



**GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE
KORKULARININ GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİNE
ETKİSİ: AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Fatma ATAY
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hülya ÖCAL
Haziran, 2022
Afyonkarahisar

T.C
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM VE ORGANİZASYON ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE
KORKULARININ GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİNE
ETKİSİ: AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Hazırlayan

Fatma ATAY

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hülya ÖCAL

AFYONKARAHİSAR 2022

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Girişimci Olma Motivasyonu Ve Korkularının Girişimci Olma Eğilimine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça ’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

31/06/2022

İmza

Fatma ATAY

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ENSTİTÜ ONAYI

Öğrencinin	Adı- Soyadı	Fatma ATAY
	Numarası	180612107
	Anabilim Dalı	İşletme
	Programı	Yönetim ve Organizasyon
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı		Girişimci Olma Motivasyonu ve Korkularının Girişimci Olma Eğilimine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
Tez Savunma Sınav Tarihi		21.07.2022
Tez Savunma Sınav Saati		14.00

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☒oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
MÜDÜR

ÖZET

GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE KORKULARININ GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİNE ETKİSİ: AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Fatma ATAY

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Temmuz, 2022

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hülya ÖCAL

Bu çalışmanın amacı girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi üzerindeki etkisini incelemektir. Girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla Afyonkarahisar ilinde Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencileri üzerinde araştırma yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda girişimci olma motivasyonunun girişimci olma eğilimi üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu, Girişimci olma Korkularının ise girişimci olma eğilimi üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, girişimci olma motivasyonu, girişimci olma korkuları, girişimci olma eğilimi

ABSTRACT

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP MOTIVATION AND FEAR ON ENTREPRENEURSHIP TENDENCIES: A RESEARCH ON AFYON KOCATEPE UNIVERSITY STUDENTS

Fatma ATAY

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE
DEPARTMENT OF BUSINNES**

July, 2022

Advisor: Asist.Prof.Dr Hülya ÖCAL

The aim of this study is to examine the effect of entrepreneurial motivation and fears on the tendency to become entrepreneurs. In order to reveal the effect of motivation and fear of being an entrepreneur on the tendency to be an entrepreneur, a research was conducted on Afyon Kocatepe University students in Afyonkarahisar. In line with the findings obtained as a result of the analyzes, it was determined that the motivation to be an entrepreneur has a positive and significant effect on the tendency to be an entrepreneur, while the Fear of being an entrepreneur has a negative and significant relationship on the tendency to be an entrepreneur.

Keywords: Entrepreneurship, motivation to be entrepreneur, fears of being entrepreneur, tendency to be entrepreneurial

ÖN SÖZ

Doğduğum günden bu yana bana her türlü imkânı sağlayan, her zorlukta yanımda olan ve bu yaşlara gelmemi sağlayan annem Hava Atay ve babam Mustafa Atay başta olmak üzere dedem Ahmet Atay ve babaannem Fatma Atay'a her zaman yanımda olan kardeşlerim Ahmet Atay ve Hasan Atay a en kalbi duygularıyla teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışması sürecinde, ilgisini ve desteğini esirgemeyen, akademik bilgisi ile her zaman yanımda olan, zor zamanlarda kolaylık sağlayan, değerli hocam Prof. Dr. Belkıs Özkara'ya en içten duygularıyla teşekkürlerimi sunarım. Önerilerini ve desteğini esirgemeyen, bilgisi ve ilgisi ile her zaman yanımda olan, sabırla ve şefkatle bana her türlü kolaylığı sağlayan, değerli hocam tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Hülya Öcal'a teşekkürlerimi sunarım. Bunun yanı sıra çalışmanın her alanında yardımları ile yanımda olan değerli arkadaşlarım Şule Öz, Barış Şahin, Adem Tol'a ve İrem Yetiz'e teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca anket çalışmaları sürecinde yardımcı olan bilgisiyle yol gösteren ve çalışmanın her alanında katkısını sunan değerli istatistik hocam Mustafa Enes Tepe ve çalışmanın gerçekleştirilmesinde izin sağlayan tüm kişi ve kurumlara da teşekkür ederim.

