarak yenilik ürünü de içine alan ve pazarlanabilme niteliğini kabul eden bir süreçtir (Bakan, Eyitmiş ve Yılmaz, 2008: 148).

2.3.4.2. İnovasyonun Önemi

Yenilik, verimlilik kavramında son derece önemli bir yer tutmasına rağmen, literatürdeki önemi son zamanlarda kavranmaya başlanmıştır. Bir işletme, yenilikleri mümkün olabildiği kadar ekonomik üretmek gerçekleştirilebildiği ölçüde verimli olabilecektir. İşletmeler, yenilik çalışmaları ile kaynaklarını daha rasyonel kullanmaktadırlar; bu durum da üretim maliyetlerinin düşmesine ve üretimin artmasına sebep olmaktadır. Ayrıca, yeni mal ve hizmetler üreten firmaların, uzun dönemde hem iç hem de dış pazarlarda diğer firmalarla rekabet etmesi daha kolay olacaktır (Ergün Mine 2001.s.33'den akt. Güney, 2008:108).

Firmalar için ister kalite, ister fiyat, isterse müşteri ilişkileri olsun rekabetçi bir avantaj, ancak dışardan satın alınmak ya da o firma tarafından geliştirilmek yoluyla elde edilebilir. Yönetimi güç bir uğraş olan yenilikçiliğin risklerini, ancak elde edilebilecek fırsatlar katlanabilir kılmaktadır. Bu nedenle, sürekli yenilikçilik (permanent innovation) ,sürdürülebilir rekabetçi avantajı (sustainable competitive advantage) gerçekleştiribilmenin oldukça emin bir yolu olmaktadır (Gürol, 2006:52).

2.3.4.3. Girişimcilik ve İnovasyon Arasındaki Etkileşim

Girişimcinin amaçlarına ulaşabilmesi ve rekabet üstünlüğü yaratabilecek ticari bir süreci planlayıp yönetebilmesi, öncelikle çevresel şartlardaki değişimin kendisi için ne tür fırsatları ortaya çıkardığını analiz edebilmesiyle mümkün olacaktır. Bununla birlikte bu

fırsatları etkin bir şekilde değerlendirebilecek; yeni pazar şartlarına yeni çözümler üretebilecek ve bütün bunları da önemli riskleri göze alarak gerçekleştirebilecek bir anlayış ve beceriye sahip olması gerekmektedir. Bu nedenledir ki girişimciliğin özünü, yenilikçiliğin oluşturduğu sıkça vurgulanan bir gerçektir (Uzkurt, 2012: 44).

Girişimcinin ilgi alanına giren yenilikçilik farklı şekillerde ortaya çıkabilir. Yenilik, yeni materyal ve bileşenlerinin, yeni üretim süreçlerinin, yeni pazarların, yeni organizasyonel oluşumların birbirleri arasında, uygulanabilir tüm kombinasyonlarının ticarileştirilmesine dayanır (Akın, 2010: 83).

İnovasyon süreci, girişim aracılığıyla gerçekleşmekte, girişim, inovasyon aracılığıyla başarıya ulaşabilmektedir. Bu başarıda kritik öneme sahip bir unsur da “insan” dır. Beşeri unsur olarak hem girişimci, hem de çalışan, değişime açık olmak, gerektiğinde kendini yetiştirmek ve de değiştirmek durumundadır. Bu, girişimin geleceği açısından çok önemli ve değerlidir (Nişancı, 2015 a:16).

Başarılı bir girişimcinin karakteristik özellikleri başında, yeni fikirler üretme yeteneği gelir. Bu, piyasanın ve toplumun ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak, akılcı hedefler belirleme ve bunları yaratıcı biçimde geliştirme ya da uyarlama özelliğiyle bağlantılıdır. Hedeflerini belirlememiş olan girişimci, denizin ortasında pusulasız yolculuk eden kaptan gibidir; ne yöne gideceğini bilemez. Bu nedenle, iş dünyasında önce rotanın çizilmesi, sonrada bunun yeni fikirlerle geliştirilmesi gerekir. Ticari yaşamda en büyük kârlar, daha önce kimsenin akıl etmediği alanlardan elde edilir. Yeni fikirler üretmek amacıyla, “beyin fırtınası” denen yöntemler uygulanmaktadır. Bu yöntemde, grup içinde herkes bir araya gelir ve konuyla ilgili düşüncelerini açık açık söyler; daha sonra da grup, bu düşünceler üzerinde hep beraber projeler oluşturmaya çalışır (Dolgun, 2003: 10).

Yeni teknolojilere dayanan girişimcilik üç sebepten dolayı daha çok kazanç ve toplumsal fayda oluşturur. 1) Yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, 2) teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve 3) yeni teknolojilere dayalı sektörler daha hızlı büyür (Çetindamar ve Pınarcıoğlu, 2002: 43).

Teknolojik inovasyon girişimci gücünün yanında çok sayıda çalışanın işbirliğini ve bu sürece dahil edilmesini gerektirmektedir. Başarısı da bu çabaların sürdürülebilirliği ile yakından ilişkilidir. Bir inovasyonun ticari anlamda başarılı olabilmesi için bilimsel

buluş, mühendislik, girişimcilik ve yönetsel becerilerin, sosyal ihtiyaçlar ile sosyo politik çevrenin bileşimlerinin başarılı sentezine bağlı olmaktadır (Martin, Michel J.C., 1994.s:30'dan akt.Döm, 2008:23).

Gelinen noktada inovasyon ve girişimin birbirinden ayıramayacaklarını görmüş bulunmaktayız çünkü girişimci olmadan inovasyon yalnızca yenilik- icat olarak kalacak ve pazara, tüketicinin faydasına sunulamayacak; inovasyon olmadan ise girişimci sadece ekonomik faaliyette bulunan bir yatırımcı olmaktan öteye gidemeyecektir (Büyük, 2014:97). Görüldüğü üzere inovasyon ve girişimcilik özellikleri arasında yakın ilişki vardır. Girişimciler bir yandan değişimlere öncülük yaparken, diğer yandan da inovasyonun doğurduğu yeni fırsatlardan yararlanarak girişimcilik eğilimlerini daha da arttırmaktadırlar.

2.3.4.4. İletişim Teknolojilerindeki İnovasyon, E-Ticaret ve Girişimcilik

İş dünyası büyük bir değişim yaşamaktadır. Bunun nedenlerinden biri de bilgi işlem ve iletişim teknolojilerindeki değişimlerin iş hayatında yarattığı yapısal değişimlerdir. Değişim elle tutulur, gözle görülür bir olgu olmanın ötesinde, tüm hızıyla devam etmektedir. Bu hızın arkasında ise hızlı teknolojik buluşlar, iş dünyasının küreselleşmesi ve internetin ve internet üzerinden yapılan ticaretin devreye girişi yatmaktadır. Yeni ekonomi ortamında ortaya çıkan bu yapısal değişimin temelini ise sadece “yeni teknolojiler” değil, aynı zamanda farklı iş modellerinin, üretim yapılarının ve teknolojik değişimlerin öncülüğünü yapan “girişimcilerde” oluşturmaktadır. Çünkü sürekli ve hızlı bir şekilde gelişen bilimsel ilerlemenin ve yeniliğin ışığında, ortaya çıkan teknolojik fırsatları görebilen, bunların ekonomiye nasıl kazandırılabilceği konusunda projeler geliştiren ve bizzat gerçekleştirilmesi için uğraşanlar girişimcilerdir (Doğaner, E.A. 2006, 199-200'den akt. Marangoz, 2012: 220).

İletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde bilgisayar ve internet kullanımı her geçen gün daha fazla artmaktadır. İnternetin hayatımıza girmesi, yeni bir girişimcilik fırsatı yaratmıştır. Kafasında orijinal bir fikri olmakla birlikte elinde yeterli sermayesi olmayan kişilere, orijinal fikirlerini uluslar arası düzeyde uygulamaya geçirme imkanı sağlamaktadır. Girişimcinin, internette açacağı bir siber mağazayla geniş bir pazara ulaşması mümkün olacaktır (Akat, 2000' den akt. Bakırtaş ve Tekinşen 2006: 134). İletişim teknolojilerinde yaşanan bu inovasyon girişimciler için çok büyük fırsatlar

sunmuştur. Bu fırsatların en önemlilerinden biri, e-ticaret ve bunun doğurduğu internet ortamında pazarlama kavramlarıdır.

İnternet ortamında pazarlama, ticari internet olarak da adlandırılan bilgisayar ortamı işletmelerin mevcut bilgi akışını giderek ürün ve hizmet akışına çevirmeleri sonucunda ortaya çıkan, yeni pazaryeridir. Pazarlamanın temel prensiplerinden olan karşılaştırma, değiş tokuş gibi işlemler internet ortamında elektronik alışveriş şeklinde yeni bir boyutu ortaya koymaktadır. Sanal alışveriş olarak da adlandırılan bu ortamda, geleneksel pazarlamada karşılaşılan zaman kaybı gibi nedenleri ortadan kaldırarak, daha düşük maliyetli ve hızlı bir hizmet ortaya koymak mümkündür (Kırcova İbrahim, 2005, s.36'dan akt. Kurtboğanoğlu, 2013: 33).

Yeni ekonomik düzende teknoloji ile birlikte rekabet, networklar ve girişimci bireyler arasında yaşanmaya başlamaktadır. Bu bağlamda internet, girişimciler için kolay erişilebilen ve işlem maliyetlerini minimize eden bir pazar ortamı oluşturmaktadır. Gerek yeni pazarlara girme ve gerekse faaliyetlerini daha düşük maliyetlerle yürütme isteği içerisindeki girişimciler için internet üzerinden gerçekleştirilen sanal ticaret, iş yapmanın yeni yolu haline gelmiştir. Yeni piyasalar hem bireysel girişimci hem de sınırlı imkanlara sahip küçük işletmeler için yeni fırsatlar getirmiştir. İnternet ve teknoloji alanında girişimciliğin en büyük avantajı düşük sermaye ile çok yüksek büyüme hızının yakalanabilmesidir (Erdoğan ve diğ., 2006: 419-425'den aktaran Büyük, 2014:114). Görüldüğü gibi iletişim teknolojilerinde meydana gelen inovasyon girişimcilere müthiş fırsatlar sunmakta ve dolayısıyla girişimcilik özelliklerini olumlu yönde etkilemektedir.

2.3.5. Girişim Özellikleri ve Ekonomi Arasındaki Etkileşim

2.3.5.1. Girişimcilik ve Ekonomi Arasındaki Etkileşim

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, istikrarlı ekonomik ortam ve gelişkin bir rekabet ortamı girişimciliği destekler (TÜSİAD,1999'dan akt. Çetindamar ve Pınarcıoğlu, 2002:48). Belirtildiği üzere temel ekonomik göstergelerindeki istikrar durumu girişimciliği olumlu yönde etkilemektedir. Dolayısıyla girişimcilik ve ülkenin ekonomik yapısı arasında önemli bir ilişki mevcuttur.

Makroekonomik ortamdan kasıt, fiyat istikrarı, dengeli bir bütçe ve dış ödemeler dengesi, adil bir gelir dağılımı, yüksek istihdam ve düşük işsizlik ortamının tesis edilmesidir.

Makroekonomik dengesizlik; üretimde, kıt kaynakların tahsis edilemesinin de ve gelir dağılımında sorunların olması, belirsizliğin ve öngörülemezliğin yaygın oluşudur. Bu yüzden kalıcı bir şekilde varlığını sürdüren makro ekonomik dengesizlik ortamında derinlemesine bir girişimcilik ortamının oluşması, böylece üretim sorununun çözülmesi ve sermaye birikiminin sağlanması imkansızdır (Öztürk, 2008:23). Girişimcilik olgusuyla makroekonomik göstergeler arasında yakın bir ilişki mevcuttur. Makroekonomik göstergelerdeki istikrarsızlık girişimcilerin girişimcilik özelliklerini zayıflatırken, makroekonomik göstergelerdeki istikrar girişimcilik özelliklerini destekler ve güçlendirir.

Ekonomi ortamının ölçülmesi için temel ekonomik performans göstergelerini kullanmak mümkündür. Bu göstergelerden bazıları şunlardır: gayri safi milli hasıla, ekonomik büyüme, ihracat-ithalat oranları (dış dünyaya açıklık), istihdam, kamu üretiminin toplam üretim içindeki oranı, firma büyüklükleri, sektörel yapı, rekabet gücü, kamu açıkları, enflasyon, faizler, vergi gelirleri ve gelir dağılımı (Çetindamar ve Pınarcıoğlu, 2002: 49).

Mal ve hizmet üretimi, farklı üretim faktörlerinin mevcudiyetini ve kullanımını gerektirir. Üretim faktörleri deyince aklımıza emek, fiziki sermaye, toprak ve benzeri doğal kaynaklar ve girişimci gelir. Girişimci, iktisat teorisinde diğer üretim faktörlerini bir araya getiren (kiralayarak veya satın alarak) ve bu üretim faktörlerini veri üretim teknolojisinde kullanarak yeni bir mal ve hizmet üreten ve bu işlemi yaparken de kâr amacı güden, üretim ve sonraki aşamalarda riski üzerine alan üretim faktörü olarak tanımlanır. Günümüz modern ekonomilerinde üretim fonksiyonu, firmalar tarafından yerine getirilir ve bir veya birden çok girişimcinin iştiraki sonucu firmalar ortaklık şeklinde ortaya çıkar. Girişimcinin veya bunların ortaya çıkarmış olduğu firmaların esas amacı, iktisat teorisinde kâr maksimizasyonu olarak ifade edilir (Tiryaki, 2012: 10,11).

Ekonomik gelişme açısından ele alındığında, girişimci işletmelerin etkisi ile rekabetin teşviki ve ekonomik gelişme arasında bir ilişki olduğu söylenebilir. Ekonomik gelişmenin kolaylaşmasında iki önemli politika bileşeni vardır. Bunların ilki, girişimcilik yeteneğinin üretici olmayan faaliyetlere yönelmesini önlemek için, verimli yenilikçiliğin getirisini koruyan etkenleri (ticari özgürlüğün muhafazasını, mülkiyet hakları ve anlaşmalar gibi) arttırmaya çalışmak; ikincisi ise, ipotek ve monopolleşme gibi nedenlerden dolayı, zedelenen temel yerel girdilerin artırılması, daha fazla arz yönlü rekabet politikasını

güçlendirmeye yönelik temel işletme hizmetlerine duyulan gereksinim sonucu, tarımsal girişimciliğe ilişkin fırsatların beslenmesi çabasıdır (Özkan, 2003:21'den akt. Doğan, 2010: 43).

Girişimciler olmadığı takdirde ekonomiler yoksullaşır, zayıflar, eski üretim sistemleri, ürünler, hizmetler yerini yenilerine bırakamazlar(Akın, 2010:79).

2.3.5.2. Girişimcilik, Ekonomik Kalkınma ve Büyüme Arası Etkileşim

Girişimciliğin iktisadi kalkınma üzerinde olumlu bir rol oynadığına ilişkin ilk sistematik katkılar 20. Yüzyılın başında Avusturya İktisat Okulu tarafından yapılmıştır. Bu bağlamda özellikle Joseph Schumpeter 'in adını zikretmek kaçınılmazdır (Çokgezen, 2012: 17). Schumpeter, yeniliklerin devamlı ve birbirini izleyen bir biçimde ortaya çıkmayacağını aksine, birkaç yeniliğin bir arada ve beraberce ortaya çıkacağını düşünmüştür. Önde gelen girişimcilerin faaliyetleri nedeniyle krediler artacak, fiyatlar ve gelirler yükselecek ve refah artacak, böylelikle diğer girişimcileri de harekete geçirecek bir ortam oluşacaktır. Fakat bu olumlu gelişme devamlı olmayacaktır. Yaşanan bu canlılık (boom) dönemi, kendini frenleyecek unsurları da beraberinde getirecektir. Yükselen fiyatlar yatırımları engelleyecek ve yeni ürünler ile eski ürünler arasındaki rekabet, karları azaltacaktır. İş adamları borçlarını ödediği zaman, deflasyonist baskılar artacak ve bolluk dönemi (prosperity) yerini durgunluk (depression) dönemi alacaktır. Bunun içindir ki Schumpeter'e göre ekonomik dalgalanmalar, aslında ekonominin yeniliklere kendini uydurma sürecinden başka bir şey değildir. Ekonomik sistem, denge durumuna dönme eğiliminde olduğu halde yenilikler bu eğilimi kesintiye uğratar. Dolayısıyla ekonomik kalkınmayı sağlayan süreç, aynı zamanda konjktürel dalgalanmaları da yaratır (Savaş, 2000:834).

Yine Schumpeter' e göre, yenilikler olmazsa, ekonomik yaşam, durgun denge halinde kalacak, dairesel akımlar her yıl aynı kanallarda ve aynı büyüklükte devam edecektir. Bu durumda kâr ve faiz ortadan kalkacak ve servet birikimi duracaktır. Girişimci kâr elde etmek için yenilik yaratacak ve bu statik durumu ekonomik kalkınmanın dinamik sürecine dönüştürecektir. Geleneksel dairesel akımı değiştirerek, emek ve toprağı yatırıma kaydıracaktır. Dairesel akımın yarattığı tasarruf miktarı yeterli olmadığı için kredi kaynaklarına başvuracaktır. Böylece sistemin içinde, ekonomik kalkınmayı yaratan bir dinamik güç kaynağı oluşacaktır (Kinay, 2006: 28).

Yoğun girişimci dinamizmi ve hızlı ekonomik büyüme arasındaki ilişki, girişimciliğin ekonomik gelişmenin yakıtı olduğu, istihdam ve refah artışı oluşturduğu genel olarak kabul edilen bir konu durumuna gelmiştir. Bu kabule göre, girişimcilik ve yenilikler ekonominin yaratıcı sürecinin merkezinde bulunmakta, büyümeyi hızlandırmakta, verimliliği artırmakta ve yeni istihdam imkanları oluşturmaktadır. Girişimciler fırsatları hisseden ve yeni piyasalar oluşturabilmek için, yeni ürünler ve üretim süreçleri geliştirebilmek üzere risk alan insanlardır. Bu ifadelerden çıkarılacak netice girişimciliğin ekonomik gelişmede önemli bir rolünün olduğudur (Tosunoğlu, 2008: 152).

2.3.6. Girişimcilik Özellikleri ve Eğitim Arasındaki Etkileşim

2.3.6.1. Girişimcilik Eğitimi ve Önemi

Girişimcilik kültürünün oluşturulması, girişimciliğin öğretilmesi, etkin bir şekilde yayılmasında eğitim kurumları çok önemli bir işlev görmektedir. Eğitim kurumlarınca öğrencilerde girişimcilik bilincinin oluşturulmasına ve öğrencilerin girişimcilik yönlerinin geliştirilmesine yönelik çeşitli eğitimlerin verilmesi, iş dünyasından profesyonellerin pratik deneyimlerinden öğrencilerin yararlandırılmasına yönelik gerçekleştirilen uygulamalar ve bu uygulamalardan elde edilen veriler girişimcilik ve eğitim arasındaki ilişkinin çok güçlü olduğunu ortaya koymuştur (Yelkikalan ve diğerleri, 2010:54).

Değişen çevreye uyum sağlamak tüm canlıların varlıklarını devam ettirebilmeleri için temel koşuldur. Dolayısıyla dinamik bir çevrede yaşayan tüm canlıların başarılı olabilmeleri için ve rekabetçi avantaj elde edebilmeleri öğrenmeye bağlıdır. Öğrenmenin etkinlik ve rekabet aracı olarak benimsenmesi yaygınlaşmamıştır. Böylesi bir ortamda öğrenmenin anlamını ve önemini kavrayan girişimciler rakiplerine göre fark yaratacaklardır. Öğrenmeye açık ve öğrenmek için azimli olan girişimciler hem fikir sahibi olmadıkları iş konularında hem de deneyim elde ettikleri alanlarda kendilerini geliştirebilirler. Bu nedenle işletmesini geliştirmek isteyen girişimciler her zaman öğrenmeye açık olmalıdırlar (Yıldız, 2012: 22).

Girişimcilik eğitimlerinin sadece geleceğin iş dünyası açısından değil, aynı zamanda beşeri sermaye artışının sağlanması bakımından da önemli sonuçları bulunmaktadır. Söz konusu eğitimin farklı düzeylerde okul öncesinden başlayarak üniversitede devam etmesi,

girişimcilerin başarı ve kalitesini yükseltmesinin yanında, çalışanların verimliliklerinin artmasına, yeni teknolojilerin keşfedilmesine ve toplumda her alanda yenilikler yapılmasına katkılar sağlayacaktır (Cansız, 2013:22,23).

2.3.6.2. Girişimcilik Eğitiminin Amaçları

Girişimcilik eğitiminin amaçları şunlardır; (Raposo ve Paço'2011 den akt. Bozkurt Çetinkaya, 2011: 31,32)

- Girişimcilikle ilgili faydalı bilgiler edinmek,
- Tekniklerin kullanımıyla kapasite artışı, işletme durumunun araştırılması ve eylem planlarının oluşturulması,
- Girişimcilik yeteneklerini tespit etmek ve bu yetenekleri teşvik etmek,
- Girişimciliği bütün konularında desteklemek ve empati geliştirmek.
- Değişime dönük tutumları geliştirmek,
- Girişimciliğe yeni başlayanları ve diğer girişimcileri teşvikte bulunmak.

Girişimcilik eğitimlerinde öncelikle girişimcilere ve özellikle potansiyel girişimcilere genel itibari ile girişimciliğin desteklenmesi başarılı olması amacıyla girişimcilik zihniyetinin, bilincinin ve becerilerinin kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda girişimcilik süreci ve başarı faktörleri gibi genel bilgilerin yanı sıra eğitim sürecinde deneyimli ve başarılı girişimcilere eğitimci olarak yer verilerek onların bilgi ve tecrübelerinden yararlanılmalı, onların yanında çıraklık uygulamaları geliştirilmeli ve özellikle üniversitelerde girişimcilikle ilgili daha fazla ders okutulmalıdır (Ağca, 2007 den akt. Balaban ve Özdemir, 2008:137).

2.3.6.3. Girişimcilik Eğitiminin Özellikleri

Konumuz açısından eğitim-öğretim sisteminin ekonomik talebe cevap verebilmesi için bazı noktalar önem taşır. Birincisi sistemin yönlendirici yapıda kurulmasıdır. Gelişme için gerekli sayıda ve nitelikte insan gücüne gereksinme olduğuna göre; eğitimin her kademesinde insanları mesleğe hazırlayan programların bulunması, istihdam koşullarının bu programları çekici kılması ve eğitim sisteminin her öğrenciyi ilgisi ve yeteneği ölçüsünde ve doğrultusunda bu programlardan birine yönlendirecek biçimde yapılandırılması gerekir. Eğitim programının çekiciliğini etkileyen önemli bir faktör, her

programın daha üst düzeydeki öğrenim programına geçiş yolunun açık olması; eğitim diliyle yatay ve dikey geçişlere olanak tanınmasıdır. Çünkü bu geçişler fırsat eşitliği sağlar (Eyüpoğlu, 2007:19).

2.3.6.4. Yüksek Öğretimde Girişimcilik Eğitimi

Üniversiteler girişimciliğe dolaylı yani girişimcilerin eğitimi yoluyla, yine doğrudan yani araştırmaların sonuçlarının ticari hale dönüştürülmesi ve yeni işletmelerin kurulması için iş geliştirme merkezleri (inkübatör) olması yoluyla bu misyonunu yerine getirmektedir. Girişimci ya da geleceğin yenilikçi adaylarının üniversiteye yönelmeleri üniversiteler için büyük bir potansiyeli aynı zamanda girişimci ihtiyacını gidermede yükleneceği sorumluluğu ve üniversitelerin kalifiye yeteneklerini de ortaya koymaktadır. Aynı zamanda üniversitelerde yapılan araştırmalar diğer kurumlar tarafından kullanılacak yeni fikir ve icatların ticarileştirilmesinden önceki ilk tohumların olması açısından büyük bir başlangıcı ve bunu yapabilecek kurumu temsil etmektedir. Yapılan çalışmalar girişimcilik eğitimi almış öğrencilerin diğerlerine kıyasla iş kurma ve girişimci olma eğilimine daha yüksek derecede sahip olduklarını göstermektedir. Girişimcilik eğitim programları etkin şekilde girişimcilik eğilimi ve katılımını değiştirmektedir. Bundan dolayı, yapılan çalışma sonuçlarına göre, yeni iş kurmaya doğrudan etkinin yanı sıra, katılımcıların iş yaşamı boyunca yeni iş kurarak, mevcut çalıştıkları işletmede iç girişimcilik yaparak, işlerini daha etkin yöneterek veya diğer girişimcilere yardımda bulunarak dolaylı olarak tekrar ettiklerini göstermektedir (Yıldırım, 2008: 93,94).

Girişimciliğin önem kazanması ile, çoğu üniversite, girişimciliğe ilişkin dersler vermeye başlamıştır. İş geliştirme, iş planı hazırlama, strateji, inovatif ve yenilikçi düşünce, finans gibi farklı alanlarda derinlemesine teorik bilgi ve uygulamalı projeler içeren bu dersler, ilk etapta kişilerin sahip oldukları fikirleri hayata geçirmeleri için yol göstericidir. Öte yandan çoğu yeni başlayan şirket, yani startup, Dijital Çağ'da başarısızlık ihtimali ile karşı karşıyadır ve alınana dersler uygulamada dikkat edilmesi gereken inceliklerin yanı sıra, girişimcilik kültürü ve başarısızlığa karşı toleranslı olmayı da öğretmelidir (Özkaşıkçı, 2013: 167).

Ülkemiz dünyada girişimcilik potansiyeli ve eğilimi yüksek ülkeler arasında çok büyük bir imkana sahip bulunmaktadır. Bu potansiyellerin geliştirilmesi büyük ölçüde eğitim sistemimizin niteliğine bağlıdır. Eğitim sistemlerinin en önemli unsuru olan üniversite

öğrencilerinin girişimci ve atılgan potansiyellere sahip olması oldukça önemlidir. Önemli bir model olarak girişimci ve atılgan bir öğrenci profili, yenilikçi bir toplum açısından büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan üniversiteler de girişimcilik konusunda hizmet içi eğitim, seminer ve konferansların düzenlenmesi ve öğretim uygulamalarının yenilikçiliği destekleyen bir anlayışla düzenlenmesi faydalı olacaktır (Yılmaz ve Sünbül, 2009:201).

2.3.6.5. İlköğretim ve Ortaöğretim Programlarında Girişimcilik Eğitimi

Girişimcilik eğitimi programları yüksekokullar ve üniversiteler için oluşturuluyor olsalar da; ilköğretim ve ortaöğretim sistemlerine de eğilmek gerekli olmaktadır. Girişimciliğe eğilimi artırmada önemli olan nokta, eğitim-öğretim sistemine girişimcilik bakış açısından yaklaşmaktır (Eyüpoğlu, 2007:34).

Girişimcilik eğitimi bakımından, ilköğretim ve ortaöğretim programlarında, sınıf ortamında öğrencilerde girişimcilik ruhu oluşturmaya ve bunu canlı tutmaya yönelik modellere yer verilmesi önerilmektedir. Bu modellerin temel öğeleri; belirsizlik koşulları altında görev üstlenmeyi ve bunun için girişimde bulunmayı öğretmektir. Bu öğelerin bileşimi, öğrencilerin becerilerini ve temel özelliklerini bir araya getirerek, girişimci davranışı teşvik edecektir. Bu programlarda, eğitim süreci için de bir girişim kültürü oluşturma konusuna yoğunlaşılmaktadır (Eyüpoğlu, 2007: 34).

2.3.6.6. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri

KOSGEB, girişimciliğin teşvik edilmesi ve yeni girişimlerin ortaya çıkmasını sağlayabilmek amacıyla uygulamalı girişimcilik eğitimleri başlatarak sertifika almaya hak kazananlara da hibe vermeye başlamıştır. Tüm Türkiye’de yaygınlaşan ve büyük ilgi gören bu eğitimler özellikle genç girişimci adaylarını ve kadınları hedef almıştır. Ülkenin kalkınması ve sosyal açıdan gelişmesi için yeni girişimcilere büyük ihtiyaç vardır. Fikri olan, risk almaya istekli, fırsatları görebilen ancak sermayesi olmayan özellikle gençler ve kadınlar KOSGEB’in uygulamalı girişimcilik eğitimleri sayesinde kendi işlerini kurarak ülke ekonomisine katkıda bulunmaya başlamışlardır (Özdevecioğlu, 2014: 10).

2.4. Girişimcilik Potansiyeli

Girişimcilik potansiyeli, girişimcinin başarılı olabilme ihtimalidir. Burada başarı beklentisi girişimcinin azmi, enerjisi, mali gücü, bilgi ve tecrübe birikimi gibi özellikleri

ile bağlantılıdır. Başarı belki de büyük ölçüde genel ve yakın çevresel faktörlerin etkisi altında olsa bile, girişimcinin başarı beklentisi yani girişimcilik potansiyeli büyük ölçüde sahip olduğu yukarıda sözü edilen kişisel özelliklere dayalıdır (Alpkan, Keskin ve Zehir, 2002'den akt. Ören ve Biçkes, 2011: 74). Girişimcilik potansiyeli, girişimcinin vizyonunu ve misyonunu, değişimlerin ortaya çıkardığı fırsatları görmesini, algılamasını ve değerlendirmesini, başarma duygusunu, gerçekleştirmek istediği işi maddileştirirken sosyal çevresini dikkate almasını, organize etmesini (şebekeler kurmasını) ve harekete geçirmesini yansıtır (Ören ve Biçkes, 2011: 74).

2.5. Girişimcilikte Karşılaşılan Sorunlar

Girişimciler iş hayatına atıldıklarında birçok risk ve tehlikeyle karşı karşıya gelmektedirler. Bu engel ve kısıtlamaların üstesinden gelenler başarılı olmakta üstesinden gelemeyenler ise başarısızlığa uğramaktadırlar. Girişimciler gerek yatırım, gerek üretim ve gerekse de satış ve sonrasında birçok sorunları aşması veya çözmesi gerekmektedir (Kaya, 2007;91).

2.5.1. Girişimcilerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar

Finans fon veya sermaye, finansman, para, fon veya sermayenin sağlanmasıdır. Finansal yönetim ise faaliyetleri yürütmek için gerekli olan fonların, gerekli miktarda, zamanında en düşük maliyetle elde edilmesi ve en uygun şekilde kullanılmasıdır. Finansal yönetim kapsamında; firmanın değerini en yüksek düzeye çıkarmak için yatırım, finanslama ve temettü politikaları belirlenir (Bozacı, 2015: 153).

Finansal sorunlar işletmelerin kuruluş aşamasında öz sermaye yetersizliği olarak başlamakta ve uygun dış kaynak bulmada karşılaşılan sorunlar, yetersiz ve maliyeti yüksek krediler, enflasyon, döviz kuru ve diğer etmenlerle devam ederek özellikle küçük işletmeleri olumsuz yönde etkilemekte, işletmenin verimlilik ve rekabetini güçleştirmektedir (Yörük ve Ban, 2003:s.27'den akt. Uluyol, 2011: 63).

Sermaye kavramı, işletmenin kurulup işe başlaması için gereken parasal değeri ifade eden yatırım sermayesi ve işletme faaliyetlerine başladıktan ilk kazancını elde edinceye kadar geçen süre içerisinde yapılacak ödemeleri karşılamak için gereken işletme sermayesi olmak üzere iki kısımda incelenir. Girişimcilerin en önemli başarısızlık nedenlerinden biriside yetersiz sermayedir (Marangoz, 2012: 15,16).

Sermaye yetersizliği, işletmelerin atıl kapasite ile veya düşük kapasite ile çalışmalarına yol açabilmektedir. Gerekli araştırmalar özen gösterilmeden yapılarak işletme kurmak veya araştırma yapmayı yük olarak algılamak, sermaye yetersizliğine yol açacak en bariz nedenlerdendir. Böyle durumlarda sermaye, ya işe başlamadan ya da işe başladıktan sonra kâra geçmeden biter. Akabinde de yüksek maliyetlerle borçlanma ve ödeme güçlükleri ortaya çıkar. Bu nedenle yatırım sermayesinin ve işletme sermayesinin miktarı iş başlamadan önce doğru hesaplanmış olmalıdır (Demirel ve Akbıyık, 2009:53).

Yatırım yapmayı düşünmeyen girişimcilerin ana sebeplerinin başında devlet politikalarındaki değişmeler, döviz kurlarındaki değişmeler, kredi maliyetlerinin yüksekliği ve enflasyon oranındaki değişmeler gibi genel ekonomik ortam ile ilgili belirsizlikler gelmektedir (Çetindamar ve Pınarcıoğlu, 2002).

Girişimcilik yolu, stresli, tehlikeli, heyecanlı, riskli, zor ve ancak becerilerle doludur. Bu nedenle, cazibesi, heyecanı, onuru, başarı tadı, farklı olma duygusu büyüktür ve denemeye değerdir ve ne kadar zor olursa olsun imkansız değildir. Bu yol bir süreci, herkeste olmayan bir sürücü gücünü ve maceracı, inatçı, hayalci, vizyoncu bir girişimcilik gücünü gerektirir. Bu gibi özellikleri olan bireylerin ortaya çıkarılmasının ve girişimcilik ruhunun toplumsal olarak da yükseltilerek eğitilmesinde yarar vardır (Top, 2012 a :209).

2.5.2. Girişimcilerden Kaynaklanan Başlıca Sorunlar

Girişimcilerin kendilerinden kaynaklanan başlıca sorunlar: (Akpınar, 2009: 67-68)

- Girişimcinin yeterli eğitim almamış olması,
- Girişimcilerin girişimcilik eğilimlerinin yetersiz olması,
- Girişimcilerin girişimcilik dışında başka iş seçeneklerinin olmaması,
- Girişimcilerin girişimcilik için ideal yaş düzeyinde olmaması,
- Girişimcinin iş sahibi olmanın gerektirdiği yetenek ve sorumluluğu yeterince taşınamaması.
- Girişimcinin iş hayatının zorluklarına ve stresine dayanma gücünün olmaması,
- Girişimcinin yeterli sermayesinin olmaması,
- Girişimcinin işini sevmemesi ve işine ilgi duymaması,
- Girişimcinin yöneticilik yeteneğinin bulunmaması,
- Girişimcinin amaç ve hedefinin belli olmaması,

- Girişimcinin girişimcilik eğitimi almaması,
- Girişimcinin kararlı olmaması,
- Girişimcinin katlanacağı risklerin farkına varamaması,
- Girişimcinin iş başarma yeteneklerinin olmaması,
- Girişimcinin öz güven yetersizliği,
- Girişimcinin sadece sze dayalı iş yapması, yazılı anlaşma yapma alışkanlığının olmaması,
- Girişimcinin bireysel güven eksikliği, banka sistemiyle çalışmaması ve yabancı kaynak kullanımında çekincen davranması,
- İş fikirlerini geliştirme ve uygulamada yetersiz olma,
- Girişimcilik konusundaki bilgi ve tecrübenin eksik olması,
- Girişimcinin aile ve evre desteğinden yoksun olması.

Girişimci, kendi yetenek, beceri ve zaaflarını dışarıdan ve tarafsız gözle bakarcasına tespit edemediği takdirde, hayat ve iş mücadelesine “yenik” başlaması kaçınılmazdır. Çünkü kendini tanıyamadığında, zaaflarını giderecek, becerilerini geliştirecek yol ve yöntemleri bulamayacaktır (Demir, 2015: 114).

BÖLÜM. 3: GİRİŞİMCİLİK VE KOBİLER

3.1. KOBİ Kavramı

KOBİ'lere yönelik çalışan kurumların her biri kendine göre bazı tanımlar yapabilmektedir. Tanımlardaki sınırlar, genellikle ülkelerin ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değişmektedir. Bu nedenle, KOBİ deyimi, hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşıyabilmektedir. Diğer ülkelerde olduğu gibi tüm bu tanımlamalarda kullanılan ölçüt, bir iktisadi teşebbüste istihdam edilen kişi sayısıdır (Akgemici, 2001: 6). Bu bilgiler ışığında bazı KOBİ tanımları aşağıdaki gibidir;

Küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ): İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan ve bu yönetmelikte mikro, işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimleri veya girişimleri (Kosgeb, 2005: 4778-1). KOSGEB, KOBİ'leri aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır;

- a. Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.
- b. Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.
- c. Orta büyüklükteki işletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler (Kosgeb, 2005-4778-2).

KOBİ'ler, genellikle az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile çalışan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilir. KOBİ'ler tam zamanlı veya yarı zamanlı, evden yönetilen, işletme sahibinin yaşam standardını yükselten, personel ve sermayenin kişiler veya aile bireyleri tarafından karşılandığı işletmelerdir. Girişimcinin yaşam standardını yükseltmek amacıyla kurulan bu işletmeler, genellikle büyümek için kurulmazlar. Başka bir deyişle, KOBİ'lerin büyük bir çoğunluğu düşük büyüme hızına sahiptir. Bununla beraber, girişimcilerin yaşam standardını yükseltmek

amacıyla, küçük olarak kurulmuş çok hızlı büyümüş, uluslararası faaliyet gösteren işletmeler de vardır (Ceylan ve Anbar, 2014:122).

3.2. KOBİ'lerin Önemi

Bir ekonomide, ölçeği ne olursa olsun, işletmelerin faaliyetlerini birbirinden bağımsız bir şekilde sürdürebilmesi mümkün değildir. Sosyal hayatta insanların birbirine muhtaç halde olması gibi, işletmeler de birbirleri ile ilişki içerisindedirler ve olmak zorundadırlar. Bu ilişkiler, teknik olarak “ileri-geri bağlantılar” şeklinde ifade edilmektedir. İşletmeler, bu bağlantılar sayesinde varlıklarını devam ettirir ve gelişmelerini temin ederler. Dolayısıyla KOBİ'lerin de bu çerçevede içinde ele alınması gerekir (Yurttadur, 2011:27).

Bir ekonomiye kazandırdığı dinamizm ile o ekonominin canlılığının barometresi olan küçük ve orta ölçekli işletmeler, tarihsel gelişim süreci içinde her geçen gün önem kazanmışlar ve günümüzde tüm ekonomilerde en önemli bileşen (komponent) olmuşlardır. Çünkü küçük ve orta ölçekli işletmeler yalnızca büyük işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretip onları rekabetçi ortama çekerek ekonomiye canlılık kazandıran firmalar değil, aynı zamanda büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamul girdileri üreterek onların gelişimini de tamamlarlar. Böylece ekonomide bir “yan sanayi” oluşturarak büyük işletmelerle bir ortak yaşam (symbiosis) kurarlar. Görüldüğü gibi küçük ve orta ölçekli işletmeler ekonomik kalkınmaya bir yandan kendi başlarına büyüklerle rekabet içinde nihai ürün veya hizmet üreterek katkıda bulunurken, diğer yandan da büyük işletmeleri tamamlayarak birlikte katkıda bulunurlar (Sarıaslan, 1994: 22).

Günümüzde teknolojik gelişmeler gittikçe hızlanırken, ürünlerin hayat süreleri kısalmaktadır. Böylece tercihlerin hızlı değişimine ayak uydurabilmek ve piyasaya zamanında girmek önemli hale gelmiştir. Esnek bir üretim yapısına sahip olan KOBİ'ler, ekonomik sistemin vazgeçilmez temel ekonomik birimleri olarak ortaya çıkarken, daha önceleri farkında olunmayan hatta tahmin dahi edilmeyen yeni iş alanları doğmaktadır. Bunda “KOBİ'lerin Pazar yerine yakın ve pazardaki değişmelere hızlı ve akılcı tepki göstererek, hayatlarını sürdürmeleri de etkili olmaktadır (Demirdöğen, 2001,s.9' dan akt. Tutar ve Küçük, 2003: 208).

KOBİ'ler ülkemizin ekonomik ve sosyal yapısına uygun kuruluşlar olmaları nedeniyle, geçmişte olduğu gibi, gelecekte de sistemdeki yerlerini ve önemlerini korumaya devam edeceklerdir. Ancak, bu işletmelerin önemini vurgulamak, hiçbir zaman büyük işletmelerin önemini inkar etmek anlamına gelmemektedir. Aksine belli işkollarında büyük firmaların varlığı ve gelişmesi hem doğal bir olgudur, hem de küçük firmaların varlığı için bir zorunluluktur. Bunun en iyi örneği otomotiv sanayidir. Motorlu taşıtlar üreten büyük firmalar olmasaydı, bugün ülkemizde ürettiklerini dış pazarlara satabilen, çoğu KOBİ niteliğindeki firmalardan oluşan otomotiv yan sanayinin var olması da düşünülemezdi (Çelik, Akgemici ve Şimşek, 2013: 178).

3.2.1. Girişimcilik ve KOBİ'ler Arası İlişki

Girişimci, en genel tanımıyla mal veya hizmet üretmek amacıyla üretim faktörlerini bir araya getiren, risk üstlenen kişidir. Kurulan her KOBİ'nin arkasında bir girişimci ruh yatar. Zaten işletme kurmanın miras, başka fırsatların yokluğu gibi çeşitli nedenleri olmakla birlikte günümüzde işletme kurmanın en önemli nedeni girişimcilik güdüsüdür (Tutar ve Küçük, 2003:196-197.)

Girişimcilik kültürünün diğer temellerinden biri de girişimcinin “küçük olsun benim olsun” mantığıdır. Bu yüzden girişimcilik ruhunun en önemli unsuru bağımsız çalışmak ve kendi iş yerini kurmak arzudur. Zaten günümüz KOBİ'lerinin önem kazanmasının en büyük nedeni girişimcilik ruhuna sahip bireylerin emeklerini satmak yerine bizzat kendi işlerini kurma arzularını faaliyete dökmelerinden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda girişimcilik kültürüne sahip olan bireyler sadece kendi işletmelerinin başarılarına değil, bir çok yerde yörenin ekonomik başarısına katkıda bulunurlar. Bu yüzden girişimcilik kültürüne sahip olan kişiler mutlaka dümenin başında oturmalıdırlar (Çelik ve Akgemici, 1998: 37). Görüldüğü gibi kişilerde olan girişimcilik özellikleri, kişileri başkalarının yanında bir ücret karşılığı çalışmak yerine kendi işlerini kurmaya yönlendirmekte ve böylece piyasada küçük ve orta ölçekli işletmeler artmaktadır. Bu bağlamda görüldüğü üzere girişimcilik ve küçük ve orta ölçekli işletmeler arasında çok önemli bir ilişki mevcuttur.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerde ücret karşılığı çalışan birçok iş gören gerekli bilgi, deneyim ve becerileri elde ettikten sonra işlerini bırakarak kendi girişimlerini kurma yoluna gitmektedirler. Bunun anlamı KOBİ'lerin birçok kişi için bir inkubator rolünü

üstlenmiş bulunmasıdır. Bu kuruluşlar genelde girişimci özellikler taşıyan kişilerin yetiştirilme, yöreklendirilme ve kendilerini kurmalarına katkıda bulunan bedelsiz birer eğitim ve hizmet birimi niteliğindedirler (Gürol, 2006: 326). Bir önceki paragrafta, girişimcilerin küçük ve orta ölçekli işletmelerin kuruluşlarındaki kurucu olarak etkilerine değinmiştik. Bu paragrafta da küçük ve orta ölçekli işletmelerin girişimcilerin yetiştirilmesindeki çok önemli katkılarına değinmekteyiz. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin yetiştirdiği bu girişimciler aynı zamanda bir küçük ve orta ölçekli işletme kurarak tekrar küçük ve orta ölçekli işletmelerin kurulup gelişimine katkı sağlarlar. Bu durum girişimcilikle, küçük ve orta ölçekli işletmeler arasındaki ilişkiyi belirgin olarak göstermektedir.