Fatma ATAY

2022, Afyonkarahisar

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
YEMİN METNİ.....	ii
ENSTİTÜ ONAYI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLOLAR LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI	3
2. GİRİŞİMCİLİK.....	5
3. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ.....	6
4. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	9
4.1. KÜÇÜK İŞLETME GİRİŞİMCİLİĞİ.....	9
4.2. BÜYÜK İŞLETME GİRİŞİMCİLİĞİ.....	9
4.3. ÖLÇEKLENEBİLİR GİRİŞİMCİLİK	9
4.4. ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK.....	10
4.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK.....	10
4.6. ÇEVRESEL GİRİŞİMCİLİK	10
4.7. TEKNO GİRİŞİMCİLİK.....	11
4.8. HUSTLER GİRİŞİMCİLİĞİ.....	11
4.9. YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLİK	11
4.10. TAKLİTÇİ GİRİŞİMCİLİK.....	11
4.11. SİBER GİRİŞİMCİLİK.....	11
4.12. KAMU GİRİŞİMCİLİĞİ.....	12
4.13. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	12
4.14. GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ	12
4.15. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK	12
5. KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİLİK	13
5.1. GİRİŞİMCİLİKTE KİŞİLİK FAKTÖRÜNÜN ÖNEMİ	13
5.2. GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER	14
5.2.1. Kalıtsal Faktörler	14
5.2.2. Aile Faktörü	14
5.2.3 Sosyo Kültürel.....	15
5.2.4. Coğrafi ve Fiziki	15
5.2.5. Diğer Faktörler	15
6. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU.....	16
6.1. BİREYİN GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONUNU YÜKSELTEN FAKTÖRLER	19
7. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONUNUN BOYUTLARI.....	20
7.1. İÇSEL BOYUTLAR	20
7.1.1 Başarma İhtiyacı.....	21

7.1.2. Kontrol Odağı	21
7.1.3. Öz Yeterlilik	21
7.1.4. Bağımsızlık Arzusu	22
7.2. DIŞSAL BOYUTLAR	22
7.2.1. Sermaye	23
7.2.2. İş ve Sektör Bilgisi	23
7.2.3. Sosyal Ağ ve Çevre	23
7.2.4. Girişimcilik Eğitimi	23
8. MOTİVASYON TEORİLERİ BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU	24
8.1. KAPSAM TEORİLERİ KAPSAMINDA GİRİŞİMCİLİK	25
8.1.1. Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi.....	26
8.1.1.1. Fizyolojik İhtiyaçlar	26
8.1.1.2. Sevgi Aidiyet Bağlanma İhtiyacı.....	26
8.1.1.3. Takdir Saygı İhtiyacı	28
8.1.1.4. Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı.....	28
8.1.2. Başarma, İlişki Kurma ve Güç İhtiyacı.....	28
8.1.3. Erg Teorisi.....	30
8.2. ÇAĞDAŞ MODERN MOTİVASYON TEORİLERİ BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİK	31
9. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ.....	33

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

1. KORKU VE GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI.....	36
2. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE BOYUTLARI.....	37
2.1. EKONOMİK BOYUTLAR.....	39
2.2. PSİKOLOJİK BOYUTLAR.....	40
2.3. SOSYOLOJİK BOYUTLAR	41
3. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ	50
4. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI İLE BAŞETME YÖNTEMLERİ VE TAVSİYELER.....	52
5. Bireysel Olarak Genç Girişimci Adaylarının Dikkat Etmesi Gereken Unsurlar	55
6. GİRİŞİMCİLERİ DESTELEYEN KURULUŞLAR	56
6.1. BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI	56
6.2. KOSGEB	57
6.3. TÜBİTAK.....	57
6.4. TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGELERİ TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGESİ	57
6.5. KALKINMA AJANSLARI.....	58
6.6. TÜSİAD	58
6.7. MÜSİAD	59
6.8. TOBB	59
6.9. KAGİDER	59
6.10. TÜRKİYE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME VAKFI (TTGV).....	60
6.11. KREDİ GARANTİ FONU (KGF)	60

6.12. GİRİŞİMCİ DESTEKLEME MERKEZLERİ (GAP-GİDEM)	60
7. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ	61

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEM METODOLOJİ VE ANALİZLERİ

1. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE KORKULARININ GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	62
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	62
1.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI	62
1.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	63
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	64
2.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	64
2.2. ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER	64
2.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ	65
3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	65
3.1 ÖLÇEK VE ALT ÖLÇEKLERE İLİŞKİN GÜVENİRLİK ANALİZİ SONUÇLARI	65
3.2 NORMALLİK TESTİ	67
3.3 ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİNE VERİLEN CEVAPLARIN ORTALAMA VE STANDART SAPMALARİ	68
3.4 KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	70
4. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER	71
4.1 ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TEST EDİLMESİ.....	74
4.2 ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNE İLİŞKİN SONUÇLAR.....	89
SONUÇ	91
KAYNAKÇA	95
EKLER	108

TABLÖLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Girişimci Kişilik Kavramının Araştırmacıları ve Tarihi Gelişimi.....	13
Tablo 2. Girişimcilikte Başarısızlık Korkusunun Perspektif Özeti	39
Tablo 3. Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	41
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	42
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	43
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	44
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	45
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	46
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	47
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	48
Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları ile İlgili Önemli Çalışmalar	49
Tablo 4. Güvenilirlik Katsayısı Değerleri.....	66
Tablo 5. Girişimci Olma Motivasyonu, Korkuları ve Girişimci Olma Eğilimi Ölçeğinin Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach's Alpha Güvenilirlik İndeks Değerleri.....	66
Tablo 6. Araştırmanın Değişkenlerine Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapmaları	68
Tablo 7. Kolmogorov Smirnova Normallik Testi.....	69
Tablo 8. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	70
Tablo 8. (Devam) Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	71
Tablo 9. Korelasyon Değerlerine İlişkin Korelasyon Düzeyleri	71
Tablo 10. Değişkenlere ilişkin Korelasyon Değerleri.....	72
Tablo 11. Girişimci Olma Motivasyonu ve Girişimci Olma Eğilimine İlişkin Regresyon Analizi.....	74
Tablo 12. Girişimci Olma Korkuları ve Girişimci Olma Eğilimine İlişkin Regresyon Analizi.....	75
Tablo 13. Değişkenlere İlişkin Cinsiyet Faktörünün T Testi Analizi.....	76
Tablo 14. Değişkenlere İlişkin Anne Çalışma Durumu Faktörünün T Testi Analizi ...	77
Tablo 15. Değişkenlere İlişkin Baba Çalışma Durumu Faktörünün T Testi Analizi....	77
Tablo 15. (Devam) Değişkenlere İlişkin Baba Çalışma Durumu Faktörünün T Testi Analizi.....	78
Tablo 16. Değişkenlere İlişkin 1. Derece Tanıdıkların İşletmesini Kurma Durumu Faktörünün T Testi Analizi	78
Tablo 17. Değişkenlere İlişkin Yakın Çevre Tanıdıkların İşletmesini Kurma Durumu Faktörünün T Testi Analizi	79
Tablo 18. Değişkenlere İlişkin Girişimcilik Eğitimi Alma Durumu Faktörünün T Testi Analizi.....	80
Tablo 19. Değişkenlere İlişkin Yaş Durumu Faktörünün Anova Analizi	81
Tablo 20. Değişkenlere İlişkin Sınıf Faktörünün Anova Analizi	82
Tablo 21. Değişkenlere İlişkin Kalınan Yer Faktörünün Anova Analizi	83
Tablo 22. Değişkenlere İlişkin Gelir Faktörünün Anova Analizi.....	84
Tablo 23. Değişkenlere İlişkin Fakülte Faktörünün Anova Analizi	85
Tablo 23. (Devam) Değişkenlere İlişkin Fakülte Faktörünün Anova Analizi.....	86
Tablo 24. Girişimci Olma Motivasyonu ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Cinsiyete Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi	87
Tablo 25. Girişimci Olma Motivasyonu ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Girişimcilik Eğitimi Alma Durumuna İlişkin Pearson Korelasyon Analizi ..	87

Tablo 26. Girişimci Olma Motivasyonu ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Yaş Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi	87
Tablo 27. Girişimci Olma Korkusu ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Cinsiyet Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi	88
Tablo 28. Girişimci Olma Korkusu ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Girişimcilik Eğitimi Alma Durumuna İlişkin Pearson Korelasyon Analizi ...	88
Tablo 29. Girişimci Olma Korkusu ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Yaş Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi	89



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Girişimcilik Eğitimi	7
Şekil 2. Girişimci Olma Motivasyonu ve Eğilimi İlişkisi	16
Şekil 3. Girişimcilik Motivasyonu Süreci	25
Şekil 4. Girişimci Olma Motivasyonu ve Etkileri	33
Şekil 5. Normallik Dağılım Grafiği	67
Şekil 6. Araştırmanın Modeli	74