Küreselleşen dünya da artık ülke kalkınmasında çok büyük kuruluşlar değil küçük ve orta ölçekli kuruluşları kuranları desteklemek, onlara imkanlar ve fırsatlar temin etmek, onların büyümelerine ve küresel marka olmalarına yardım ve destek vermek daha kolay yol olmaktadır. Bu bağlamda son olarak girişimciliğin teşvik edilmesi ülke insanını onurlandırmakta, kendine güvenin gelişmesini sağlamakta, insanlarda var olan yaratıcı düşüncenin ortaya çıkmasını temin etmekte, insanlara inisiyatif vermek onların cesaretlenmesine yol açmaktadır. Böylece hem yerel hem bölge hem de ülke kalkınması bu yolla sağlanmaktadır. Zira günümüzde artık kalkınma anlayışı yerelden başlayıp küresele doğru gitmekte ve sonunda küresel entegrasyonu yakalayan kuruluşlar önemli ve etkin hale gelebilmektedirler. Bu süreci etkin hale getirecek kişiler ise o ülkenin girişimci gücü ve potansiyeli yüksek insanlar olacaklardır. Bu insanlar sayı itibarıyla ne kadar fazla, donanım itibarıyla ne kadar yüklü iseler bu süreç çok çabuk bir biçimde gerçekleşecektir (Kaya, 2007: 32,33). Ülke kalkınmasında küçük ve orta ölçekli işletmeler birlikte önemli bir rol oynamaktadırlar. Bu aynı zamanda girişimciler ve küçük ve orta ölçekli işletmeler arasındaki ilişkinin bir başka biçimidir.

KOBİ'ler hem girişimcilik potansiyeli hem de çalışanların kişisel becerilerini ön plana çıkarması sonucu, yeni fikirlerin ortaya çıkmasında ve ekonomik ürünlere dönüştürülmesinde önemli avantajlara sahiptir (Yörük ve Ban, 2003: 16). Buradan da anlaşıldığı üzere KOBİ'ler, girişimcilerin girişimcilik özelliklerini kullanabilecekleri ortamlar oluşturmakta ve girişimciler bu ortamlardan yararlanarak yenilik içeren fikirlerini ekonomik ürünlere çevirme fırsatları yakalamaktadırlar.

Yöneticiliğin profesyonel olmadığı KOBİ'lerde işletme sahipleri yani girişimciler kendi tarzlarını doğrudan işletmeye yansıtırlar. İşletmecilik sadece para kazanmak demek değildir. İçinde yaşadığımız bilgi çağının gereği kurumsallaşmak ve bilgiyi yönetmektir. Bilgiye sürekli sahip olmak ve yönetebilmek günümüzün en önemli rekabet faktörlerinden biridir. Bu anlamda girişimcilere düşen sorumluluk işletmelerini kurumsallaştırmaları ile bilgi yönetimini bir değer olarak katmalarıdır (Acuner, 2002: 385'den akt. Çukacı, 2009: 77).

Girişimci kültürün gelişmesi için gerekli sinerjinin ortaya çıkmasını ancak ekonomik ve toplumsal nitelikleri itibarıyla uygun bir toplumsal bağlam mümkün kılabilir. Söz konusu sinerjiyi üretecek toplumsal bağlamın oluşması ise, KOBİ'lerin yaygınlık düzeyiyle ilişkilidir. Ancak, toplumun, girişimciliği belli bir yaygınlık düzeyine ulaşmış KOBİ'ler üzerinden kavraması ve KOBİ'lerin toplum üzerinde girişimciliğe yönelim doğrultusunda uyarıcı bir etki oluşturmaları, bu işletmelerin toplumla etkileşimlerinin uygun koşullarda gerçekleşmesine de bağlıdır. Tam da bu noktada KOBİ'lerin toplumla olan ilişkilerini sosyal sorumluluk anlayışı temelinde kurmaları ana koşul olarak belirmektedir. Aslında, günümüzde sosyo-ekonomik ilişkiler sistemi, çeşitli türden toplumsal sorunlara, farklı toplum kesimlerinin çıkarlarına, tüketicinin ve emeğin haklarına ve çevreye duyarlı olmayı esas almaktadır. Dolayısıyla Schulze'un vurguladığı gibi, işletme amacıyla ilgili olarak, sadece en çok kâr şeklindeki tek boyutlu formülasyonun geçerliliği toplumsal yaşamın gerçekleri ile bağdaşmamaktadır (Schulze, 1997: 39'den akt. İlhan, 2006 a: 279).

Bu bilgiler ışığında; KOBİ'ler ve girişimciler pek çok konuda karşılıklı olarak bir birleriyle etkileşim içerisindedirler diyebiliriz.

BÖLÜM.4: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA SAKARYA ÜNV. SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

Bu bölümünde araştırmanın amacı, kapsamı, önemi, yöntemi, sınırlılıkları, örnekleme, hipotezleri ve bulguları hakkında bilgiler verilmiş olup, veriler SPSS programında analiz yapılarak elde edilen bulgular yorumlanmış ve çıkan sonuçlar açıklanmıştır.

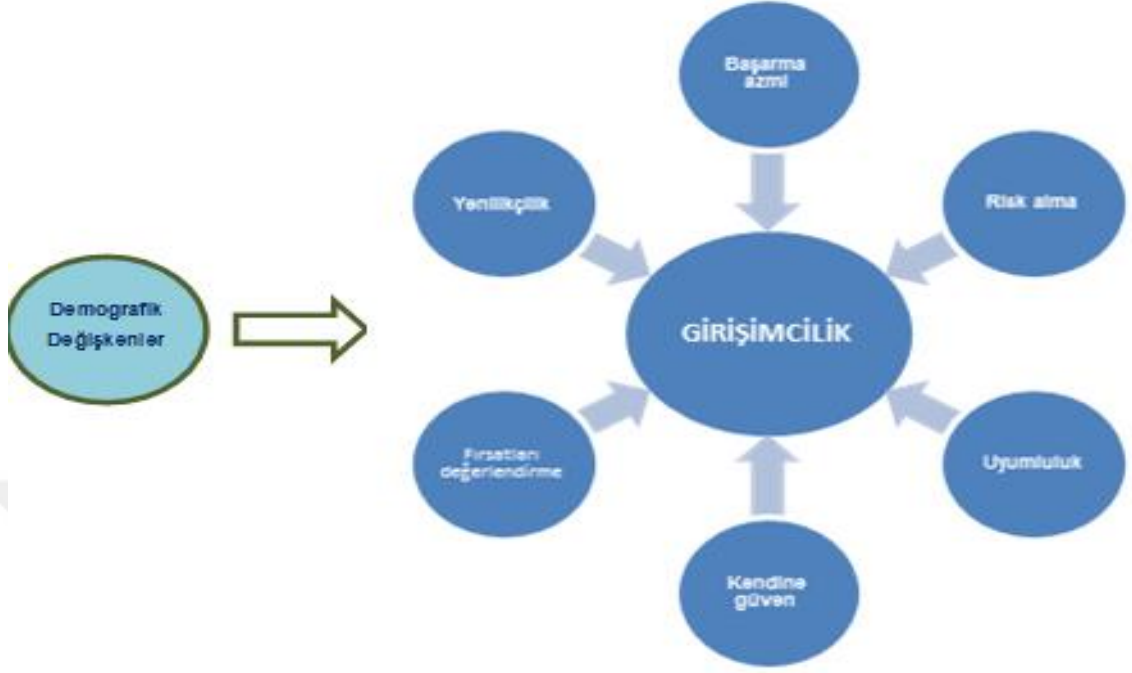
4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

Bu çalışmada Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin incelenmesi ve bu özelliklerin nelerden etkilendiğinin araştırılması amaçlanmıştır.

Bu araştırma; Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde 2015-2016 eğitim ve öğretim döneminde öğrenim gören üniversite öğrencilerini kapsamaktadır.

Girişimciler; yenilikçi olma, risk alabilme, kendine güvenme, iş ahlakına sahip olma, değişen koşullara uyum sağlayabilme, çalışkan olma, olaylara stratejik açıdan bakabilme, vizyon sahibi olma, belirsizliğe karşı toleranslı olma, yüksek başarıma istek ve arzusuna sahip olma gibi ve benzeri özelliklere sahip olmaları nedeniyle, piyasalardaki fırsatları iyi sezinleyerek, piyasalarda rekabet edebilme gücüne sahip mal ve hizmet üretebilmektedirler. Günümüz ekonomilerinde yurt içi ve yurt dışı piyasalarda rekabet edebilir mal ve hizmet üretebilme gücü, ülkelerin makroekonomik yapısı ve toplumsal yapısına önemli katkılar sunmaktadır. Girişimcilik ekonomik ve sosyal açısından bu kadar önemli olduğuna göre girişimcilik konusunda araştırma yapılması, toplumdaki girişimcilik eğilimlerinin geliştirilmesi ve girişimci birey sayısının artırılması bakımından önemlidir. Üniversite öğrencileri girişimcilik açısından büyük potansiyele sahiptirler. Bu nedenle, üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin araştırılması sonucunda elde edilen verilerin analiz edilerek yorumlanması neticesinde ortaya çıkan bulgular, günümüzde güncel bir konu olan girişimciliğin toplumdaki gelişimi açısından büyük önem arz etmektedir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Modeli



Şekil 1: Araştırma Modeli.

Bu araştırmanın modeli; demografik değişkenlerin girişimciliğe direk etkisi ile demografik değişkenlerin girişimciliği oluşturan faktörlere, bu faktörler üzerinden girişimciliğe etkisi ve girişimciliği oluşturan faktörler araştırılmıştır.

Bu çalışmada verilerin toplanması için, sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan yüz yüze anket uygulaması yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma için kullanılan anket iki ayrı bölüme ayrılmıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik bilgilerini içeren; yaş, cinsiyet, medeni durum, kardeş sayısı, ailede kaçınıcı kardeşiniz, hangi bölümde okuyorsunuz, hangi sınıftasınız, anne ve babanın eğitim düzeyi, bu yaşa kadar herhangi bir işte çalıştınız mı, ailenizde birinci derece yakınlarınızda kendi işini yapan var mı, kimseye paylaşmadığınız kendinize ait olan bir iş fikriniz var mı, kariyer hedefi olarak ne yapmayı düşünüyorsunuz gibi on iki ayrı soru bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde katılımcıların girişimcilik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak otuz altı sorudan oluşan 5'li Likert tipi ölçek bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde yer alan bu ölçekte ifadelerin ölçülmesi, 1-Hiçbir Zaman, 2-Nadiren, 3-Bazen, 4-Sık Sık, 5-Çok Sık olarak ölçeklendirilmiştir. Anketin ikinci bölümünde yer alan 36 sorudan oluşan 5'li Likert tipi ölçek, Prof. Dr. Ercan YILMAZ ve Prof. Dr. Ali Murat SÜNBÜL'ün, Selçuk

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinde yer alan, “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi” adlı çalışmalarından değişiklik yapılmadan alınmıştır. Çalışmada kullanılan anket, Sakarya Üniversitesi Etik Kurulu onayından geçtikten ve Sakarya Üniversitesi Rektörlüğünden gerekli resmi izinler alındıktan sonra uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket, elde edilen değerler ve girişimciliği ölçen sorular için yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. (Cronbach Alpha = 0,927).

Uygulanan bu ankettten elde edilen veriler SPSS programı ile %5 anlamlılık düzeyinde analiz edilmiştir. Verilerin sunumunda öncelikle demografik bilgilere yer verilmiştir. Ardından çalışmaya katılanların girişimcilik ile ilgili düşünceleri değerlendirilmiştir. Girişimciliğe ilişkin sorular Likert Ölçeği tipinde hazırlandığı için bu sorulara verilen yanıtların incelenmesinde Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Faktör analizi sonucunda girişimciliği oluşturan faktörler belirlendikten sonra demografik değişkenlerin girişimcilik faktörleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Hipotezler doğrultusunda elde edilen verilerin incelenmesinde t-test, Ki-Kare Testi, ANOVA, Faktör Analizi, Güvenilirlik Testi, Pearson Korelasyon Testi, Friedman Testi ve Post-Hoc testlerden LSD kullanılmıştır. Bu testlerden elde edilen bulgular analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Bazı katılımcıların, anket sorularını cevaplandırırken isteksiz davranma, sıkılma, anketi önemsememe ve kendilerine ait bazı özel nedenlerden dolayı, anket sorularını iyi okuyup anlayamama veya soruları farklı anlama ihtimalleri bulunmaktadır. Bu durum anket sorularının ne düzeyde anlaşıldığı ve anket sorularına derecede sağlıklı cevaplar verildiği sonucunu doğurmaktadır. Bu durum çalışma için önemli bir kısıt oluşturmaktadır.
2. Yapılan bu araştırma, yalnız ankette bulunan sorularla ve çalışma sonucu elde edilen verilerle sınırlıdır. Elde edilen verilerin sınırlı olması nedeniyle sonuçlar genellenemez. Bu da çalışmanın bir diğer kısıtıdır.
3. Zamanın kısıtlı olması ve maddi imkanların yetersiz olması nedeniyle araştırma yalnız, Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi öğrencilerine uygulanabilmiştir. Araştırma sonuçları yalnız araştırmanın yapıldığı fakültenin öğrencilerini kapsamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmadan çıkan sonuçlar diğer

üniversite öğrencilerine genellenememektedir. Tüm üniversite öğrencilerini kapsamaması ancak daha büyük çalışmalarla mümkün olacaktır. Bu da araştırma için çok önemli bir kısıttır.

4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini; Sakarya Ün. Siyasal Bilgiler Fakültesinde 2015-2016 eğitim, öğretim döneminde öğrenim gören üniversite öğrencileri olmaktadır. Bu dönemde Sakarya Ün. S.B.F’de 6983 öğrenci bulunmaktadır. (Öğrenci mevcudu; Sakarya Ün. Öğr. İşl. Daire Bşk’nın 27.05.2016 tarih ve E-7217 sayılı yazısından alınmıştır)

Araştırma esnasında okula gelen öğrencilere yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması esnasında okula gelen tüm öğrencilere ulaşılmaya çalışılmış ve ankete katılımın yüksek olması için büyük çaba sarf edilmiştir. Ancak anket sorularını cevaplandırmak tamamen katılımcının isteğine bağlı olduğu için pek çok öğrenci anket sorularını cevaplandırmak istememiştir. Örnek evrende bulunan 514 öğrenci ankete katılmayı kabul etmiş ve anket formunu doldurmuştur. Bu anketlerden 481’i geçerli bulunmuş ve analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın örneklemini Sakarya Ün. S.B.F.’de öğrenim gören 481 öğrenci oluşturmaktadır. Tablo-1’de bölümler ve sınıflar itibariyle ankete katılan öğrenci sayıları gösterilmektedir.

Tablo 1

Bölümler ve Sınıflar İtibariyle Ankete Katılan Öğrenci Sayıları

Bölüm/Sınıf	1.Sınıf	2.Sınıf	3.Sınıf	4.Sınıf	Toplam
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü	9	33	18	13	73
Ekonometri Bölümü	1	5	11	0	17
İktisat Bölümü	9	29	42	50	130
Maliye Bölümü	10	29	16	28	83
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü	18	42	26	20	106
Uluslararası İlişkiler Bölümü	14	32	14	12	72
Toplam Öğrenci Sayıları	61	170	127	123	481

4.5. Araştırmanın Hipotezleri

H1a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kardeş sayıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların kardeş sayıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların ailede kaçınıcı kardeş oldukları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların ailede kaçınıcı kardeş oldukları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların annelerinin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların annelerinin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların babalarının eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5b: Girişimcilik faktörleriyle, çalışmaya katılanların babalarının eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H6a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H6b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H7a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların 1. derece yakınları arasında kendi işini yapanların olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H7b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların 1. derece yakınları arasında kendi işini yapanların olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H8a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kendilerine ait bir iş fikirlerinin olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H8b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların kendilerine ait bir iş fikirlerinin olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H9a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kariyer hedefleri; ücretli çalışmak veya kendi işini kurmak arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H9b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların kariyer hedefleri; ücretli çalışmak veya kendi işini kurmak arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4.6. Analizler ve Bulgular

Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini araştırma ve demografik yapının girişimciliğe etkisini belirlemek amacıyla yapılan anket çalışması ile geçerli 481 anket üzerinden çalışmalar yürütülmüştür. Elde edilen veriler SPSS programı ile %5 anlam düzeyinde ($p < 0,05$) analiz edilmiştir. Verilerin sunumunda öncelikle demografik bilgilere yer verilmiştir. Ardından çalışmaya katılanların girişimcilik ile ilgili düşünceleri değerlendirilmiştir. Girişimciliği oluşturan faktörler belirlendikten sonra demografik değişkenlerin girişimcilik faktörleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sonuçlar özet tablolar ve grafiklerle sunulmuştur.

Hipotezler doğrultusunda elde edilen verilerin incelenmesinde t-test, Ki-Kare Testi, ANOVA, Faktör Analizi, Güvenilirlik Testi, Pearson Korelasyon Testi, Friedman Testi ve Post-Hoc testlerden LSD kullanılmıştır. Analizlerin sunumu esnasında şu kısaltmalar kullanılmıştır: *sd-serbestlik derecesi*, *n-gözlem miktarı*, *p-anlamlılık seviyesi*, *r-korelasyon katsayısı*, χ^2 -ki kare katsayısı.

4.6.1. Demografik Özelliklerle İlgili Bilgiler

Ankete katılan kişilerin demografik yapıları Tablo-2’de gösterilmektedir. Ankete 231’i erkek (%48) ve 250’si kadın (%52) toplam 481 kişi katılmıştır. Tablo-2’de ifade edildiği gibi çalışmaya katılanların %60,1’i 20-22 yaş arasında yer almaktadır. %33,5’i 2 kardeş ve %29,1’i de 3 kardeşli bir aileye sahiptirler. Öğrencilerin % 36,8’i en küçük, %23,5’i ortanca ve %34,1’i en büyük kardeş konumundadır.

Annelerinin eğitim düzeyi olarak incelendiğinde öğrencilerin %43,2'sinin annesinin ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, öğrencilerin babalarının %32,8'i lise mezunudur. Bununla birlikte öğrencilerin %75,1'i daha öncesinden herhangi bir işte çalıştığını belirtmiştir. %64,4'ünün de birinci derece yakınları kendi işini yapmaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %54,3'ü kendilerine ait bir iş fikri olmadığını belirtirken, %54,1'i de kendi işini kurmak gibi bir kariyer hedefi vardır.

Tablo 2
Demografik Bilgiler

		n	%	Test
Cinsiyet	Erkek	231	48,0	$\chi^2=0,75$ sd=1 p=0,386
	Kadın	250	52,0	
Yaş	19 ve altı	57	11,9	$\chi^2=363,97$ sd=3 p=0,000
	20-22	289	60,1	
	23-25	121	25,2	
	26 ve üzeri	14	2,9	
Medeni durum	Evli	2	0,4	$\chi^2=473,03$ sd=1 p=0,000
	Bekar	479	99,6	
Kardeş sayısı	1	27	5,6	$\chi^2=220,90$ sd=5 p=0,000
	2	161	33,5	
	3	140	29,1	
	4	87	18,1	
	5	32	6,7	
	6 ve yukarı	34	7,1	
Kaçıncı kardeş	Ailenin tek çocuğuyum	27	5,6	$\chi^2=115,45$ sd=3 p=0,000
	En küçük kardeşim	177	36,8	
	Ortanca kardeşim	113	23,5	
	En büyük kardeşim	164	34,1	
Annenin eğitim düzeyi	Hiçbir okul bitirmedi	26	5,4	$\chi^2=225,19$ sd=4 p=0,000
	İlkokul	208	43,2	
	Ortaokul	109	22,7	
	Lise	105	21,8	
	Üniversite	33	6,9	
Babanın eğitim düzeyi	Hiçbir okul bitirmedi	5	1,0	$\chi^2=148,39$ sd=4 p=0,000
	İlkokul	121	25,2	
	Ortaokul	126	26,2	
	Lise	158	32,8	
	Üniversite	71	14,8	
Şu ana kadar herhangi bir işte çalıştınız mı?	Evet	361	75,1	$\chi^2=120,75$ sd=1 p=0,000
	Hayır	120	24,9	
1. derecede yakınlarımızda kendi işini yapan var mı?	Evet	310	64,4	$\chi^2=40,17$ sd=1 p=0,000
	Hayır	171	35,6	
Kendinize ait olan bir iş fikriniz var mı?	Evet	220	45,7	$\chi^2=3,49$ sd=1 p=0,062
	Hayır	261	54,3	
Kariyer hedefi	Ücretli çalışmak	221	45,9	$\chi^2=3,16$ sd=1 p=0,075
	Kendi işimi kurmak	260	54,1	

Analizlere başlamadan önce anketin güvenilirliği test edilmiştir. Elde edilen değerler, girişimciliği ölçen sorular için anketin yüksek bir güvenilirliğe (%80'in üzerinde) sahip olduğunu göstermektedir. (Cronbach Alpha = 0,927)

4.6.2. Faktör Analizi ve Faktör Analiz Sonuçları

Girişimciliğe ilişkin sorular Likert Ölçeği tipinde hazırlandığı için bu sorulara verilen yanıtların incelenmesinde Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Ancak, Faktör Analizinin yapılabilmesi için ilk önce örneklem yeterliliğine bakılmış ve verilerin faktör analizine uygun olup olmadıkları incelenmiştir. Bu inceleme için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Testleri sonuçlarına bakılmıştır. Uygulanacak olan faktör analizleri için kullanılan KMO testinin neticesi 0,921 olarak bulunmuştur. Bartlett Küresellik Testi neticesi de istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır ($\chi^2=6097,19$; $p=0,000<0,05$). Bu nedenle, analiz için örneklemin yeterli olduğu ve faktör analizine uygun olduğu neticesine varılarak faktör analizine devam edilmiştir. (Tablo-3)

Tablo 3
Örneklem Yeterliliği Testi Sonuçları

	Girişimcilik
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği	0,921
Serbestlik Derecesi	630
Bartlett Testi (χ^2)	6097,19
Anlamlılık (Sig.)	0,000

Girişimciliği oluşturan alt faktörleri elde etmek için yapılan faktör analizinde, dikey döndürme yöntemlerinden Varimax yöntemi uygulanarak 6 faktör elde edilmiştir (Tablo-4). Bu altı faktör toplam varyansın %49,61'ini açıklayabilmektedir. Her faktörü oluşturan değişkenlerin istatistiksel değerleri ve her faktörün kendisine ait güvenilirlik seviyesi ile açıkladığı varyans oranı da Tablo-4'te gösterilmektedir

Elde edilen ilk faktör olan “Fırsatları Değerlendirme” toplam varyansın %28,81'ini açıklayabilmektedir. “Yenilikçilik” olarak isimlendirilen ikinci faktörün toplam varyans içindeki oranı ise %5,60'tır. Üçüncü faktör olan “Risk Alma” toplam varyansın %4,48'ini, dördüncü faktör olarak belirlenen “Başarma Azmi” toplam varyansın %3,74'ünü, beşinci faktör “Kendine Güven” başlığıyla toplam varyansın 3,67'sini ve altıncı faktör olarak belirlenen “Uyumluluk” da toplam varyansın %3,31'ini

açıklamaktadır. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinde faktör analiz sonuçlarına göre girişimciliği oluşturan 6 faktörün güvenilirlik düzeyleri de yüksek çıkmıştır. Elde edilen ilk faktör olan “Fırsatları Değerlendirme” faktörünün güvenilirlik düzeyi %83,2 dir, elde edilen ikinci faktör olan “Yenilikçilik” faktörünün güvenilirlik düzeyi %82,4 tür, elde edilen üçüncü faktör olan “Risk Alma” faktörünün güvenilirlik düzeyi %74,5 tir, elde edilen dördüncü faktör olan “Başarma Azmi” faktörünün güvenilirlik düzeyi %72,5 tir, elde edilen beşinci faktör olan “Kendine Güven” faktörünün güvenilirlik düzeyi %71,8 dir, elde edilen altıncı faktör olan “Uyumluluk” faktörünün güvenilirlik düzeyi %70,7 olarak ölçülmüştür. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin faktör analiz sonuçlarına göre girişimciliği oluşturan 6 faktörün öz değer sonuçları; Elde edilen ilk faktör olan “Fırsatları Değerlendirme” faktörünün öz değer sonucu 10,37 dir, elde edilen ikinci faktör olan “Yenilikçilik” faktörünün öz değer sonucu 2,02 dir, elde edilen üçüncü faktör olan “Risk Alma” faktörünün öz değer sonucu 1,61 dir, elde edilen dördüncü faktör olan “Başarma Azmi” faktörünün öz değer sonucu 1,34 tür, elde edilen beşinci faktör olan “Kendine Güven” faktörünün öz değer sonucu 1,32 dir, elde edilen altıncı faktör olan “Uyumluluk” faktörünün öz değer sonucu 1,19 olarak ölçülmüştür.

Tablo 4
Girişimcilik İçin Faktör Analizi Sonuçları

GİRİŞİMCİLİK FAKTÖRLERİ	Faktör Yüğü	Ort.	Std. Sapma
Fırsatları Değerlendirme (Özdeğer = 10,37 ; Açıklanan Varyans= %28,81 ; Cronbach α = 0,832)			
İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.	0,615	3,91	0,92
Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.	0,600	3,87	0,84
Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.	0,582	3,81	0,84
Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	0,573	4,02	0,92
İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim	0,566	3,95	0,86
İşimi severek ve azimle yaparım	0,547	4,15	0,78
İşimde ve çalışmalarımdaya ortaya çıkan değişimlere açığımdır	0,518	3,85	0,87
Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	0,455	3,92	0,86
İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür	0,454	3,94	0,88
Yenilikçilik (Özdeğer = 2,02 ; Açıklanan Varyans= %5,60 ; Cronbach α = 0,824)			
Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.	0,673	3,16	1,13
Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.	0,652	3,43	0,97
Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem	0,629	3,48	0,90
Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projeler üzerinde çalışmayı severim.	0,602	3,66	0,90
Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.	0,580	3,59	0,90
Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.	0,573	3,34	0,95
Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.	0,572	3,63	0,95
Risk Alma (Özdeğer = 1,61 ; Açıklanan Varyans= %4,48 ; Cronbach α = 0,745)			
Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.	0,736	3,63	0,91
Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	0,728	3,48	0,94
Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.	0,516	3,68	0,87
Risk almaktan çekinmem.	0,510	3,72	0,91
Başarma Azmi (Özdeğer = 1,34 ; Açıklanan Varyans= %3,74 ; Cronbach α = 0,725)			
İşimde geçmiş performansımdaya daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım	0,641	4,05	0,79
Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırabiliriz.	0,639	3,95	0,87
Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.	0,638	4,17	0,72
Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.	0,478	3,77	0,84
Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.	0,447	3,81	0,84
Kendine Güven (Özdeğer = 1,32 ; Açıklanan Varyans= %3,67 ; Cronbach α = 0,718)			
İşten zorunlu olarak ayrılırsam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.	0,668	3,71	0,90
İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.	0,656	4,01	0,83
Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim .	0,523	3,92	0,84
Kendi işimi kurabilirim.	0,498	3,66	1,01
Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.	0,386	3,79	0,87
Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.	0,385	4,06	0,90
İsteddiğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.	0,347	3,60	0,98
Hayıtımı dış etkenlere bırakmam.	0,272	3,58	0,97
Uyumluluk (Özdeğer = 1,19 ; Açıklanan Varyans= %3,31 ; Cronbach α = 0,707)			
Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.	0,720	4,05	0,96
Denemediklerimi denemekten çekinmem.	0,692	3,82	0,95
Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim.	0,589	3,89	0,93

Elde edilen faktörlerin iç tutarlılıkları analizleri t-test ile kontrol edilmiştir Yapılan testler sonucunda tüm faktörlerin kendi içlerinde istatistiksel olarak anlamlı seviyede farklılaştıkları tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bununla birlikte %95 güven aralığında elde edilebilecek değerler de belirtilmiştir. (Tablo-5).

Tablo 5
Girişimcilik Faktörlerinin İç Analizleri

GİRİŞİMCİLİK FAKTÖRLERİ	Faktör Ortalaması	Std. Sapma	t-test	Sd	p	%95 Güven aralığı	
						Alt Limit	Üst Limit
Fırsatları değerlendirme	3,94	0,57	152,59	480	0,000	3,89	3,99
Yenilikçilik	3,47	0,67	113,67	480	0,000	3,41	3,53
Risk alma	3,63	0,68	116,34	480	0,000	3,56	3,69
Başarma azmi	3,95	0,56	154,57	480	0,000	3,90	4,00
Kendine güven	3,79	0,53	156,47	480	0,000	3,74	3,84
Uyumluluk	3,92	0,75	114,86	480	0,000	3,85	3,99

Yapılan Friedman testi sonucunda ise faktör sıralaması içerisinde, kazandıkları önem bakımından fark olup olmadığı, hangi faktörün daha çok anlamlılık kazandığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu aşamada tüm faktörlere ilişkin ortalamalar alınarak, bunlara Friedman testi uygulanmıştır. Bu çalışmaya göre girişimcilik faktörlerinin kendi içlerinde, faktör ortalamaları bakımından anlamlı bir farklılığın olduğu ortaya çıkmaktadır ($p<0,05$). Test sonucuna göre en önemli faktör “uyumluluk ve fırsatları değerlendirme” olarak ortaya çıkmıştır. Bunu izleyen önemli bir faktör de “başarma azmi” olarak görülmektedir. Friedman testine ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo-6’da yer almaktadır.

Tablo 6
Girişimcilik Faktörlerinin Kendi İçindeki Farklılaşması

GİRİŞİMCİLİK FAKTÖRLERİ	Ortalama Sıralaması	Test Değerleri
Fırsatları değerlendirme	4,09	$\chi^2=370,485$ sd=5 p=0,000
Yenilikçilik	2,35	
Risk alma	2,93	
Başarma azmi	4,07	
Kendine güven	3,47	
Uyumluluk	4,09	

Girişimcilik faktörlerinin birbirleriyle olan ilişkileri incelendiğinde, tüm faktörlerin birbirleriyle orta düzeyde ve pozitif bir korelasyona sahip oldukları görülmektedir (Tablo-7). Belirtilen tabloya bakıldığında en yüksek ilişkinin “fırsatları değerlendirme” ile “başarma azmi” arasında ($r=0,643$, $p=0,000$) ve en düşük ilişkinin de “risk alma” ile “başarma azmi” arasında ($r=0,382$, $p=0,000$) olduğu söylenebilir.

Tablo 7

Girişimcilik Faktörlerinin Birbirleriyle Olan İlişkileri

GİRİŞİMCİLİK FAKTÖRLERİ	Fırsatları değeri.	Yenilikçilik	Risk alma	Başarma azmi	Kendine güven	Uyumluluk
Fırsatları değerlendirme	r p	1				
Yenilikçilik	r p	0,583 0,000	1			
Risk alma	r p	0,547 0,000	0,507 0,000	1		
Başarma azmi	r p	0,643 0,000	0,495 0,000	0,382 0,000	1	
Kendine güven	r p	0,597 0,000	0,574 0,000	0,579 0,000	0,522 0,000	1
Uyumluluk	r p	0,479 0,000	0,458 0,000	0,483 0,000	0,364 0,000	0,458 0,000

4.6.3. Hipotez Testleri

Demografik yapının girişimcilik ve girişimciliği oluşturan faktörlere göre oluşturduğu farklılaşmaların belirlenebilmesi için t-test ve ANOVA’dan yararlanılmıştır. ANOVA sonucunda ortaya çıkan farklılığın derinlemesine incelenmesinde ise Post-hoc testlerden LSD (Least Square Difference) kullanılmıştır. Her başlık altında öncelikle girişimciliğin genel olarak değerlendirilmesi ve ardından faktörlere göre incelenmesi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar özet tablolar ve grafiklerle sunulmuştur.

4.6.3.1. Çalışmaya Katılanların Yaş Bilgileriyle İlgili Hipotez Testi

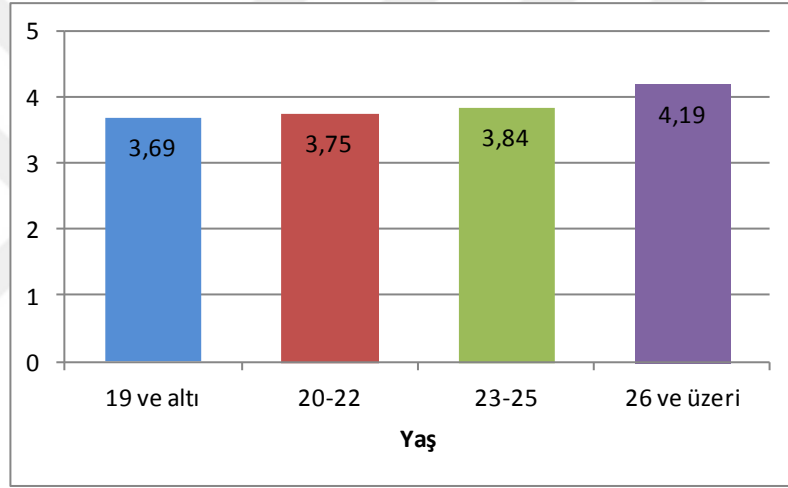
H_{1a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1b}: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

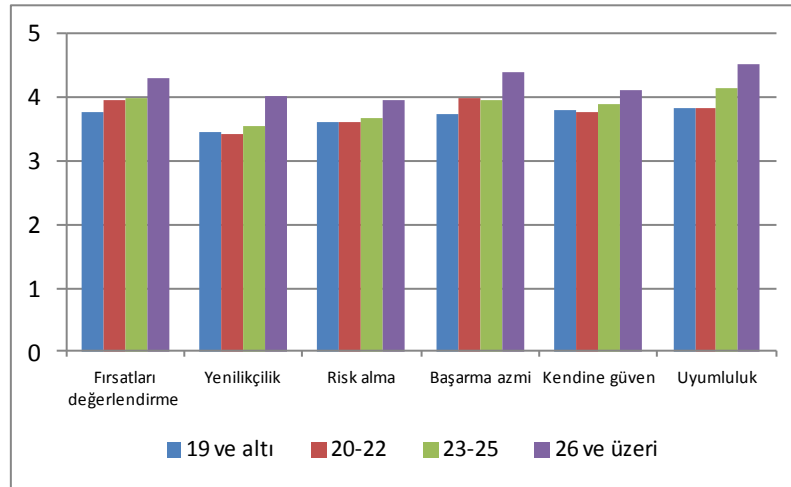
Çalışmaya katılanların büyük bir kesimi (%60,1’i) 30-22 yaşları arasında yer almaktadır. Bu kişilerin yaşları göz önüne alınarak girişimcilik ile ilgili düşüncelerinin istatistiksel değerleri Tablo-8’de verilmiştir. Şekil-2 ve Şekil-3’de de bu dağılımlar gösterilmiştir.

Tablo 8
Girişimcilik Faktörlerinde Yaş Farklılığı

	Yaş							
	19 ve altı		20-22		23-25		26 ve üzeri	
	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,69	0,47	3,75	0,46	3,84	0,49	4,19	0,43
Fırsatları değerlendirme	3,76	0,53	3,94	0,57	3,97	0,56	4,29	0,46
Yenilikçilik	3,44	0,72	3,42	0,66	3,54	0,63	4,00	0,69
Risk alma	3,61	0,70	3,59	0,68	3,67	0,68	3,95	0,72
Başarma azmi	3,73	0,59	3,97	0,54	3,95	0,58	4,37	0,41
Kendine güven	3,78	0,54	3,74	0,52	3,87	0,53	4,11	0,61
Uyumluluk	3,81	0,80	3,83	0,76	4,12	0,66	4,52	0,52



Şekil 2: Yaşa göre girişimcilik değerleri



Şekil 3: Yaşa göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Tablo-9’de yaş farklılığının girişimcilik üzerinde etkisinin olup olmadığını gösteren ANOVA tablosu yer almaktadır. Buna göre girişimcilikte yaş farklılığının etkisi olduğu görülmektedir ($p=0,001$). Yapılan Post-Hoc testler ile (LSD Testi) bu farkın hangi yaşlar arasında belirgin olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Test sonucuna göre 26 ve üzeri yaşa sahip olanların 25 ve altı yaşlarda olanlara göre daha fazla girişimci oldukları tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu bilgiler ışığında girişimcilikle çalışmaya katılanların yaşları arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunabilmiş ve H1a hipotezi kabul edilmiştir.

Girişimciliği oluşturan faktörlerin üzerinde yapılan benzer bir çalışmayla da “fırsatları değerlendirme”, “yenilikçilik”, “başarma azmi”, “kendine güven” ve “uyumluluk” faktörlerinde yaş farklılığının önemli olduğu sonucuna varılmıştır ($p<0,05$). Bu sonuçlara göre; 20 ve üzeri yaşa sahip olanlar 19 yaş ve altındakilere göre, 26 yaş ve üzeri olanlar da 20-25 yaş aralığında olanlara göre fırsatları daha fazla değerlendirmektedirler. Yenilikçilik konusunda 26 yaş ve üzerinde olanlar 25 ve altı yaştakilere göre daha önde çıkmışlardır. 20 ve üzeri yaşa sahip olanlar 19 yaş ve altındakilere göre, 26 yaş ve üzeri olanlar da 25 ve altı yaştakilere göre daha fazla başarma azmine sahiptirler. Ayrıca, 26 yaş ve üzeri olanlar 22 yaş ve altı olanlara göre ve 23 ve üzeri yaşlı olanlar da 20-22 aralığındaki kişilere göre kendilerine daha fazla güvenmektedirler. Bununla birlikte, 23 ve üzeri yaşlı olanlar 22 yaş ve altındakilere göre daha fazla uyumluluk göstermektedirler. Bu bilgiler ışığında; çalışmaya katılanların yaşları ile girişimciliği oluşturan faktörlerden, fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, başarma azmi, kendine güven, uyumluluk faktörleri arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. H1b hipotezi bu yönüyle kabul edilmiştir. Yalnız girişimciliği oluşturan faktörlerden risk alma faktörü ile yaş arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ve H1b hipotezi bu yönüyle kabul edilmemiştir.

Tablo 9**Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Yaş Farklılığının Etkisi**

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
GİRİŞİMCİLİK	Gruplararası	3,52	3	1,17	5,317	0,001
	Grup içi	105,39	477	0,22		
	Toplam	108,91	480			
Fırsatları değerlendirme	Gruplararası	3,66	3	1,22	3,874	0,009
	Grup içi	150,05	477	0,31		
	Toplam	153,71	480			
Yenilikçilik	Gruplararası	5,34	3	1,78	4,045	0,007
	Grup içi	209,93	477	0,44		
	Toplam	215,28	480			
Risk alma	Gruplararası	2,03	3	0,68	1,450	0,228
	Grup içi	222,24	477	0,47		
	Toplam	224,27	480			
Başarma azmi	Gruplararası	5,32	3	1,77	5,818	0,001
	Grup içi	145,52	477	0,31		
	Toplam	150,84	480			
Kendine güven	Gruplararası	2,86	3	0,95	3,426	0,017
	Grup içi	132,54	477	0,28		
	Toplam	135,40	480			
Uyumluluk	Gruplararası	13,18	3	4,39	8,188	0,000
	Grup içi	255,98	477	0,54		
	Toplam	269,16	480			

Tablo-10’da girişimcilik ve girişimcilik faktörleriyle yaş arasındaki ilişkilerin incelendiği korelasyon değerleri verilmiştir. Buna göre, “risk alma” faktörü dışında yaş değişkeni ile pozitif yönlü ancak zayıf bir ilişki çıktığı görülmektedir ($p < 0,05$). Bunlar içerisinde elde edilen en yüksek ilişki “uyumluluk-yaş” arasında oluşmaktadır ($r = 0,220$ ve $p = 0,000$).

Tablo 10**Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörleriyle Yaş Korelasyonu**

	r	p
GİRİŞİMCİLİK	0,172	0,000
Fırsatları değerlendirme	0,135	0,003
Yenilikçilik	0,139	0,002
Risk alma	0,084	0,064
Başarma azmi	0,134	0,003
Kendine güven	0,119	0,009
Uyumluluk	0,220	0,000

4.6.3.2. Çalışmaya Katılanların Kardeş Sayıları ile İlgili Hipotez Testi

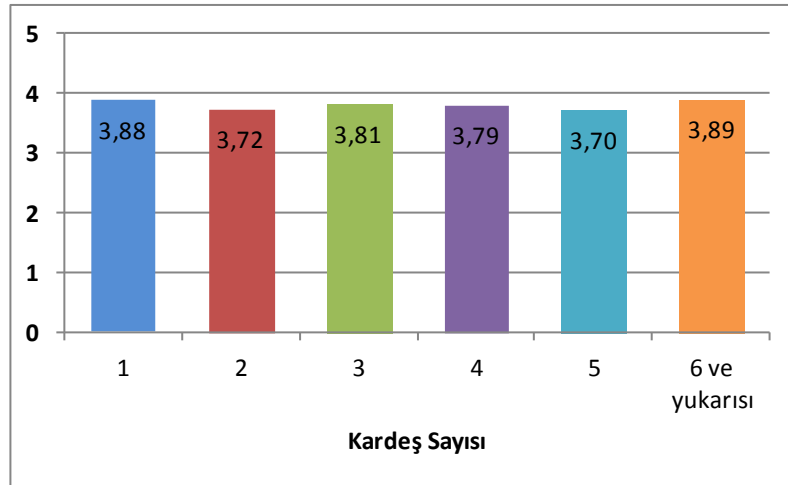
H2a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kardeş sayıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların kardeş sayıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

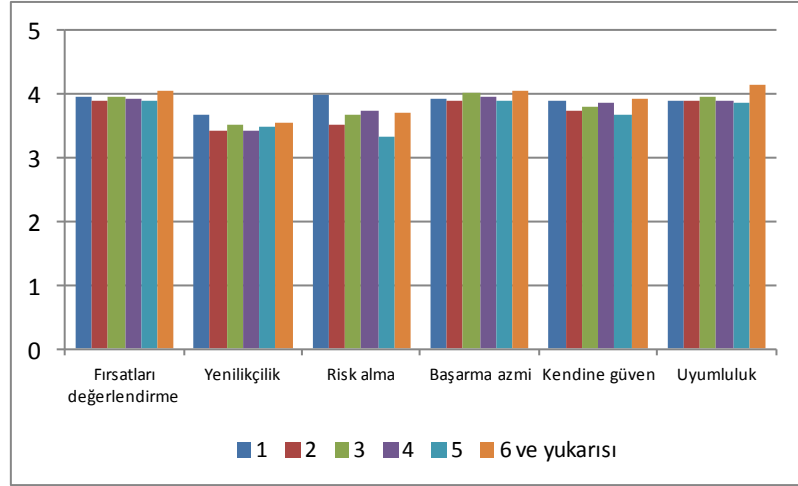
Ankete katılanların kardeş sayıları ile girişimcilik ile ilgili düşünceleri arasında yapılan incelemelerde elde edilen istatistiki değerler Tablo-11'de gösterilmektedir. Şekil-4'te girişimcilik değerlerinin kardeş sayısına göre dağılımı ve Şekil-5'te de girişimcilik faktörlerine göre bu dağılımlar gösterilmiştir.