GİRİŞ

İşletmeler arasındaki rekabetin yoğunluğunun artması, insanların istek ve beklentilerinin çeşitlenmesi, yenilik yapma ihtiyacının artıran faktörler girişimciliğin önemini artırmıştır. Aynı zamanda ulusal ve uluslararası bağlamda yaşanan ekonomik krizler, salgın hastalıklar, doğal felaketler, gibi olumsuz faktörler de yeni ihtiyaçlar ortaya çıkardığı için yeni iş alanlarının doğmasına neden olmuştur. Öte yandan büyük işletmelerde teknolojik yenilikler nedeniyle insan gücüne sayısal olarak ihtiyacın azalması nedeniyle yeni girişimler yeni istihdam alanları yaratması nedeniyle de önemli görülmektedir.

Girişimciliğin öneminin artmasıyla girişimcileri yetiştirmeye de önem verilmeye başlanmıştır. Girişimci yetiştirmek amacıyla hem okullarda hem de okul dışında girişimci yetiştirme eğitimleri verilmeye başlanmıştır. Girişimcilik olgusu yalnızca bu yönüyle değil çeşitli girişimcilik destekleri doğrultusundaki motivasyonlarla da önemli bir kariyer alternatifi olarak değerlendirilmektedir. Girişimci olma motivasyonları arasında; kendi işine sahip olma, maddi ve manevi bağımsızlık ve bireysel ve toplumsal fayda yaratma gibi unsurlar yer almaktadır. Bununla birlikte girişimcilik olgusunun önünde bireyi girişimci olma eğiliminden alıkoyan bazı engellerden söz etmek mümkündür.

Birçok engel yanında korku da bir engel olarak önemli bir faktördür denebilir. Girişimcilik bağlamında korku, bir işletme kurmaktan ve girişimci olma eğilimini azaltan ve girişimcilik faaliyetlerinden insanları alıkoyabilen durumlar bütünü olup algılanan riskle bağlantılıdır (Cacciotti ve Hayton, 2014).

Bu korkular, psikolojik, ekonomik ve sosyolojik temelli olabilmektedir. Özellikle yeni mezunların işsizliklerini azaltmak için etkili politikalar oluşturmada girişimci olma eğilimi oldukça önemlidir. Bu nokta da girişimci olma eğilimlerini artırmak için girişimci olma motivasyonlarını yüksek tutup girişimci olma korkularının düşük olması gerekmektedir. Girişimcilik korkularının anlaşılması, politikacıların girişimcilik faaliyetlerini artırmak için bu korkuları aşmak ve yok etmek için stratejiler geliştirilmesinde yardımcı olacaktır. Aynı zamanda özellikle potansiyel girişimci bireyler olarak değerlendirilen öğrencileri diğer kariyer alternatifleri arasında girişimciliğe motive edecek faktörlerin belirlenmesi niyetin davranışa dönüşmesinde kritik faktörler açığa çıkaracak ve bu konunun gelişimi için çaba gösteren tüm paydaşlar için anlamlı sonuçlar doğuracaktır (Marangoz ve Aydın, 2018). Girişimcilik eğilimini artırmak için girişimci

olma motivasyonunun yükselip, girişimci olma korkularının düşürülmesi girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından son derece önemlidir. Girişimcilik alanındaki çalışmalar genellikle hali hazırda girişimci olan ya da bu konu ilerleme kat eden bireyler üzerine yapılmıştır. Potansiyel girişimci adayı olarak değerlendirilen üniversite öğrencilerinin girişimcilik ile ilgili düşüncelerini anlamak oldukça önemlidir.

Bu bağlamda çalışmanın genel amacı, girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi üzerine etkisini belirlemeye çalışmaktır. Bu çalışma üç bölümden meydana gelmiştir.

Birinci bölümde girişimcilik ile ilgili tanımlar, girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik eğitimi, girişimcilik türleri gibi temel kavramlar ele alınmıştır. Daha sonra girişimci olma motivasyonunun ve kavramın motivasyon teorileri ile ilişkisi üzerinde durulmuştur. Böylelikle girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki ortaya konmuştur.