Tablo 11
Girişimcilik ve Girişimciliği Oluşturan Faktörlerle Çalışmaya Katılanların Kardeş Sayısı Farklılığı

	Kardeş sayısı											
	1		2		3		4		5		6 ve yukarısı.	
	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,88	0,33	3,72	0,48	3,81	0,41	3,79	0,51	3,70	0,67	3,89	0,50
Fırsatları değerlendirme	3,97	0,38	3,89	0,57	3,97	0,52	3,93	0,63	3,90	0,71	4,04	0,54
Yenilikçilik	3,66	0,53	3,41	0,66	3,52	0,65	3,42	0,68	3,47	0,86	3,56	0,69
Risk alma	3,97	0,53	3,52	0,71	3,66	0,61	3,73	0,69	3,34	0,72	3,71	0,73
Başarma azmi	3,92	0,43	3,90	0,60	4,00	0,50	3,97	0,54	3,90	0,68	4,04	0,63
Kendine güven	3,89	0,49	3,73	0,53	3,79	0,47	3,86	0,51	3,67	0,76	3,92	0,53
Uyumluluk	3,90	0,62	3,89	0,84	3,95	0,65	3,88	0,72	3,86	0,90	4,14	0,65



Şekil 4: Kardeş sayısına göre girişimcilik değerleri



Şekil 5: Kardeş sayısına göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Yapılan inceleme sonucunda (Tablo-12) kardeş sayısındaki farklılık sadece “risk alma” faktöründe etkili olarak ortaya çıkmıştır ($p=0,002$). Bunun peşi sıra yapılan LSD Testi ile ailenin tek çocuğu olanlar 2,3 ve 5 kardeş olanlara göre, 4 kardeş olanlar 2 kardeş olanlara göre ve 5 kardeş olanlar da 3 kardeş olanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla “risk alma” eğilimindedirler. Bu bilgilere göre girişimcilikle çalışmaya katılanların kardeş sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Buna göre H2a hipotezi reddedilmiştir. Çalışmaya katılanların kardeş sayıları ile, girişimciliği oluşturan faktörlerinden, fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, başarıma azmi, kendine güven ve uyumluluk arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. H2b hipotezi; risk alma faktörü açısından istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olup diğer faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır.

Tablo 12**Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Kardeş Sayısı Farklılığının Etkisi**

		Kareler		Kareler		
		Toplamı	sd	Ortalaması	F	p
GİRİŞİMCİLİK	Gruplararası	1,60	5	0,32	1,417	0,217
	Grup içi	107,31	475	0,23		
	Toplam	108,91	480			
Fırsatları değerlendirme	Gruplararası	0,87	5	0,17	0,543	0,744
	Grup içi	152,83	475	0,32		
	Toplam	153,71	480			
Yenilikçilik	Gruplararası	2,34	5	0,47	1,042	0,392
	Grup içi	212,94	475	0,45		
	Toplam	215,28	480			
Risk alma	Gruplararası	8,65	5	1,73	3,812	0,002
	Grup içi	215,61	475	0,45		
	Toplam	224,27	480			
Başarma azmi	Gruplararası	1,29	5	0,26	0,822	0,534
	Grup içi	149,55	475	0,31		
	Toplam	150,84	480			
Kendine güven	Gruplararası	2,37	5	0,47	1,696	0,134
	Grup içi	133,03	475	0,28		
	Toplam	135,40	480			
Uyumluluk	Gruplararası	2,09	5	0,42	0,743	0,591
	Grup içi	267,07	475	0,56		
	Toplam	269,16	480			

4.6.3.3. Çalışmaya Katılanların Ailede Kaçınıcı Kardeş Olduklarına Ait Hipotez Testi

H_{3a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların ailede kaçınıcı kardeş oldukları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

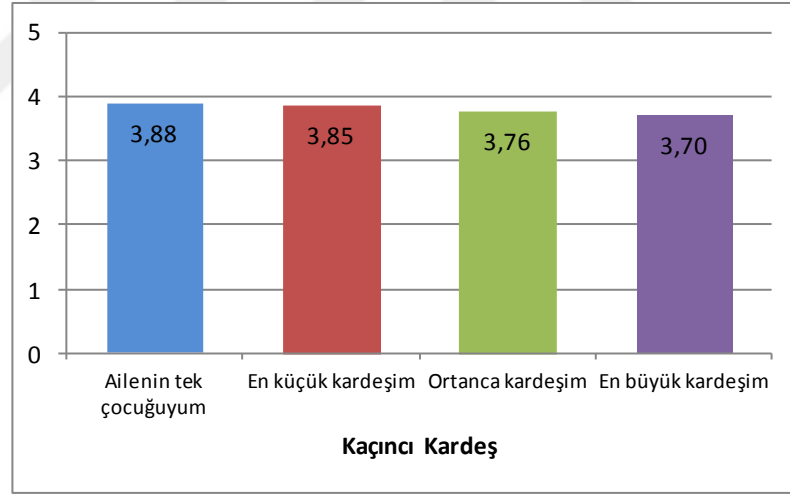
H_{3b}: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların ailede kaçınıcı kardeş oldukları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Çalışmaya katılanların %94,4'ü en az bir kardeşe sahiptir. Bu kişilerin kaçınıcı kardeş olduklarına göre girişimci yapıları Tablo-13'de verilmiştir. Şekil-6 ve Şekil-7'de de bu değerler grafiklerle gösterilmiştir.

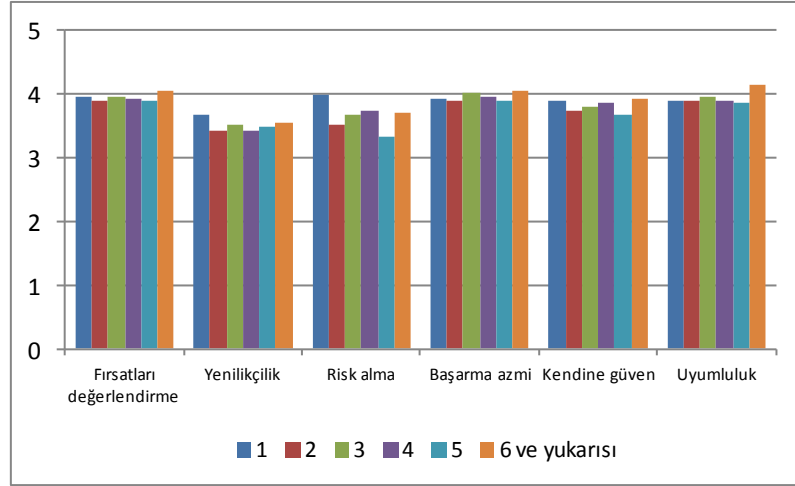
Tablo 13

**Girişimcilik ve Girişimciliği Oluşturan Faktörlerinde Çalışmaya Katılanların
Kaçınca Kardeş Olunduğunun Farklılığı**

	Kaçınca kardeş							
	Ailenin tek çocuğuyum		En küçük kardeşim		Ortanca kardeşim		En büyük kardeşim	
	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,88	0,32	3,85	0,47	3,76	0,52	3,70	0,46
Fırsatları değerlendirme	3,99	0,38	4,01	0,55	3,89	0,60	3,89	0,58
Yenilikçilik	3,67	0,52	3,55	0,66	3,43	0,72	3,38	0,66
Risk alma	3,96	0,52	3,68	0,68	3,63	0,69	3,51	0,69
Başarma azmi	3,89	0,44	4,02	0,56	3,95	0,60	3,88	0,55
Kendine güven	3,88	0,49	3,84	0,53	3,78	0,56	3,73	0,51
Uyumluluk	3,90	0,61	4,03	0,74	3,93	0,76	3,80	0,76



Şekil 6: Kaçınca kardeş olduğuna göre girişimcilik değerleri



Şekil 7: Kaçınıcı kardeş olduğuna göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Tablo-14’de verilen ANOVA sonuçlarına göre çalışmaya katılanların kaçınıcı kardeş olduklarının girişimcilik üzerinde bir etkisi vardır ($p=0,024$). Buna göre en küçük kardeş en büyük kardeşe göre daha girişimci bir yapıya sahiptir.

Girişimcilik faktörlerinde ise tek çocuk olanlar ve en küçük kardeşler en büyük kardeşlere göre daha yenilikçi bir yapı sergilemektedirler. Risk almada ise tek çocuk olanlar iki veya daha fazla kardeş olanlara göre daha ileridedir. Bununla birlikte en küçük kardeş en büyük kardeşe göre girişimcilikte uyumluluğa daha fazla önem vermektedir. Bu bilgiler ışığında; girişimcilikle, çalışmaya katılanların ailede kaçınıcı kardeş olduğu arasında istatistik olarak anlamlı fark bulunmuş ve ailede en küçük kardeşin en büyük kardeşe göre daha girişimci olduğu görülmüştür. Dolayısıyla H3a hipotezi kabul edilmiştir. Çalışmaya katılanların ailedeki kaçınıcı kardeş olduğu ile girişimcilik faktörlerinden yenilikçilik, risk alma ve uyumluluk faktörleri arasında istatistik olarak anlamlı fark bulunmuş ve H3b hipotezi bu boyutuyla kabul edilmiştir. Ailedeki kaçınıcı kardeş olduğu ile girişimcilik faktörlerinden fırsatları değerlendirme, başarı azmi ve kendine güven faktörleri arasında istatistik olarak anlamlı fark bulunamamıştır dolayısıyla H3b hipotezi bu boyutuyla kabul edilmemiştir.

Tablo 14
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Çalışmaya Katılanların
Kaçıncı Kardeş Olunduğunun Etkisi

		Kareler		Kareler		
		Toplamı	sd	Ortalaması	F	p
GİRİŞİMCİLİK	Gruplararası	2,13	3	0,71	3,173	0,024
	Grup içi	106,78	477	0,22		
	Toplam	108,91	480			
Fırsatları değerlendirme	Gruplararası	1,61	3	0,54	1,681	0,170
	Grup içi	152,10	477	0,32		
	Toplam	153,71	480			
Yenilikçilik	Gruplararası	3,58	3	1,19	2,690	0,046
	Grup içi	211,69	477	0,44		
	Toplam	215,28	480			
Risk alma	Gruplararası	5,96	3	1,99	4,341	0,005
	Grup içi	218,31	477	0,46		
	Toplam	224,27	480			
Başarma azmi	Gruplararası	1,86	3	0,62	1,982	0,116
	Grup içi	148,99	477	0,31		
	Toplam	150,84	480			
Kendine güven	Gruplararası	1,36	3	0,45	1,618	0,184
	Grup içi	134,04	477	0,28		
	Toplam	135,40	480			
Uyumluluk	Gruplararası	4,57	3	1,52	2,745	0,043
	Grup içi	264,59	477	0,55		
	Toplam	269,16	480			

4.6.3.4. Çalışmaya Katılanların Annelerinin Eğitim Düzeyleri ile İlgili Hipotez Testi

H_{4a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların annelerinin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

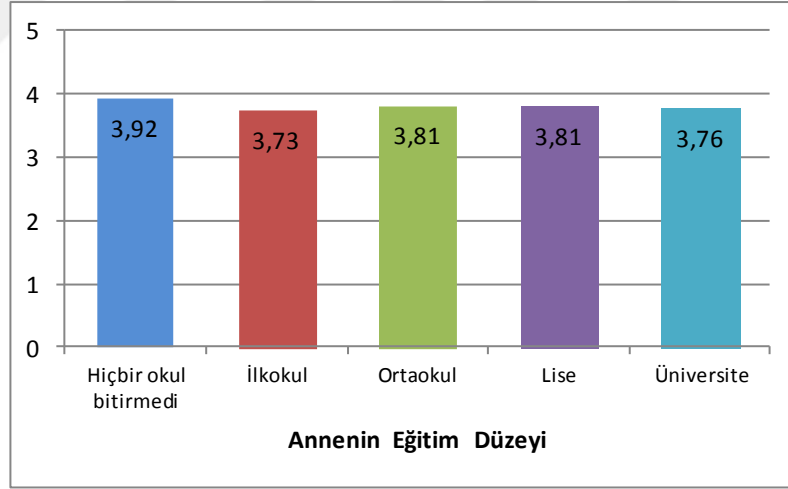
H_{4b}: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların annelerinin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Çalışmaya katılanların annelerinin eğitim seviyeleri ile girişimcilik arasında bir ilişkinin belirlenmesi için yapılan incelemelerde elde edilen istatistikî değerler Tablo-15'de

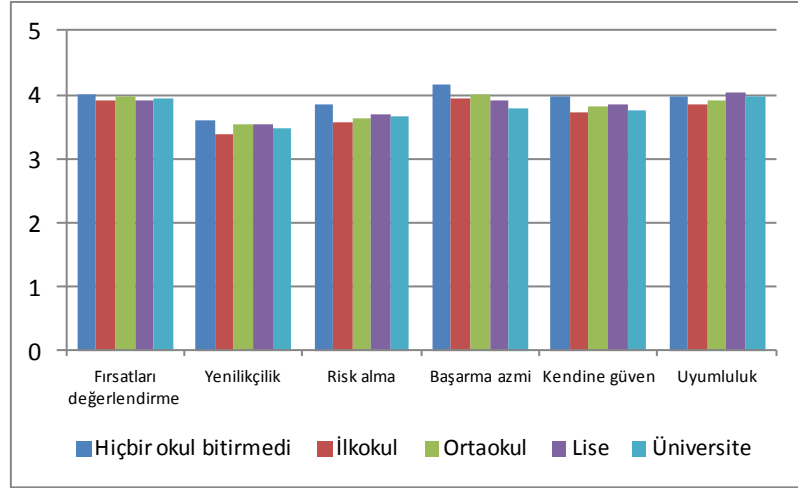
verilmiştir. Şekil-8’de girişimcilik değerlerinin annenin eğitim düzeyine göre dağılımı ve Şekil-9’da da girişimcilik faktörlerine göre bu dağılımlar gösterilmiştir.

Tablo 15
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların
Annelerinin Eğitim Düzeyi Farklılığı

	Annenin eğitim düzeyi									
	Hiçbir okul bitirmedi		İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite	
	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,92	0,45	3,73	0,47	3,81	0,46	3,81	0,52	3,76	0,49
Fırsatları değerlendirme	4,02	0,51	3,92	0,55	3,98	0,56	3,91	0,62	3,94	0,54
Yenilikçilik	3,61	0,67	3,39	0,68	3,53	0,64	3,52	0,69	3,49	0,64
Risk alma	3,84	0,65	3,56	0,68	3,62	0,64	3,70	0,73	3,67	0,69
Başarma azmi	4,15	0,44	3,95	0,54	3,99	0,52	3,91	0,65	3,78	0,53
Kendine güven	3,98	0,44	3,73	0,54	3,81	0,54	3,85	0,53	3,76	0,48
Uyumluluk	3,99	0,68	3,85	0,75	3,92	0,79	4,04	0,70	3,98	0,81



Şekil 8: Annenin eğitim düzeyine göre girişimcilik değerleri



Şekil 9: Annenin eğitim düzeyine göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Girişimcilik ve girişimciliği oluşturan faktörlerde çalışmaya katılanların annelerinin eğitim düzeyinin bir etkisinin olmadığı görülmüştür ($p>0,05$). (Tablo-16). Tablodaki bilgiler ışığında (Tablo-16); girişimcilikle, çalışmaya katılan katılımcıların annelerinin eğitim düzeyleri arasında istatistik olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu nedenle H4a hipotezi reddedilmiştir. Tablodaki bilgiler ışığında (Tablo-16); girişimcilik faktörlerinin tamamıyla (fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, risk alma, başarı azmi, kendine güven, uyumluluk), çalışmaya katılan katılımcıların annelerinin eğitim düzeyleri arasında istatistik olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu nedenle H4b hipotezi girişimcilik faktörlerinin tüm boyutları açısından kabul edilmemiştir.

Tablo 16
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların
Annelerinin Eğitim Düzeyinin Etkisi

		Kareler		Kareler		
		Toplamı	sd	Ortalaması	F	p
GİRİŞİMCİLİK	Gruplararası	1,22	4	0,30	1,345	0,252
	Grup içi	107,69	476	0,23		
	Toplam	108,91	480			
Fırsatları değerlendirme	Gruplararası	0,60	4	0,15	0,464	0,762
	Grup içi	153,11	476	0,32		
	Toplam	153,71	480			
Yenilikçilik	Gruplararası	2,59	4	0,65	1,447	0,217
	Grup içi	212,69	476	0,45		
	Toplam	215,28	480			
Risk alma	Gruplararası	2,77	4	0,69	1,486	0,205
	Grup içi	221,50	476	0,47		
	Toplam	224,27	480			
Başarım azmi	Gruplararası	2,37	4	0,59	1,896	0,110
	Grup içi	148,48	476	0,31		
	Toplam	150,84	480			
Kendine güven	Gruplararası	2,03	4	0,51	1,814	0,125
	Grup içi	133,37	476	0,28		
	Toplam	135,40	480			
Uyumluluk	Gruplararası	2,78	4	0,70	1,244	0,291
	Grup içi	266,38	476	0,56		
	Toplam	269,16	480			

4.6.3.5. Çalışmaya Katılanların, Babalarının Eğitim Düzeyi ile İlgili Hipotez Testi

İlgili Hipotezler;

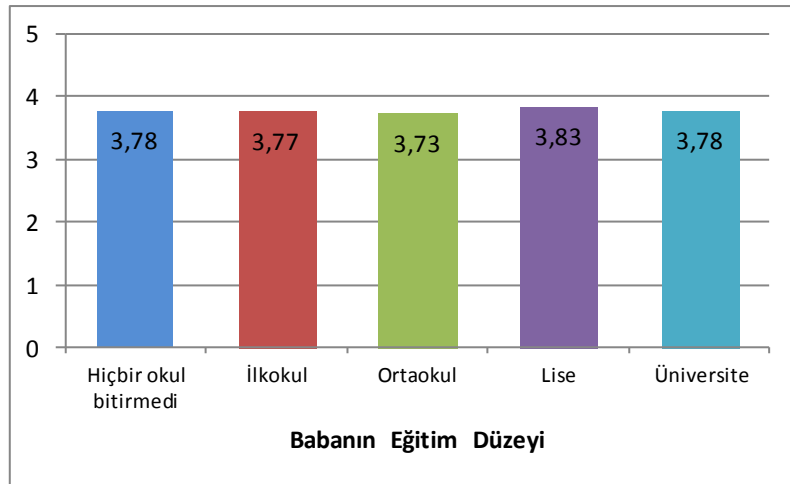
H_{5a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların babalarının eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_{5b}: Girişimcilik faktörleriyle, çalışmaya katılanların babalarının eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

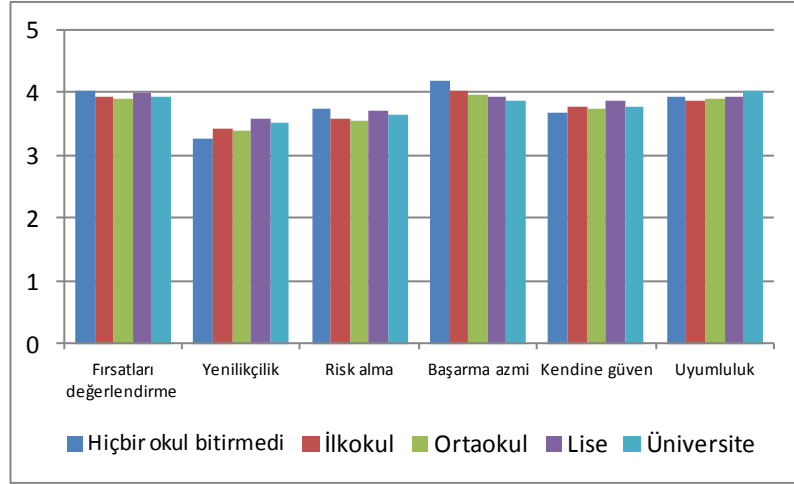
Çalışmaya katılanların babalarının eğitim seviyeleri ile girişimcilik arasında bir ilişkinin belirlenmesi için yapılan incelemelerde elde edilen istatistiki değerler Tablo-17’de verilmiştir. Şekil-10’da girişimcilik değerlerinin babanın eğitim düzeyine göre dağılımı ve Şekil-11’de de girişimcilik faktörlerine göre bu dağılımlar gösterilmiştir.