İkinci bölümde girişimci olma korkuları kavramının tanımı, gelişimi ve boyutları açıklanıp, girişimci olma korkuları ve girişimci olma eğilimi ile ilgili çalışmalarla desteklenip, girişimci olma korkularını etkileyen faktörler üzerinde durulmuştur devamında girişimci olma korkularının boyutları ve bu korkular için çözüm önerilerine değinilmiştir. Son olarak ise girişimci olma korkuları ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki açıklanmıştır.

Çalışmanın son bölümünde girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla Afyon Kocatepe üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan araştırma ve sonuçları ele alınmıştır. Daha sonra elde edilen bulgular tartışılmış ve konuyla ilgili taraflara öneriler geliştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI

Girişimci teriminin en genel tanımı kar ve zararı kendi adına üstlenen birey olarak ifade edilmektedir. Girişimci kavramını köken olarak değerlendirirsek Latince “intare” kelimesinden oluşmaktadır. “enter”-giriş ve “pre”-ilk, “entrepre-neur”-ilk girişim kişi, tanımın İngilizce karşılığını ifade etmektedir (Güney ve Arman, 2007).

Türk dil kurumunun en genel tanımı ile ise “yeni oluşturulan faaliyetler veya üretimler amacı ile için bir işe kalkan birey, müteşebbis” olarak adlandırılmıştır (TDK, 2021).

Girişimci kavramını iktisadi açıdan tanımlamak gerekirse: Girişimcilik terimi iktisadi olarak Fransız Richard Cantillon ilk kez ele almıştır. Ele aldığı “entreprendre” kelimesi girişimci anlamına gelmektedir.

Schumpeter’in tanımına göre; piyasaya yenilikler içeren faaliyetlerle var olanı yani eskiyi iyileştiren veya yok eden bireyler ve kurumlardır şeklinde ifade etmiştir (Cin vd., 2013).

Schumpeter girişimciyi: ekonomik gelişmenin temelini oluşturan gücü ortaya çıkaran kişi şeklinde tanımlamaktadır (Karahana ve Bilgin, 2016).

İktisat teorisine göre girişimci, “piyasaya gözlem yaparak talep açıklarını tespit ederek, yeni taleplerin oluşumunu sağlayan, talepteki değişimi mümkün olan en minimum sürede fark eden, üretimi yapabilmek adına gerekli kaynakların toplanmasıyla, rekabet unsurunu kaçınılmaz bir koşul olarak gören, sorumluluğu ve riski almaktan kaçmayan yaratıcı ve dinamik kişi” dir (Eyüboğlu, 2004).

Girişimci olarak adlandırılan fırsatları fark edip bunu yeni bir iş fikrine dönüştüren, malların veya hizmetlerin üretiminde kullanılan girdileri bir araya getirip riskleri kendi adına alan ve işletme oluşturan kişidir (Karadal, 2016).

Girişimci kavramı bir başka tanımda ise, “bilinen şeylerin en iyisini yapan ve hem yeteneklerini hem aklını kullanan olağan ve olağandışı şartlarda işgücü ve elindeki sermayeyi verimli şekilde kullanan, analiz yeteneği güçlü olan, organize etmeyi bilen,

alınan kararları yürürlüğe koyan, kararları uygulayan ve bu sonuçlarını denetleyebilen kişi” olarak tanımlanmaktadır (Başer ve Büber, 2012).

Girişimci kavramının diğer tanımları ise yapılan çeşitli literatür araştırmalarına göre şöyle sıralanabilir:

Robert Hisrich’in Girişimci tanımı ise; sosyal faktörler, psikolojik faktörler ve finansal risklerle birlikte maddi ve kişisel tatmin sağlayan, bunu için belirli zaman ve çaba harcıyıp belirli bir zaman dilimi içinde farklı bir değer yaratan, yeni oluşumlar yaratan kişi olarak tanımlanmaktadır (Hisrich & Michael, 1995).

Avrupa'nın ilk olarak ekonomi profesörü olarak kabul edilen Jean Batiste Say (1767-1832) ise, girişimci bireyi daha dar bir bakış açısı ile tanımlamıştır. Say'da girişimci bireyi, üretim faktörlerini birleştirerek ve koordine ederek yeni sonuçlar ortaya çıkartan ve problemlerin çözümünün üstesinden gelen kişidir (Wayne Long, 1983).

Girişimci kavramını kesin ve net bir şekilde tanımlamak zordur. Çünkü bu kavram birçok dalın da ortak ilgi alanı olduğu için anlamı farklılık göstermektedir. Ayrıca girişimcilik kavramı ele alındığı dönem ve o dönemde yaşanan sosyo-ekonomik durumlara göre de anlamında farklılıklar göstermektedir. Örneğin günümüzde teknolojinin hızla gelişimi, çeşitli doğal afetlerin de tetiklediği (deprem, sel, yangın vb.) kriz dönemi, salgın hastalık dönemi terimin kullanım alanı ve anlamını değiştirmiştir.

Tarihsel olarak bakıldığında, insanların yaşamsal faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için bilinen 3 yolu vardır. Bunlardan ilki, yaşamak için gerekli olan yiyecek içecek hava su gibi kaynaklarla soğuk sıcak ve herhangi tehlikeden korunmak için gerekli barınağı doğada hazır olan herhangi bir malzemeden elde edilmesidir. İkincisi, belirli bir coğrafi bölge ye yerleşme ve tarım faaliyetlerine başlanılan dönemdir. Tarım faaliyetlerinden sonra gelişen zanaatkarlık ile birlikte üçüncü dönem başlamıştır. Üçüncü dönem insan ihtiyaçlarını karşılayacak çeşitli mal ve hizmetleri üreten işletmeler kurulmuştur. Kapitalist ekonominin temellerini oluşturan bu sürecin ardından, girişimsel faaliyetlere geçiş başlamıştır (Özkara ve Özafşarlıoğlu, 2019).

Girişimciler kendi içinde statik ve dinamik olmak üzere ikiye ayrılırlar. Dinamik girişimciler; yeni buluşlar ile bu buluşları üretim faktörlerinin içine entegre ederek maliyetleri azaltan ve bunu sonucunda büyük kazançlar sağlayan kişilerdir. Statik girişimciler ise; dinamik girişimcilerin çevresinde bulunan kimseler ve onların yapmış olduğu yenilikleri uygulamaya koymakla yetinen kişilerdir (Erdoğan, 2009).

2. GİRİŞİMCİLİK

Literatüre kazandırdığı önemli çalışmalarla iktisat biliminin öncüsü olarak kabul edilen Adam Smith, 1776 yılında yayınlamış olduğu “Ulusların Zenginliği” adlı eserde girişimci bireyi şu şekilde ifade etmektedir (Sciascia & De Vita, 2004):

- Girişimci, maceracıdır. Çünkü riski sever ve arar.
- Girişimci, geleceği tahmin edip planlar yaptığı ve proje düzenleme kabiliyetine sahip olduğu kişidir (Damar, 2015).
- Girişimci karşılığı uygun bir şekilde ödenmişse, işe yarar yatırımlar için ölçülü risk alan spekülatördür (Balkan, 2017).

Girişimcilik, girişimcinin ortaya çıkardığı yenilikler, farklılıklar ve yeni oluşumları içermektedir. Aynı zamanda girişimciliğin sadece işletmeyi kurmak değil, ortaya çıkan fırsatları izleyerek işletmeyi büyütmek ve geliştirmek olarak tanımlanmaktadır (Naktiyok, 2004).

Schumpeter girişimciyi “yeni bir ürün ya da hizmet veya bunların tanıtımı, yeni bir piyasa açılması, yarı işlenmiş mal temini için yeni bir kaynağın bulunması, yeni üretim şekillerinin tanıtımı ve hammadde veya herhangi bir sektörde yeni bir faaliyet yürütülmesi” şeklinde açıklamıştır (Sciascia ve De Vita, 2004).

Girişimcilik olgusunun, başında gelen en önemli şey zihniyettir meselesidir. “Bir kişinin, sadece kendisi ya da ekip çalışanları ile birlikte, doğmamış bir fırsatı belirleme ve yeni bir değer üretimi ya da gelişimini, maddi kazanç yakalamak için bu fırsatın üzerine giderek gerekliliklerini yaparak ve kapasitesini artırmak” olarak tanımlanır (Döm, 2015).

Yukarıda ki tanımlar doğrultusunda girişimci bireyin tanımını özetleyecek olursak karşısına çıkan fırsatları belirleyen, tehditleri fırsatlara çeviren ve bu fırsatları doğru yer ve doğru zamanda değerlendirebilen, gerekli parasal ve parasal olmayan değerler ışığında bir riske girerek emeklerinin karşılığını alma çabasına giren bireydir (Döm, 2015).