Tablo 17
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların Babalarının Eğitim Düzeyi Farklılığı

	Babanın eğitim düzeyi									
	Hiçbir okul bitirmedi		İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite	
	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,78	0,60	3,77	0,44	3,73	0,51	3,83	0,47	3,78	0,50
Fırsatları değerlendirme	4,02	0,56	3,92	0,53	3,89	0,60	3,99	0,56	3,92	0,58
Yenilikçilik	3,26	0,83	3,42	0,65	3,38	0,74	3,57	0,62	3,52	0,65
Risk alma	3,75	0,92	3,60	0,70	3,53	0,61	3,70	0,70	3,66	0,72
Başarma azmi	4,20	0,68	4,01	0,51	3,97	0,56	3,93	0,59	3,86	0,57
Kendine güven	3,68	0,53	3,78	0,53	3,74	0,54	3,85	0,53	3,76	0,53
Uyumluluk	3,93	0,68	3,88	0,67	3,88	0,80	3,93	0,78	4,04	0,73



Şekil 10: Babanın eğitim düzeyine göre girişimcilik değerleri



Şekil 11: Babanın eğitim düzeyine göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Girişimcilik ve girişimciliği oluşturan faktörlerde babanın eğitim düzeyinin bir etkisinin olmadığı görülmüştür ($p>0,05$). (Tablo-18). Tablodaki bilgiler ışığında (Tablo-18); girişimcilikle, çalışmaya katılan katılımcıların babalarının eğitim düzeyleri arasında istatistik olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu nedenle H5a hipotezi reddedilmiştir. Tablodaki bilgiler ışığında (Tablo-18); girişimcilik faktörlerinin tamamıyla (fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, risk alma, başarı azmi, kendine güven, uyumluluk), çalışmaya katılan katılımcıların babalarının eğitim düzeyleri arasında istatistik olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu nedenle H5b hipotezi girişimcilik faktörlerinin tüm boyutları açısından kabul edilmemiştir.

Tablo 18
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların
Babalarının Eğitim Düzeyinin Etkisi

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
GİRİŞİMCİLİK	Gruplararası	0,77	4	0,19	0,852	0,493
	Grup içi	108,14	476	0,23		
	Toplam	108,91	480			
Fırsatları değerlendirme	Gruplararası	0,78	4	0,20	0,609	0,656
	Grup içi	152,92	476	0,32		
	Toplam	153,71	480			
Yenilikçilik	Gruplararası	3,20	4	0,80	1,794	0,129
	Grup içi	212,08	476	0,45		
	Toplam	215,28	480			
Risk alma	Gruplararası	2,30	4	0,58	1,235	0,295
	Grup içi	221,96	476	0,47		
	Toplam	224,27	480			
Başarma azmi	Gruplararası	1,53	4	0,38	1,221	0,301
	Grup içi	149,31	476	0,31		
	Toplam	150,84	480			
Kendine güven	Gruplararası	1,04	4	0,26	0,925	0,449
	Grup içi	134,36	476	0,28		
	Toplam	135,40	480			
Uyumluluk	Gruplararası	1,38	4	0,34	0,612	0,654
	Grup içi	267,78	476	0,56		
	Toplam	269,16	480			

4.6.3.6. Çalışmaya Katılan Katılımcıların Şu Ana Kadar Herhangi Bir İşte Çalışıp Çalışmadığı İle İlgili Hipotez Testi

İlgili hipotezler;

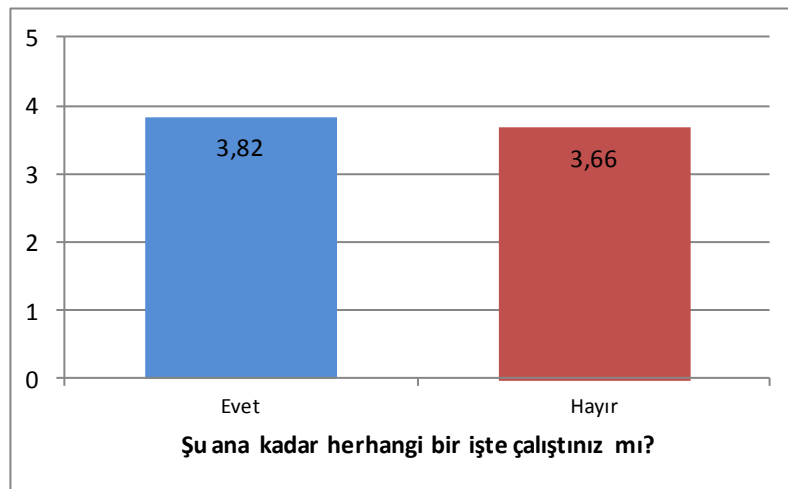
H_{6a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_{6b}: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

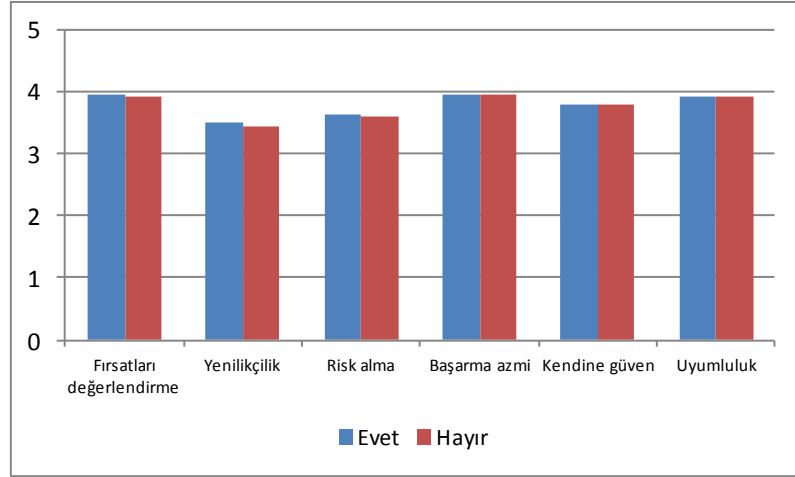
Çalışmaya katılanların %75,1'i şu ana kadar herhangi bir işte çalıştığını belirtmişlerdir. Bu kişilerin girişimcilik ve girişimcilik faktörleriyle ilgili sorulara verdikleri yanıtlara göre dağılımları ile istatistiki değerleri Tablo-19'da gösterilmektedir. Şekil-12'de şu ana kadar herhangi bir işte çalışma durumuna göre girişimcilik değeri, Şekil-13'de ise şu ana kadar herhangi bir işte çalışma durumuna göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar gösterilmektedir.

Tablo 19
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörleriyle İlgili Sorulara Verilen Yanıtlar

	Şu ana kadar herhangi bir işte çalıştınız mı?			
	Evet		Hayır	
	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,82	0,47	3,66	0,48
Fırsatları değerlendirme	3,98	0,56	3,80	0,56
Yenilikçilik	3,50	0,67	3,37	0,66
Risk alma	3,67	0,66	3,50	0,73
Başarma azmi	4,00	0,55	3,79	0,55
Kendine güven	3,81	0,52	3,73	0,56
Uyumluluk	3,97	0,73	3,78	0,78



Şekil 12: Şu ana kadar herhangi bir işte çalışma durumuna göre girişimcilik değerleri



Şekil 13: Şu ana kadar herhangi bir işte çalışma durumuna göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Yapılan inceleme sonucunda (Tablo-20), şu ana kadar herhangi bir işte çalışan üniversite öğrencilerinin çalışmayanlara göre daha girişimci olduğu ortaya çıkmıştır ($p=0,002$).

Bununla birlikte, girişimciliği oluşturan faktörlerde de anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Daha önce herhangi bir işte çalışanlar, çalışmayanlara göre daha fazla fırsatları değerlendiren ($p=0,003$), daha fazla risk alan ($p=0,022$), daha fazla başarıma azmi olan ($p=0,000$) ve daha fazla uyumluluk gösteren ($p=0,013$) bir duruş ortaya koymaktadırlar.

Tablodaki bilgilere göre (Tablo-20), Girişimcilikle, çalışmaya katılan katılımcıların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadığı arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Şu ana kadar herhangi bir işte çalışan katılımcılar, şu ana kadar herhangi bir işte çalışmayanlara göre istatistik olarak daha girişimcidirler. Buna göre H6a hipotezi kabul edilmiştir. Tablodaki bilgilere göre (Tablo-20), Girişimciliği oluşturan faktörlerden; fırsatları değerlendirmek, risk almak, başarıma azmi ve uyumluluk faktörleriyle, çalışmaya katılan katılımcıların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadığı arasında, istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre, H6b hipotezi bu boyutuyla kabul edilmiştir. Girişimciliği oluşturan faktörlerden; yenilikçilik ve kendine güven faktörleriyle, çalışmaya katılan katılımcıların şu ana kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadığı arasında, istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Buna göre, H6b hipotezi bu boyutuyla kabul edilmiştir.

Tablo 20
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Şu Ana Kadar Herhangi Bir İşte Çalışma Durumunun Etkisi

	t-test	sd	p	Ortalama Farkı	%95 Güven aralığı	
					Alt Limit	Üst Limit
GİRİŞİMCİLİK	3,10	479	0,002	0,15	0,06	0,25
Fırsatları değerlendirme	3,01	479	0,003	0,18	0,06	0,29
Yenilikçilik	1,93	479	0,054	0,14	0,00	0,27
Risk alma	2,30	479	0,022	0,16	0,02	0,31
Başarma azmi	3,72	479	0,000	0,22	0,10	0,33
Kendine güven	1,48	479	0,139	0,08	-0,03	0,19
Uyumluluk	2,49	479	0,013	0,20	0,04	0,35

4.6.3.7. Çalışmaya Katılan Katılımcıların 1. Derecede Yakınlarında Kendi işini Yapanların Olup Olmadığı ile İlgili Hipotez Testi

İlgili hipotezler;

H7a: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların 1. derece yakınları arasında kendi işini yapanların olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H7b: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların 1. derece yakınları arasında kendi işini yapanların olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

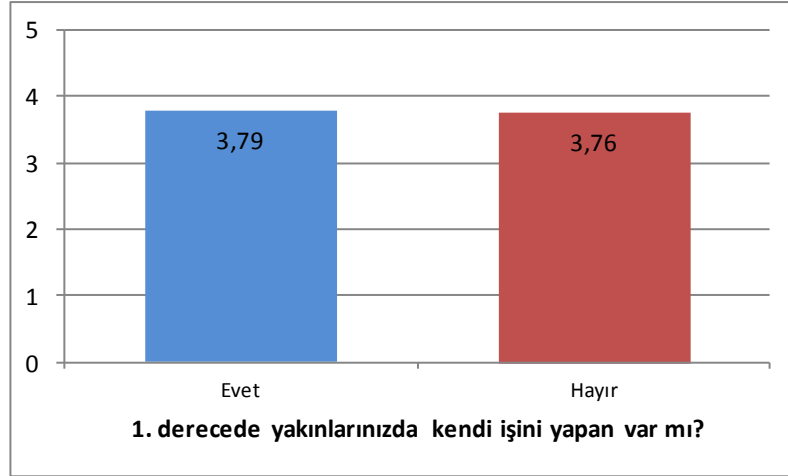
Üniversite öğrencilerinin birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığının öğrencilerin girişimcilik yapılarına etkisinin araştırılması sonucunda elde edilen ilk bulgular Tablo-21’de gösterilmektedir. Bu tabloda girişimcilik ve girişimcilik faktörleri için verilen ifadelerde birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığına göre değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 21

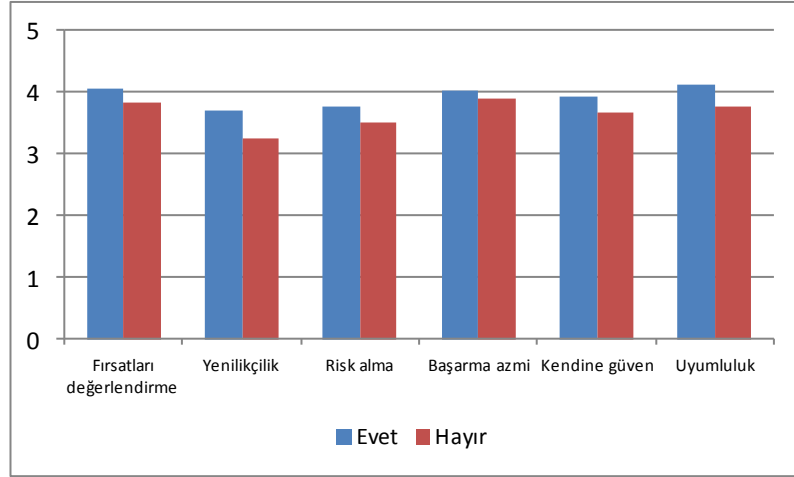
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Birinci Derece Yakınlarından Kendi İşini Yapan Olup Olmadığına Göre Dağılımı

	1. derecede yakınlarınızda kendi işini yapan var mı?			
	Evet		Hayır	
	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,79	0,47	3,76	0,48
Fırsatları değerlendirme	3,95	0,57	3,91	0,57
Yenilikçilik	3,50	0,66	3,42	0,69
Risk alma	3,64	0,69	3,61	0,68
Başarma azmi	3,95	0,57	3,95	0,54
Kendine güven	3,80	0,54	3,78	0,52
Uyumluluk	3,92	0,75	3,93	0,74

Şekil-14'te üniversite öğrencilerinin birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığına göre girişimcilik değerleri ve Şekil-15'de de öğrencilerin birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığına göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar gösterilmektedir.



Şekil 14: Öğrencilerin birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığına göre girişimcilik değerleri



Şekil 15: Öğrencilerin birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığına göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Yapılan test ile öğrencilerin birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmadığını, öğrencilerin girişimciliğini etkilemediği sonucuna varılmıştır ($p=0,506$). Bununla birlikte, kendi işini yapan birinci derece yakınlarının olması öğrencilerde girişimcilik faktörleri düzeyinde de herhangi bir etki ortaya çıkarmamaktadır ($p>0,05$).

Tablodaki bilgilere göre (Tablo-22); Girişimcilikle, çalışmaya katılan katılımcıların 1. derecede yakınlarında, kendi işini yapan olup olmaması arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu nedenle H7a hipotezi reddedilmiştir. Girişimciliği oluşturan tüm faktörlerle (fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, risk alma, başarıma azmi, kendine güven, uyumluluk), çalışmaya katılan katılımcıların 1. derecede yakınlarında, kendi işini yapan olup olmaması arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu nedenle H7b hipotezi tüm boyutları ile kabul edilmemiştir.

Tablo 22

Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılanların 1. Derecede Yakınlarında, Kendi İşini Yapan Olup Olmadığının Etkisi

	t-test	sd	p	Ortalama Farkı	%95 Güven aralığı	
					Alt Limit	Üst Limit
GİRİŞİMCİLİK	0,67	479	0,506	0,03	-0,06	0,12
Fırsatları değerlendirme	0,75	479	0,452	0,04	-0,07	0,15
Yenilikçilik	1,16	479	0,249	0,07	-0,05	0,20
Risk alma	0,45	479	0,650	0,03	-0,10	0,16
Başarma azmi	-0,03	479	0,974	0,00	-0,11	0,10
Kendine güven	0,35	479	0,726	0,02	-0,08	0,12
Uyumluluk	-0,22	479	0,827	-0,02	-0,16	0,12

4.6.3.8. Çalışmaya Katılan Katılımcıların Kendilerine Ait Bir İş Fikirlerinin Olup Olmadığı ile İlgili Hipotez Testi

İlgili Hipotez;

H_{8a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kendilerine ait bir iş fikirlerinin olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_{8b}: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların kendilerine ait bir iş fikirlerinin olup olmadığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

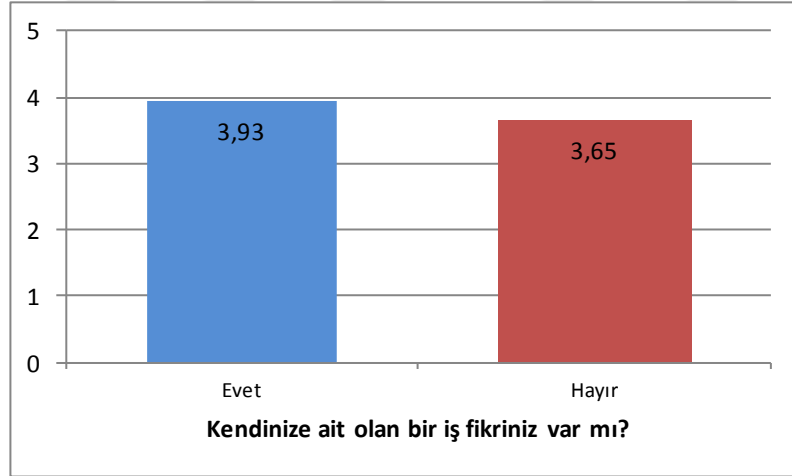
Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin %45,7'si kendilerine ait bir iş fikrine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin kendilerine ait bir iş fikri olup olmaması ile girişimcilik düşüncesi arasında bir ilişkinin olduğunu belirlemek için testler yapılmıştır. İş fikrinin olup olmaması durumuna göre girişimcilikle ilgili elde edilen ilk değerler Tablo-23'te gösterilmektedir.

Tablo 23

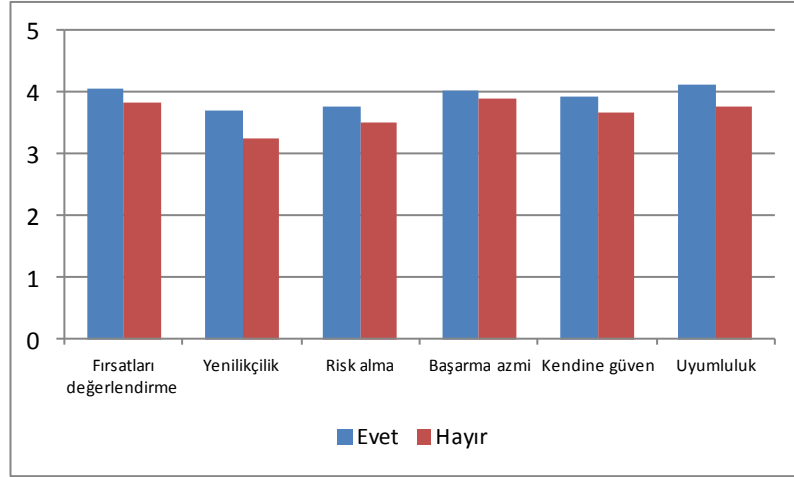
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Kendilerine Ait Bir İş Fikri Olup Olmadığına Göre Dağılımı

	Kendinize ait olan bir iş fikriniz var mı?			
	Evet		Hayır	
	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,93	0,45	3,65	0,47
Fırsatları değerlendirme	4,06	0,54	3,84	0,57
Yenilikçilik	3,71	0,60	3,27	0,66
Risk alma	3,77	0,65	3,50	0,69
Başarma azmi	4,03	0,53	3,89	0,58
Kendine güven	3,92	0,50	3,68	0,53
Uyumluluk	4,12	0,67	3,76	0,77

Şekil-16’da öğrencilerin kendilerine ait bir iş fikri olup olmadığına göre girişimcilik ile ilgili değerleri ve Şekil-17’de girişimcilik faktörleri ile ilgili ortalama değerleri yer almaktadır.



Şekil 16: Öğrencilerin kendilerine ait bir iş fikri olup olmadığına göre girişimcilik değerleri.



Şekil 17: Öğrencilerin kendilerine ait bir iş fikri olup olmadığına göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Yapılan t-test ile öğrencilerin kendilerine ait bir iş fikri olan öğrenciler diğerlerine göre daha fazla girişimci bir yapıya sahiptirler ($p=0,000$). Bunun yanı sıra, girişimcilik faktörlerinin her birinde de kendi iş fikri olan öğrenciler olmayanlara göre daha fazla fırsatları değerlendiren ($p=0,000$), yenilikçi ($p=0,000$), risk alan ($p=0,000$), başarıma azmi olan ($p=0,006$), kendine güvenen ($p=0,000$) ve uyumlu ($p=0,000$) bir yapı sergilemektedirler. (Tablo-24). Tablodaki bilgilere göre (Tablo-24); Girişimcilikle, çalışmaya katılan katılımcıların kendilerine ait bir iş fikirlerinin olup olmadığı arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Çalışmaya katılanlardan, kendilerine ait bir iş fikri olanlar kendilerine ait bir iş fikri olmayanlara göre daha girişimcidirler. Bu nedenle H8a hipotezi kabul edilmiştir. Tablodaki bilgilere göre (Tablo-24) Girişimciliği oluşturan tüm faktörlerle (fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, risk alma, başarıma azmi, kendine güven, uyumluluk), çalışmaya katılan katılımcıların kendilerine ait bir iş fikirlerinin olup olmadığı arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu nedenle H8b hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 24

Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde, Çalışmaya Katılan Öğrencilerin Kendilerine Ait Bir İş Fikri Olup Olmadığı Durumunun Etkisi

	t-test	sd	p	Ortalama Farkı	%95 Güven aralığı	
					Alt Limit	Üst Limit
GİRİŞİMCİLİK	6,54	479	0,000	0,27	0,19	0,36
Fırsatları değerlendirme	4,36	479	0,000	0,22	0,12	0,32
Yenilikçilik	7,66	479	0,000	0,44	0,33	0,56
Risk alma	4,34	479	0,000	0,27	0,15	0,39
Başarma azmi	2,76	479	0,006	0,14	0,04	0,24
Kendine güven	5,01	479	0,000	0,24	0,14	0,33
Uyumluluk	5,44	479	0,000	0,36	0,23	0,49

4.6.3.9. Çalışmaya Katılanların Kariyer Hedefleri, Ücretli Çalışmak veya Kendi İşini Kurmak ile İlgili Hipotez Testi

İlgili hipotezler;

H_{9a}: Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kariyer hedefleri; ücretli çalışmak veya kendi işini kurmak arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_{9b}: Girişimciliği oluşturan faktörlerle, çalışmaya katılanların kariyer hedefleri; ücretli çalışmak veya kendi işini kurmak arasında anlamlı bir farklılık vardır.