İnsanlığın varlık sebebi daha çok bilgi toplumu sürecini beslemek ve bunu ileriye sürdürmektedir. Bilgi, ekonomik, sosyal, siyaset gibi temel bilimlerden uygulamalı bilimlere her alanda önemini arttırmaktadır. Temel bilimler tarih, coğrafya, matematik, fizik, kimya biyoloji, psikoloji ve sosyoloji olarak sıralanırken mühendislik, tıp, iktisat, işletme gibi uygulamalı bilimler arasına girişimcilik bilimi de eklenmektedir (Ugun, 2006-).

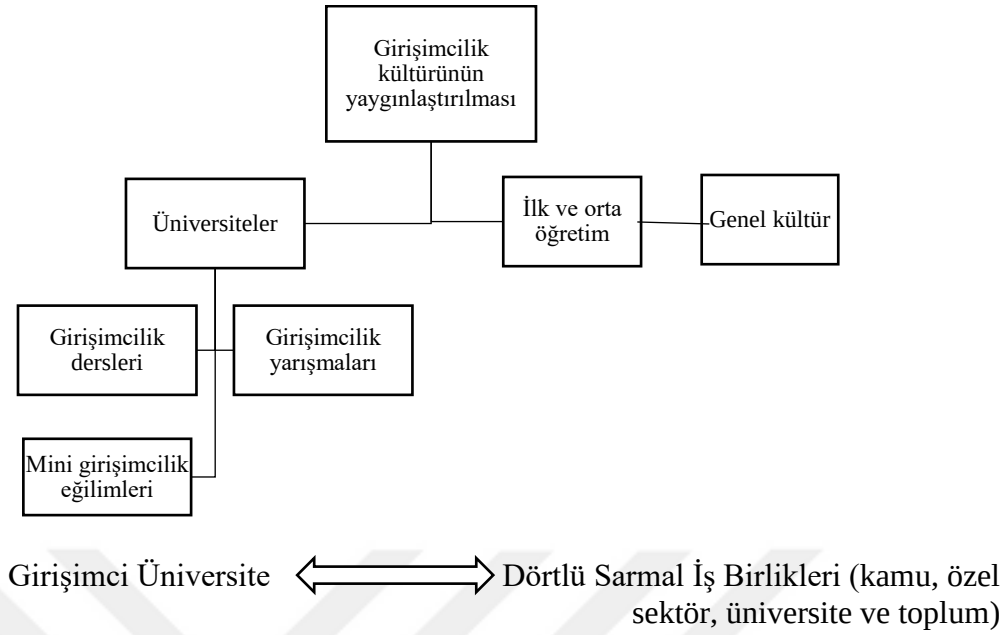
20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilime dayalı teknoloji üretimi ve bilime dayalı endüstriler yaygınlık kazanmaya başlamıştır (İnceler, 1998). “Bilişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve bilişim teknolojileri kanalıyla sürekli üretilen, tekrarlanabilen ve paylaşılabilen bilgiye dayalı bilgi ekonomisine geçiş söz konusu olmaktadır. Bilgi toplumunda bilgi üretimi ön plandadır. Girişimcilik bilginin üretilmesi ve üretilen bilgiyle toplumların kalkınmasına katkı sağlamaktadır” (Cansız, 2007).

3. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

Bireylerin şans eseri girişimci olmadıkları farklı motivasyonlar neticesinde girişimcilik faaliyetine yöneldikleri bilinmektedir. Girişimci bireylerin motivasyonlarını artıran temel unsurlar gelir düzeyinde artış ve refah düzeyinde artış, yenilikçi, tanınma ve itibar yakalama, özgürce eğlenme isteği, risk alma durumu, başarı ihtiyacı, kontrol ve yönetim ihtiyacı, arzuladığı fikri ya da bir düşünceyi kendi girişimini oluşturarak gerçekleştirme isteği ve bunun sonucunda maddi ve manevi bağımsız olma isteği olarak tanımlanmıştır (Polat, 2011; Tekin, 1999; Pisturi vd., 2001; Norman ve Zimmer, 1996; Carland vd., 1884).