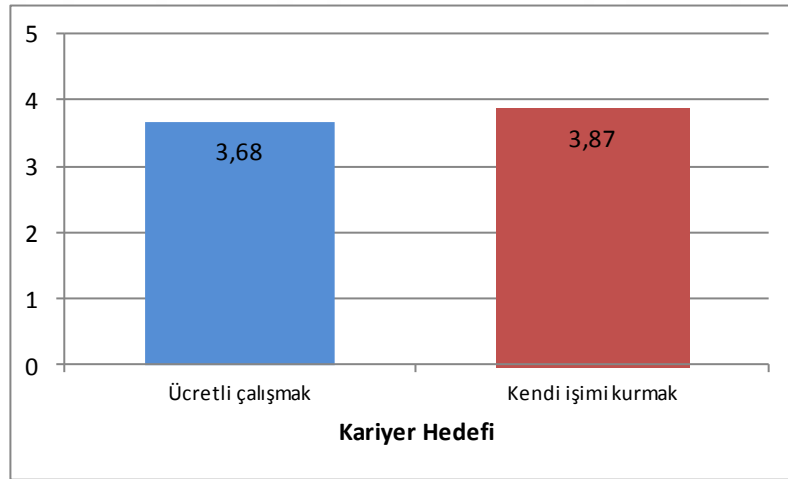
Çalışmaya katılanların %54,1'i kendi işini kurmak şeklinde bir kariyer hedeflemektedir. Çalışmaya katılanların ücretli çalışmak ve kendi işini kurmak gibi kariyer hedeflerine sahip olmalarına göre girişimcilik ve girişimcilik faktörleri için ortaya çıkardığı istatistikî sonuçlar Tablo-25'de gösterilmektedir.

Tablo 25

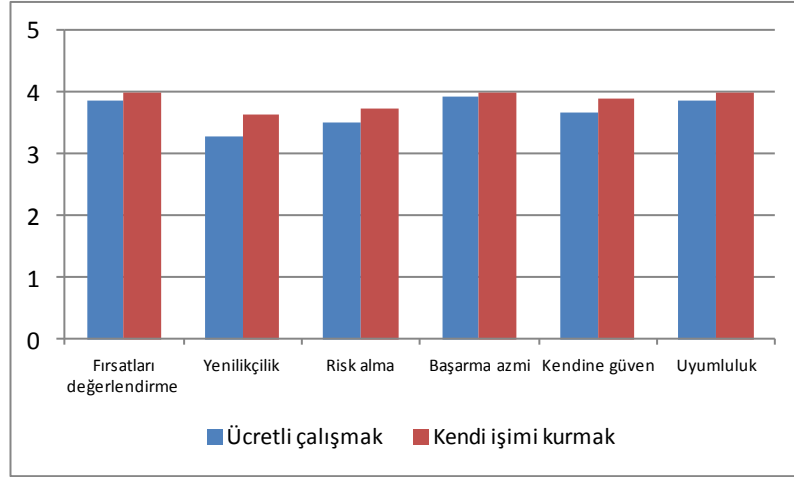
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Kariyer Hedefi Farklılığı

	Kariyer hedefi			
	Ücretli çalışmak		Kendi işimi kurmak	
	Ort	s	Ort	s
GİRİŞİMCİLİK	3,68	0,49	3,87	0,45
Fırsatları değerlendirme	3,86	0,58	4,00	0,54
Yenilikçilik	3,29	0,68	3,62	0,62
Risk alma	3,52	0,71	3,72	0,65
Başarma azmi	3,92	0,60	3,98	0,52
Kendine güven	3,67	0,54	3,89	0,50
Uyumluluk	3,84	0,77	3,99	0,73

Öğrencilerin kariyer hedeflerine göre girişimcilik ile ilgili görüşleri Şekil-18’de gösterilmektedir. Bununla birlikte, kariyer hedefinin girişimcilik faktörlerine göre dağılımının grafiği de Şekil-19’de sunulmuştur.



Şekil 18: Öğrencilerin kariyer hedeflerine göre girişimcilik değerleri



Şekil 19: Öğrencilerin kariyer hedeflerine göre girişimcilik faktörlerinde oluşan farklılıklar

Öğrencilerin kariyer hedeflerinin girişimcilik ve girişimcilik faktörleri üzerindeki etkisinin araştırılması sonucunda anlamlı farklılıklar elde edilmiştir (Tablo-29). Buna göre, kendi işini kurmak isteyen üniversite öğrencileri diğerlerine göre daha girişimci bir yapı sergilemektedirler ($p=0,000$).

Ayrıca, kendi işini kurmak şeklinde bir kariyer hedefi olan öğrenciler diğerlerine göre daha fazla fırsatları değerlendirmekte ($p=0,006$), daha yenilikçi ($p=0,000$), daha çok risk alan ($p=0,002$), daha fazla kendine güvenen ($p=0,000$) ve daha uyumlu ($p=0,034$) bir tavır ortaya koymaktadırlar.

Tablodaki bilgilere göre (Tablo-26). Girişimcilikle, çalışmaya katılanların kendi işini kurmak veya ücretli olarak çalışmak gibi kariyer hedefleri arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Çalışmaya katılanlardan, kendi işini kurmak isteyenler istatistik olarak ücretli olarak çalışmak isteyenlerden daha girişimcidirler. Buna göre H9a hipotezi kabul edilmiştir. Girişimciliği oluşturan faktörlerden fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, risk alma, kendine güven ve uyumluluk faktörleri ile, çalışmaya katılanların kendi işini kurmak ve ücretli olarak çalışmak gibi kariyer hedefleri arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. H9b hipotezi bu boyutuyla kabul edilmiş olup, girişimciliği oluşturan faktörlerden başarı azmi ile çalışmaya katılanların kendi işini kurmak ve ücretli olarak çalışmak gibi kariyer hedefleri arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu boyutuyla H9b hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 26
Girişimcilik ve Girişimcilik Faktörlerinde Çalışmaya Katılan
Öğrencilerin Kariyer Hedeflerinin Etkisi

	t-test	sd	p	Ortalama Farkı	%95 Güven aralığı	
					Alt Limit	Üst Limit
GİRİŞİMCİLİK	-4,48	479	0,000	-0,19	-0,28	-0,11
Fırsatları değerlendirme	-2,79	479	0,006	-0,14	-0,24	-0,04
Yenilikçilik	-5,63	479	0,000	-0,33	-0,45	-0,22
Risk alma	-3,15	479	0,002	-0,20	-0,32	-0,07
Başarma azmi	-1,10	479	0,271	-0,06	-0,16	0,04
Kendine güven	-4,63	479	0,000	-0,22	-0,31	-0,13
Uyumluluk	-2,13	479	0,034	-0,15	-0,28	-0,01

4.6.3.10. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özellikleriyle İlgili Bugüne Kadar Yapılmış Bazı Araştırmalar

Literatürde Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini araştıran birçok çalışma yapılmıştır bunlardan bazıları aşağıdaki gibidir;

Cansız (2007) tarafından, Süleyman Demirel Ün. Sos. Bilm. Enst.'de yapılan “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma” adlı yayınlanmış Y. Lis. Tez çalışmasında; SDÜ öğrencilerinde girişimcilik adına bir potansiyelin varlığı kanıtlanmış ancak bunun ortaya çıkarılması noktasında sıkıntılar olduğu gözlemlenmiştir bilgisine yer verilmiştir.

Avşar (2007) tarafından, Çukurova Ün. Sos. Bilm. Ens.'de yapılan “Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama” adlı yayınlanmış Y. Lis. Tez çalışmasında; Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik seviyesi orta düzeyde bir seyir göstermektedir. Bu seviye, İ.İ.B.F fakültesi için üniversite ortalamasından yüksek, tıp ve mühendislik fakültesinde üniversite ortalamasına yakın, eğitim fakültesinde ise üniversite ortalamasından daha düşük bir düzeydedir. Demografik değişkenlerin, girişimcilik eğilimini etkilediği görülmektedir. Cinsiyet açısından incelendiğinde, erkeklerin bayanlara göre daha yüksek oranda risk alma eğilimine sahip oldukları görülmektedir. Gelir seviyesi açısından

yapılan incelemede ise, yüksek gelirli ailelerden gelen öğrencilerde, yaratıcılık özelliğinin daha yüksek çıktığı görülmektedir. Demografik değişkenlerin, kişilerdeki her girişimcilik özelliğini etkilemediğini ve sadece birkaç özellik açısından etkili olduğu sonucunu vermektedir. Yani, cinsiyet faktörü girişimciyi risk alma açısından etkilerken; aile gelir düzeyi, yaratıcılık açısından ve baba mesleği ise bağımsızlık ihtiyacı ve insanlarla ilişki özelliği açısından etkileyebilmektedir, bilgilerine yer verilmiştir.

İşcan ve Kaygın (2011) tarafından, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cil:3, Sayı:2’de yayınlanan “ Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmada; öğrencilerin girişimciliğe eğimli oldukları ifade edilmiştir. Erkek öğrencilerin, “başarma ihtiyacı” ve “belirsizliğe karşı tolerans” gösterme konularında bayan öğrencilerden anlamlı derecede daha başarılı oldukları görülmüştür. Daha önce bir girişimcilik faaliyetinde bulunmuş öğrencilerin bulunmayanlara göre daha çok girişimcilik özelliği gösterdikleri görülmüştür, bilgilerine yer verilmiştir.

Patır ve Karahan (2010)’ tarafından, İşl. ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi cilt:1, sayı:2’de yayınlanan “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması” adlı çalışmada; çalışmanın sonunda, üniversite öğrencilerinin girişimcilik altyapılarının yeterli düzeyde olduğu, girişimcilik eğitimi alanların kendi iş yerini kurmaya daha yatkın olduğu sonucuna varılmıştır. Ailedeki çocukların yaş sıralamasında ortanca ve küçük çocukların büyük çocuğa göre daha girişimci oldukları. Öğrencilerin ailelerinin daha önce bir iş kurması veya tecrübelerinin bulunması, öğrencilerin girişimcilik yeteneklerini etkilemekte, onları cesaretlendirmektedirler, bilgilerine yer verilmiştir.

Karabulut (2009) tarafından, Marmara Üniv. İ.İ.B.F. dergisinde yayınlanan “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması” adlı çalışmada; öğrencilerin çoğunun girişimcilik eğitimi almalarına rağmen yeni kurulmuş bir işte çalışmadığı, kendi işini kurmadığı, mezun olunca kendi işini kurup girişimci olmak istemediği gözlenmektedir, bilgilerine yer verilmiştir.

Özman (2013) tarafından, Marmara Üniv. Sağlık Bilm. Enst. yapılan “Spor Yöneticiliği Bölümünde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyinin Değerlendirilmesi” adlı yayınlanmış Y. Lis. Tez çalışmada; spor yöneticiliği bölümünde

öğrenim gören üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri okul ile girişimcilik düzeyleri, ailelerin gelir durumları ile girişimcilik düzeyleri arasında ve kimseyle paylaşmadıkları iş fikri ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı sonuçlar elde edilmiş olup ($p<0,05$), yaş, cinsiyet, staj durumu, aylık gelir, çalışma durumu, yaşadıkları coğrafi bölge ve girişimcilik eğitimi alıp almadıkları ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı sonuçlar elde edilememiştir ($p>0,05$). Genel itibariyle öğrencilerin girişimcilik düzeyleri yüksek çıkmıştır, bilgilerine yer verilmiştir.

Örücü, Kılıç ve Yılmaz (2007), Çanakkale Onsekizmart Ünv. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Cilt.2, Sayı:2'de yayınlanan “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine Bir Uygulama” adlı çalışmada; gelir düzeyi yüksek ailelerin çocuklarının diğerlerine göre daha çok girişimci olma eğiliminde oldukları, üniversite son sınıf öğrencilerinin girişimci olma eğiliminde anlamlı derecede farklılık olmadığı, ailede girişimci kişilerin olması üniversite öğrencilerinin girişimci olma tercihlerini etkilediği, erkek öğrencilerin bayan öğrencilere göre daha girişimci oldukları, sonuç olarak üniversite son sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun girişimci eğiliminde oldukları görülmüştür, bilgilerine yer verilmiştir.

Doğan (2013). tarafından, İstanbul Ünv. Sos.Bilm.Ens.'de “Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” adlı yayınlanmış doktora tez çalışmada; girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin çoğunlukla cinsiyet, ailede kendi işini kuran 1. derece yakını olma ve Fakülte eğitimi süresince girişimcilik ya da küçük işletmelerle ilgili bir dersin alınması, durumları tarafından etkilenmediği sonuçlarına varmak mümkündür, bilgilerine yer verilmiştir.

Aleybeyoğlu Küçük (2014) tarafından, Türk Hava Kurumu Ünv.'de“Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi, Abant İzzet Baysal Ünv. Örneği” adlı yayınlanmış Y. Lis. Tez çalışmasında; Erkek öğrenciler (2,03), kadın öğrencilere oranla (1,93) girişimciliğe daha fazla önem vermekte ve girişimci olmak istemektedirler. Girişimcilik algısı ve yaş arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Ailelerinde girişimci olan öğrencilerin (2,08), ailelerinde girişimci olmayan öğrencilere oranla (1,95) girişimciliğe daha fazla önem vermekte ve girişimci olmak istemektedirler. Tüm alt boyutlarla girişimcilik eğitimi alma durumu arasında anlamlı ilişki mevcuttur, bilgilerine yer verilmiştir.

Girişimcilik, farklı bilim dalları tarafından farklı bakış açılarıyla tanımlanmış ve ortak olarak net bir tanımlı yapılamamış bir kavramdır. Girişimcilik; özellikleri, özelliklerini etkileyen faktörlerin çokluğu ve karmaşıklığı nedeniyle üzerinde çok çalışma yapılması gereken, açıklanması zor ve karmaşık bir kavramdır. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin araştırmasına yönelik yapmış olduğum bu çalışmayla girişimcilik konusuna katkı sunmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmayı üniversite öğrencilerinin girişimcilik özellikleriyle ilgili yapılan diğer araştırmalardan farklı kılmak amacıyla, diğer araştırmalarda fazla değinilmemiş konulara ağırlık verilerek konuya katkı sunmaya çalışılmıştır. Örneğin; yukarıdaki çalışmalar incelendiğinde; kardeş sayısı, ailede kaçınıcı kardeş olunduğu, anne ve babanın eğitim düzeyi, bu yaşa kadar herhangi bir işte çalışılıp çalışılmadığı, kimseyle paylaşılmayan iş fikirlerinin olup olmadığı, kariyer hedeflerinin neler olduğu gibi konularına pek değinilmemiştir. Çalışmamda ise bu konulara özellikle değinilerek girişimcilik konusunda araştırması fazla yapılmamış konulara katkı sunmaya çalışılmıştır. Ayrıca yaş, ailede kendi işini yapan yakınının olup olmadığı gibi üzerinde fazla çalışma yapılan bazı konulara da değinilerek mevcut çalışmaları pekiştirici katkılar sunmaya çalışılmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Girişimcilik ekonomi için büyük önem arz etmektedir. Çünkü girişimciler her sektörde, değişik ölçeklerde işletmeler kurarak, piyasa şartlarına uygun, rekabet edebilme güçleri yüksek mal ve hizmetler üretebilmektedirler. Girişimciler toplumun ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin üretimlerini gerçekleştirirler. Aynı zamanda; istihdama katkıda bulunurlar, yeni teknolojiler kullanarak ve yenilikleri geliştirerek ekonomide verimliliği artırır, piyasalarda rekabet ortamı oluştururlar, yurt içi piyasalara olduğu kadar yurt dışı piyasalara yönelik üretim yaparak ihracat artışına yol açarlar, ekonomik kalkınma ve büyümeyi hızlandırır ve ekonomiye sağlamış oldukları benzer katkılar nedeniyle toplumsal refah artışına yol açarlar. Girişimciler bu özelliklerinden dolayı toplumda önemli bir yere sahiptirler. Bu nedenle toplumda girişimcilik özelliklerine ve potansiyeline sahip bireylerin sayısının artması, değişik ölçeklerde daha fazla işletme açılması, daha fazla üretim gerçekleşmesi ve daha fazla ekonomik ve sosyal kazanç elde edilmesi sonucunu doğurur. Üniversite öğrencileri sahip oldukları özellikler gereği yüksek girişimcilik potansiyeline sahiptirler. Bu çalışmada girişimcilik açısından büyük öneme sahip olan, üniversite öğrencilerinin girişimcilik özellikleri araştırılmış ve bunların nelerden etkilendiği incelenerek, toplum için önemi her geçen gün artan girişimcilik konusuna katkıda bulunulmak istenmiştir.

Bu amaca ulaşmak için Sakarya Üniv. S.B.F. öğrencileriyle yüz yüze anket çalışması yapılmış, bu çalışma neticesinde değerlendirmeye alınabilecek 481 anket elde edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen bu anketler SPSS programı ile istatistik olarak analiz edilmiş ve elde edilen bulgular incelenerek oluşturulan hipotezler açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmaya katılan katılımcıların yaşları ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş ve test sonucuna göre, 26 ve üzeri yaşa sahip olanlar 25 ve altı yaşa sahip olanlardan daha fazla girişimci oldukları tespit edilmiştir. Çalışmaya katılan katılımcıların yaşları ile girişimciliği oluşturan faktörlerden fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, başarıya azmi, kendine güven, uyumluluk arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş olup, risk alma faktörüyle ilgili istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmaya katılan katılımcıların kardeş sayıları ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Girişimciliği oluşturan faktörlerden yalnız risk alma faktörüyle çalışmaya katılanların kardeş sayıları arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş olup diğer faktörler açısından istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmaya katılan katılımcıların ailelerinde kaçınıcı kardeş oldukları ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ve yapılan inceleme sonucunda çalışmaya katılanlardan en küçük kardeşin en büyük kardeşe göre daha girişimci olduğu tespit edilmiştir. Girişimciliği oluşturan faktörlerle çalışmaya katılanların ailelerinde kaçınıcı kardeş oldukları arasında, yenilikçilik, risk alma, uyumluluk açısından istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuş olup, diğer faktörler açısından istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmaya katılanların anne ve babalarının eğitim düzeyleriyle, girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Çalışmaya katılanların anne ve babalarının eğitim düzeyleriyle, girişimciliği oluşturan faktörler arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmaya katılanların bu güne kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadıkları ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yapılan inceleme sonucunda, çalışmaya katılanlardan bu güne kadar herhangi bir işte çalışanlar, bu güne kadar herhangi bir işte çalışmayanlara göre daha girişimci oldukları tespit edilmiştir. Çalışmaya katılanların bu güne kadar herhangi bir işte çalışıp çalışmadıkları ile, girişimciliği oluşturan faktörler fırsatları değerlendirme, risk alma, başarıma azmi ve uyumluluk faktörleri arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yenilikçilik ve kendine güven açısından istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Öğrencilerin derslerini olumsuz etkilemeyecek şekilde ve kanuni şartlara uymak kaydı ile, yaz tatillerinde öğrencilere belli bir iş tecrübesi kazandırmaya çalışmak, toplumdaki girişimcilik düzeyinin geliştirilmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

Çalışmaya katılanların birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmaması ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Çalışmaya

katılanların birinci derece yakınlarından kendi işini yapan olup olmaması ile girişimciliği oluşturan faktörler arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmaya katılanların kendilerine ait bir iş fikirlerinin bulunup bulunmaması ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Test sonuçlarına göre, çalışmaya katılanlardan kendilerine ait bir iş fikri olanlar kendilerine ait bir iş fikri olmayanlara göre daha girişimci bulunmuşlardır. Çalışmaya katılanların kendilerine ait bir iş fikirlerinin bulunup bulunmaması ile girişimciliği oluşturan faktörlerin tamamı arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. İler ki yaşamlarında bir işletme kurabilmeleri için, öğrencileri kendilerine ait bir iş fikri geliştirme konusunda teşvik etmek ve özendirmek girişimciliğin geleceği açısından önem arz etmektedir.

Çalışmaya katılanların kariyer hedefi olarak kendi işini kurmak veya ücretli çalışmak isteyenler ile girişimcilik arasında istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Test sonuçlarına göre, çalışmaya katılanlardan kendi işlerini kurmak isteyenler, ücretli olarak çalışmak isteyenlere göre daha girişimci bulunmuşlardır. Çalışmaya katılanların kariyer hedefi olarak kendi işini kurmak veya ücretli çalışmak isteyenler ile girişimciliği oluşturan faktörlerden başarıma azmi ile istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış olup, diğer faktörlerle istatistik olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Üniversite öğrencileri girişimcilik potansiyeli yüksek bireylerdir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini artırıcı yönde gerekli çalışmalar yapılmalı ve gereken destekler verilmelidir. Bu durum toplumun sosyal ve ekonomik yapısı açısından büyük önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Akgemici, T. (2001). “*Kobi’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*”. Ankara: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Yayınları.
- Akın, H.B. (2010). “*Girişimcilik ve İş Fikrinin Doğuşu*”. H.B.Akın. (Ed). Temel İşletme: Girişimcilik, İş Kurma ve Yönetim içinde. Ankara: Adres Yayınları. 2010, 77-88.
- Akpınar, S. (2009). “*Girişimciliğin Temel Bilgileri*” , Kocaeli : Umuttepe Yayınları.
- Alpugan, O. (1998). “*İşletme Bilimine Giriş*”. İkinci Basım. Trabzon: Per Yayınları.
- Atasoy, T. (2012). “*Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik*”.2.Basım. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Geliştirme Vakfı Yayınları.
- Başar, E. , H.Altın ve V.Doğan. (2013). “*Girişimcilik*”. Geliştirilmiş 2.Basım. Ankara : Nobel Akademik Yayıncılık.
- Başar, M. (2008.a). “*Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri*”, Y.Odabaşı.(Ed). Girişimcilik içinde. Eskişehir: TC Anadolu Üniversitesi Yayınları. A.Ü.Yayın No:1567. AÖF Yayın No:824. 2008, 1-18.
- Başar, M. (2008.b). “*İç Girişimcilik*”. Y.Odabaşı.(Ed). Girişimcilik içinde. Eskişehir: TC Anadolu Üniversitesi Yayınları. A.Ü.Yayın No:1567. AÖF Yayın No:824. 2008, 63-80.
- Bayarçelik, E.B. (2012) . “*Entelektüel Sermayenin Girişimsel Oryantasyona Etkisi ve Firma Performansı ile İlişkisi*”. Doktora tezi, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Besler, S , . (2010). “*Sosyal Girişimcilik*”. S.Besler. (Ed). Sosyal Girişimcilik içinde. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. 2010, 3-28.
- Bozacı, İ. (2015). “*Girişimcilik (Örnekler ve İş Planı Rehberli)*”, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2011). “*Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*” . Ankara: Detay Yayıncılık.
- Börü, D. (2006). “*Girişimcilik Eğilimi. Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*”. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları. M.Ünv. Yayın No:733. Sosyal Bilm. Enst. Yayın No:21.
- Büyük, Ö. (2014). “*Girişimcilik Üzerine Notlar*”. İstanbul: Paradigma Akademi Yayınları.
- Cansız, M. (2013).”*Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği Ankara: T.C.Kalkınma Bakanlığı Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü*”. Araştırma Geliştirme ve Girişimcilik Daire Başkanlığı. Yayın No: 2850
- Ceylan A ve A.Anbar. (2014). “*Modern İşletmecilik*”. Bursa: Ekin Yayınevi
- Çelik, A. , T.Akgemici ve M.Ş.Şimşek. (2013). “*Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*”, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Çelik, A. ve T.Akgemici. (1998). “*Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler*”. Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım.
- Çetin, C. ve E.Can Mutlu. (2010). “*Temel İşletmeciliğe Giriş*”. 2. Baskı İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Çetindamar, D. ve M.Pımarcıoğlu. (2002). “*Türkiye’de Girişimcilik*”. İstanbul: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği. Yayın No.TÜSİAD-T/ 2002-12/340. Lebib Yalkın Yayınları.
- Çırpan, H. (2008). “*Girişimcinin Yol Haritası*”. İstanbul: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD).
- Çokgezen, M. (2012). “*Türkiye’de Devlet Girişimcilik ve Yerel Kalkınma*”. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

- Çukacı, Y.C. (2009). “*Küçük İşletmelerin Çeşitleri, Ekonomiye Katkıları ve Kuruluş Süreçleri*”. Tikici,M ve A.Aksoy (Ed). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler içinde Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. 2009.69-90.
- Demir, S. (2015). “*Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri*”. İ.Bakan.(Ed), “*Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konular*”. Ankara: Gazi Kitapevi. 2015, 93-121.
- Demirel, E.T ve N.Akbıyık . (2009). “*Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı*”. Tikici, M ve A.Aksoy (Ed). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler. içinde Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. 2009-5-67
- Doğan, S. (2010), “*Avrupa Birliği'nin Girişimcilik Politikası KOBİ Yaklaşımı ve Türkiye*”. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No:2010- 80.
- Dolgun, U. (2003). “*Girişimcilik*”. Bursa: Alfa Basın Yayın ve Dağıtım.
- Döm, S. (2008). “*Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*”. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erdoğmuş, N. (2007). “*Aile İşletmeleri Yönetim Devri ve İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi*”. İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD) Yayınları. Yayın No:6.
- Eren, E. (2004). “*Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*”. Genişletilmiş 8.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Eyuboğlu, D. (2007). “*Girişimcilik Eğitimi*”. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları. No:697.
- Gülaçtı , M.,(2014). “*Girişimcilik ve İş Planı Süreci*”. H. Karadal (Ed.), Girişimcilik içinde, Geliştirilmiş 3.Baskı, İstanbul: BETA Basım Yayım Dağıtım. 2014, 303-319.
- Güldaval , K.T. , (2016). “*Orta Gelir Tuzağı ve Kadın Girişimciliği*”. Ankara: Nobel Yayınları.
- Güler Kümbül, B. (2010). “*Sosyal Girişimcilik*”. Ankara :Eflatun Basın Dağıtım Yayıncılık (Efil Yayınevi).

- Güney, S. (2008). “*Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*”. Genişletilmiş 3. Baskı Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Güney, S. (2009). “*Davranış Bilimleri*”. 6.Baskı. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Gürdoğan, N. (2008). “*Girişimcilik ve Girişim Kültürü*”. İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD) Yayınları.
- Gürol, M.A. (2006). “*Küresel Arena’da Girişimci ve Girişimcilik*”. Ankara: Gazi Kitabevi.
- İlter, B. (2010). “*Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi “KADİGER Örneği”*” adlı yayınlanmış doktora tezi Ankara: Adalet Yayınevi.
- İrmiş, A, İ.Durak ve L.Özdemir. (2010). “*Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*”. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- Karabulut , A.T. (2009 a). “*Girişimcilik ve Sürdürülebilirliği*”. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.
- Karadal, H. (2014), “*Girişimcilik Bilgisi ve Stratejik Girişimcilik*”. .H. Karadal (Ed.), Girişimcilik içinde, Geliştirilmiş 3.Baskı, İstanbul: BETA Basım Yayım Dağıtım. 2014, 23-51.
- Karakaş, A.F, (2013), “*Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi*”. N.Yelkikalan (Ed). Girişimcilik içinde. İstanbul. Beta Basım Yayın Dağıtım. 2013, 3-22.
- Kaya, A. (2007). “*Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi*”. Genişletilmiş 2. Baskı Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Kutunis, R.Ö. (2010 .a). “*Örgüt Kültürü Ders Notları*”. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Kutunis. R.Ö. (2006 .b). *Girişimci Kadınlar*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Küçük, O. (2011). “*Stratejik İşletme Bilgisi ve Yönetimi*”. İkinci Baskı Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Marangoz, M. (2012). ”*Girişimcilik*”. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Mirze , S.K. (2010). “*İşletme*”. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Mucuk, İ. (2013). “*Modern İşletmecilik*”. Gözden Geçirilmiş 18.Basım. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Müftüoğlu,M.T. (2003). “*Türkiye’de Girişimcilik*”. T.Durukan.(Ed).Girişimciler İçin İşletme Yönetimi İçinde. Ankara. Gazi Kitapevi. 427-478.
- Nişancı,Z.N. (2015 a). “*Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar: Girişim / Girişimci/ Girişimcilik*”. İ.Bakan.(Ed). Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konular içinde, Ankara: Gazi Kitapevi. 2015, 1-22.
- Nişancı,Z.N. (2015 b). “*Ekonomik Girişimcilik Özgürlük ve Girişimcilik*”. İ.Bakan.(Ed). Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konular. İçinde Ankara: Gazi Kitapevi.393-424.
- Özdevecioğlu, M. (2014), “*Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi*”. H.Karadal (Ed.), Girişimcilik içinde, Geliştirilmiş 3.Baskı. İstanbul: BETA Basım Yayım Dağıtım. 2014, 9-22.
- Özdevecioğlu, M.ve M.Karaca. (2015). “*Girişimcilik Girişimci Kişilik Kavram ve Uygulama*”. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Özkaşıkçı, I. (2013) . “*Dijital Çağ’da Girişimcilik Ekosistemi*”. İstanbul: Butik Yayıncılık.
- Öztürk, İ. (2008). “*Girişimcilik Raporu*”. İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği. (İGİAD). Yayınları. Yayın No:8.
- Pazarcık, Y. , (2015) , “*Türk Kültüründe Girişimcilik*”, A. Akdemir. (Ed.) Bireyin, kurumun, şehrin, bölgenin ve ülkenin kurtuluş yolu; öğrencinin prestijli kariyer yolu Girişimcilik ve İş Kurma içinde. Ankara: Orion Kitapevi. 2015, 79-112.
- Saldamlı, A. (2014), “*Stratejik Girişimcilik*” .H. Karadal (Ed.), Girişimcilik içinde, Geliştirilmiş 3.Baskı, İstanbul: BETA Basım Yayım Dağıtım. 2014, 179-189.

- Sanlıtop, G. (2005). “*Kuvözde Çocuk Büyütmek Başarılı Bir Girişimciden Girişimcilik El Kitabı*”. İstanbul: Akis Kitap.
- Sarıaslan, H. (1994). “*Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi*”. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yayınları. Yayın No: Genel 281; Böm:25.
- Savaş, V. (2000). “*İktisatın Tarihi*”. 4. Baskı Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Soylu, A. (2011). “*Türkiye’de Kamu Destekli Girişimcilik*”. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Soysal, A. (2015). “*Girişimcilik Kültürü*”. İ.Bakan.(Ed),Girişimcilik ve Girişimcilikte Seçme Konular. Ankara: Gazi Kitapevi. 2015 ,189-220.
- Şener, S ve E.Haykır. (2015). “*Girişimciliğin Fonksiyonları*”. A.Akdemir.(Ed.) Bireyin, kurumun, şehrin, bölgenin ve ülkenin kurtuluş yolu; öğrencinin prestijli kariyer yolu Girişimcilik ve İş Kurma içinde. Ankara: Orion Kitapevi. 2015, 23-38.
- Şimşek, M. (2004) İş Hayatında Mükemmellik. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Tekin, M. (2009). “*Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü, Girişimcilik*”. Yenilenmiş 5.Baskı, Konya: Günay Ofset Matbaacılık.
- Tiryaki, A. (2012). “*İktisat Teorisinde Girişimcilik*”. B.Z. Erdoğan (Ed.) Girişimcilik ve Kobilere Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri içinde. Bursa: Ekin Basım Yayın ve Dağıtım. 2012, 7-23.
- Top, S. , (2012 a). Girişimcilik Keşif Süreci.2.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Top, S. ,(2015 b). “*İş Planı, A. Akdemir. (Ed.) Bireyin, kurumun, şehrin, bölgenin ve ülkenin kurtuluş yolu; öğrencinin prestijli kariyer yolu Girişimcilik ve İş Kurma içinde*”. Ankara: Orion Kitapevi. 2015, 167-242.
- Tosunoğlu, B.T. (2008). “*Girişimcilik ve Ekonomik Gelişme*”. Y.Odabaşı.(Ed). Girişimcilik içinde. Eskişehir: TC Anadolu Üniversitesi Yayınları. A.Ü.Yayın No:1567. AÖF Yayın No:824. 2008, 145-160.

- Tuncer, D. , D. Y. Ayhan ve D. Varoğlu. (2008). “*Genel İşletmecilik Bilgileri*”. Ankara. Siyasal Yayınevi.
- Tutar,H ve O. Küçük.(2003). “*Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*”. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uluyol, O. (2011). “*Finansal Yönetim Boyutuyla Türkiye 'de Girişimcilik*”. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Uzkurt, C. (2012). “*Yenilikçi Girişimcilik*”. B.Z. Erdoğan (Ed.) Girişimcilik ve Kobiler Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri içinde Bursa: Ekin Basım Yayın ve Dağıtım. 2012,41-66.
- Yıldırım, H. (2008). “*Girişimcilik Ateşi ve İş Melekleri*”. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Yıldız, H.H. (2012). “*Girişimcilik*”. İstanbul: Rota Yayınları.
- Yörük, N.ve Ü.Ban. (2003). “*KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama*”. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Yurtseven, H.R. (2007). “*Girişimcilik Küçük Bir İşletme Kurmak ve Yönetmek*”. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurttadur, M. (2011). “*K.O.B.İ Yönetimi ve Büyüme*”. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Sürelili Yayınlar

- Aşkın, A, S. Nehir, S.Ö. Vural. (2011). “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 6.2: 55- 72. [gdk.comu.edu.tr/ images/ form /dosya / dosya- 338331. pdf](http://gdk.comu.edu.tr/images/form/dosya/dosya-338331.pdf). 25.01.2016.
- Bakırtaş, H ve A. Tekinşen. (2006). “E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri”. *Selçuk Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16, 125-138.

- Balaban, Ö. ve Y.Özdemir. (2008). “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği”. *ÇOMÜ. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 3.2, 133-148.
- Biol, Y.E. , M.Tuncay ve H.İ.Kaya , (2014). “İktisadi Gelişme Açısından Girişimcilik Kültürü: Sivas, Tokat ve Amasya İllerinde Bir Uygulama”. *ÇOMÜ. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 9.2, 233-252
- Bozkurt, Ö , (2006). “Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi”, *ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1.2: 93-111. Acikerişim . lib. comu. edu. tr. 27.01.2016
- Güney, S ve A. Nurmakhamatuly . (2007). “Kültürün girişimciliğe etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10.18 : 62 – 86).
- Güreşçi, E. (2014). “Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği”. *ÇOMÜ. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 9.1 , 23-38.
- İlhan, S. (2006 a). “KOBİ’ler: Sosyo – Ekonomik Bir Perspektif”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16.2: 269-289.
- İlhan, S. (2003 b). “Sosyo – Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler”. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 11. Güz: 61-79 <http://www.sobbiad.mu.edu.tr/index.php/asd/issue/view/28>. 02.06.2016.
- İrmiş, A. ve E.Barutçu. (2012). “Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 26.2 : 1-25 e-dergi. atauni.edu. tr/ atauniiibd /article /view /1025007349/1025006759. 19.01.2016.
- İşcan, Ö. F. ve E. Kaygın. (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*

Dergisi 15,2: 443-462. <http://e-dergi.atauni.edu.tr/ataunisosbil/article/view/1020007669/1020006833> 02.06.2016.

Karabulut, A.T. (2009 b). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*. 26.1: 331-356.

Keskin, S. (2014), “Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu”. *ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 9:1, 71-94.

Naktiyok, A. ve S.Bayrakkök. (2006). “Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 8.2: 77- 96. <http://www.iibfdergi.aku.edu.tr/pdf/8-2/4.Pdf>. 02.06.2016.

Ören, K. ve M. Biçkes.(2011). “Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri. (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 16.3 , 67-86 <http://iibfdergi.sdu.edu.tr/tr/yayinlanmis-sayilar/yil-2011-cilt-16-sayi-3-5261s.html>. 02.06.2016.

Uluköy, M., C. Demireli ve V. Kahya. (2013). “Kosgeb Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması”. *ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 8.2, 79-96. gdk.comu.edu.tr/images/form/dosya/dosya.-393578.pdf. (4 Ocak 2016).

Yelkikalan, N. , G.Kandemir ve M.Serez. (2006).“Girişimcilik Mesleği ve Türkiye’deki İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri’nde Girişimcilik Eğitimi”. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4.1: 218 – 235. ybd.comu.edu.tr/images/form/dosya/dosya. 12.02.2016.

Yelkikalan, N. , A. Akatay , H.M.Yıldırım, Y.Karadeniz. ve diğerleri. (2010). “Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz”. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 12.19: 51-59. www.kmu.edu.tr/userfiles/file/aralik2010/51-59.pdf. 19.01.2015.

Yılmaz, E. ve A.M.Sümbül.(2009). “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 21:195-203.

Zeren, H.E. (2012). “Kent Markalaşması Sürecinde İç Girişimcilik Faktörü”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 02.01: 95-104.

Diğer Yayınlar

Bakan, İ. , A.M.Eyitmiş ve E.Yılmaz . (2008) , KOBİ’lerde İnovasyon Kültürünün Gelişmesinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesine İlişkin Bir Araştırma: Kahramanmaraş ve Gaziantep KOBİ örneği.7.Anadolu İşletmecilik Kongresi. Çorum: Hitit Ün. İkt.ve İdari Bilim. Fak.İşletme Bölümü ve Milli Produktivite Merkezi (MPM) , 147-156.

Göçmen, S. (2007). İşletmelerde Girişimcilik Özelliklerini Destekleyen Faktörler: “İç Girişimcilik” Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Manisa: Celal Bayar Ün. SBE.

Hız, G. ve K. Karaosmanoğlu. (2015) , Başarılı Girişimciler Girişimci Adaylarına Rol Model Olabiliyorlar mı? Marangoz, M , K.Karaosmanoğlu ve G. Hız.(Ed.) , 2. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı. İstanbul: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 384-390.

Karataş, A. (2015), Ekonomik Kalkınma ve Sosyal Girişimcilik Açısından Sivil Toplum Kuruluşlarının Önemi: TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Örneği. Marangoz, M, K. Karaosmanoğlu ve G. Hız.(Ed.) , 2. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı. İstanbul: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 563-576.

Kinay, H.F. (2006) , Girişimcilik, Kalkınma ve Rekabet İlişkisi Kütahya’da Kobilerin Girişimcilik Profili, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi SBE.

KOSGEB , (2005) , Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, <http://www.kosgeb.gov.tr>, 05.02.2016

Kurtboğanoğlu, B. , (2013), Elektronik Girişimcilik Aracı Olarak İnternet Ortamının Kullanılması ve Değerlendirilmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.



EKLER

Ek-1: Araştırma Anketi

ANKET FORMU

Sayın katılımcı, bu anket çalışması Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini incelemeye yönelik olarak yapılmaktadır.

Bu anketin sonuçları bilimsel bir çalışma için kullanılacaktır (Yüksek Lisans tez çalışması). Bu anketin uygulanması için ilgili mercilerden gerekli izinler alınmıştır. Bu araştırmadan sağlıklı sonuçlar elde edebilmemiz için yanlış beyanlardan kaçınmanız büyük önem arz etmektedir.

Bu araştırma için yapacağımız yardım ve göstereceğinize inandığım yakın ilgiye teşekkür eder saygılar sunarım.

Yrd. Doç. Dr. Zeynep HATİPOĞLU

Ahmet DEMİRHAN

Tez Danışmanı

N.Ü.Y.Lisans Öğr.

E-Mail: ahmet.demirhan@ogr.sakarya.edu.tr

* Bu anketin ikinci kısmında yer alan ve 36 adet soru içeren “Üniversite öğrencileri girişimcilik ölçeği” kısmı, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin 2009 yılı, 21. Sayısının, 202-203. sayfalarında yayımlanan ve Prof.Dr.Ercan YILMAZ, Prof.Dr.Ali Murat SÜMBÜL tarafından yazılan “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi” adlı makaleden alınmıştır.

1. KISIM:

Lütfen aşağıdaki sorularda size en uygun olan seçeneğe “X” işareti koyarak beyanınızı belirtiniz. Örneğin : (X).

1-Cinsiyetiniz : () Bay , () Bayan

2- Yaşınız :.....

3- Medeni durumunuz : () Evli , () Bekar

4 – Kaç Kardeşiniz ?

() Ailenin tek çocuğuyum.

() Bir kardeşim var.

() İki kardeşim var.

() Üç kardeşim var

() Dört kardeşim var.

() Beş kardeş ve yukarısı.

5- Ailede Kaçınıc Kardeşiniz?

() Ailenin tek çocuğuyum.

() En küçük kardeşim.

() Ortanca kardeşim

() En büyük kardeşim.

6 – Hangi Bölümde Okuyorsunuz? Lütfen Yazınız.

- Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü
 Finansal Ekonometri Bölümü
 İktisat Bölümü
 Maliye Bölümü
 Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü
 Uluslar Arası İlişkiler

7 - Hangi Sınıftasınız?

1. Sınıftayım.
 2. Sınıftayım.
 3. Sınıftayım.
 4. Sınıftayım.

8 - Lütfen aşağıdaki soruyu anne ve babanız için ayrı ayrı cevaplandırınız?

	ANNE	BABA
Eğitim Durumu	<input type="checkbox"/> Hiçbir okul bitirmedi <input type="checkbox"/> İlk Okul <input type="checkbox"/> Orta Okul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite	<input type="checkbox"/> Hiçbir okul bitirmedi <input type="checkbox"/> İlk Okul <input type="checkbox"/> Orta Okul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite

9 – Bu yaşa kadar herhangi bir işte çalıştınız mı ?

- Evet , Hayır

10- Ailenizde ; 1. Derecede yakınlarınızda kendi işini yapan var mı ?

- Evet , Hayır

11- Kimseyle paylaşmadığınız ve kendinize ait olan bir iş fikriniz var mı?

- Evet , Hayır

12 – Kariyer hedefi olarak ne yapmayı düşünüyorsunuz ?

- Başkasına ait bir işyerinde ücretli olarak çalışmak istiyorum.
 Kendi işimi kurup çalışmak istiyorum.

2. KISIM: Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği

Aşağıdaki “Üniversite öğrencileri girişimcilik ölçeğinde” verilen ifadelerden size en uygun olan seçeneği, “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz. Örneğin : (X).

MADDELER	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Çok sık
1	İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım	()	()	()	()
2	Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.	()	()	()	()
3	İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.	()	()	()	()
4	İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.	()	()	()	()
5	Kendi işimi kurabilirim.	()	()	()	()
6	İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.	()	()	()	()
7	Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim .	()	()	()	()
8	Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.	()	()	()	()
9	Denemediklerimi denemekten çekinmem.	()	()	()	()
10	Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim.	()	()	()	()
11	Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.	()	()	()	()
12	Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.	()	()	()	()
13	Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem	()	()	()	()
14	Hayatımı dış etkenlere bırakmam.	()	()	()	()
15	Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.	()	()	()	()
16	Risk almaktan çekinmem.	()	()	()	()
17	Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.	()	()	()	()
18	Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projeler üzerinde çalışmayı severim.	()	()	()	()
19	Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.	()	()	()	()
20	Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.	()	()	()	()
21	Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.	()	()	()	()
22	Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırebiliriz.	()	()	()	()
23	Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.	()	()	()	()
24	Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmaktan sorun yaşamam.	()	()	()	()
25	Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	()	()	()	()
26	Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.	()	()	()	()
27	Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.	()	()	()	()
28	Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.	()	()	()	()
29	Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.	()	()	()	()
30	İşimde ve çalışmalarımında ortaya çıkan değişimlere açığım	()	()	()	()
31	İşimi severek ve azimle yaparım	()	()	()	()
32	İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür	()	()	()	()
33	İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.	()	()	()	()
34	Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	()	()	()	()
35	İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim	()	()	()	()
36	Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	()	()	()	()

* (YILMAZ ve SÜMBÜL, 2009.202-203)

Anket bitti anketimize katıldığınız için teşekkür ederiz.