Avrupa’da ki girişimcilik eğitimleri ABD kadar hızlı bir gelişme gösterememiştir. 1970’lerde İngiltere ve Fransa’da başlayan girişimcilik üzerine eğitimler 1990’dan sonra gelişme kat etmeye başlamıştır. Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik Girişimciliğe yönelik farkındalığı arttırmaya yönelik araştırmalar ise girişimciler tarafından elde edilen faydaları ön plana çıkaran ve girişimci potansiyeli yüksek olan adayların cesaretlerini arttırabilmeleri için başarılı girişimcilerin çalışmalarını tanıtan gelişim yönlü çalışmalar ve girişimciliği yaymaya yönelik eğitim programları çerçevesinde gelişmektedir. (Aracıoğlu vd., 2016). Ayrıca ileri teknoloji odaklı girişimcilik yarışmaları vb. etkinliklerle toplumda girişimcilik kültürü ve farkındalığının yerleşmesine ve ülkemizin ileri teknoloji ürünlerde yetkinliğinin artırılmasına katkı üretilmesi beklenmektedir (Polat, 2011; Tekin, 1999; Pisturi vd., 2001; Norman ve Zimmer, 1996; Carland vd., 1884).

Şekil 1. Girişimcilik Eğitimi



Kaynak: Aracıoğlu vd., 2016

Türkiye’de yapılan araştırmalara göre genç girişimci bireylerin yaş ortalaması 18-30 arasında değişkenlik göstermektedir (Öztürk, 2007).

Türkiye ekonomisini de baz alarak, son yıllarda girişimcilik kavramı giderek önem kazanmış ve gerek devletin gerek özel sektörün katkıları doğrultusunda, girişimcilik alanında yeni çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Sözmez ve Toksoy, 2014).

Girişimcilik eğitimi ülkemizde yeterli olmamakla birlikte bazı üniversitelerin girişimciliğin ve girişimcilik eğitiminin üzerinde durmaya başladığı araştırılmıştır. Aydınlık, Arslan ve Gürol tarafından 2008 de yapılan çalışmada girişimcilik derslerinin ülkemizde verildiği toplamda 49 devlet üniversitesi, 6 özel üniversite ile 19 vakıf üniversitesinden oluşan, 6 üniversitede ise genç girişimci geliştirme programları olduğu tespit edilmiştir (Yelkikalan, 2010).

Çok sık görülmemekle birlikte ülkemizde girişimcilik eğitiminin orta ve yükseköğretimde verilmeye başlandığı tespit edilmiştir. Ancak girişimcilik yolunda gerekli olan iş planlaması, örgütlenme, üretim ve pazarlama sürecinde karşılaşılabilecek yasal ve yasa dışı problemlerin çözümü için gereken eğitim halen mesleki eğitim içinde verilmektedir (Küçüktekin, 2006).

Lisans ve ön lisans ve akademik programlarda girişimcilik eğitimi yüz yüze eğitim (girişimcilik dersleri ile), diğer eğitimler (KOSGEB tarafından yapılan eğitimler) ve

çeşitli projeler ile yürütülmektedir. 2012'den itibaren Yükseköğretimde KOSGEB ile belirlenen kriterlere uygun olarak sunulan girişimcilik programlarını, ilgili yükseköğretim kurumunun talepleri neticesinde “KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” olarak yürürlüğe konulmuştur. (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016 (2013).

Üniversitelerin internet adreslerine ulaşılarak yapılan çalışma da Türkiye’de; yüksek lisans bölümünde 21, lisans bölümünde 290, ön lisans bölümünde 290, toplam da 77 üniversitede girişimcilik eğitimi verildiği saptanmıştır. (Yelkikalan, 2010) Genç girişimci müfredatı doğrultusunda 12 önemi unsur şunlardır (Kourilsky vd., 1997; 2012);

- “1. Girişimcilik faaliyeti için Hazırlanmak: Girişimci
2. Girişimcilik faaliyeti için Hazırlanmak: Fırsatlar
3. Girişimcilik faaliyeti için Hazırlanmak: İş Fikirleri
4. Fikirler Nasıl Pazarlanır
5. Girişime Başlamak için Gerekli Sermaye
6. Girişimin Nerede Yapılacağı
7. İşlemenin ne tür faaliyet yapacağı (hizmet/ ürün)
- 8.Yardımanın nereden Alınacağı
9. Gerekli Kaynakların tümü /araştırmalar veriler ve kitaplar
- 10.Girişimde oyunun kuralları
11. Zihinde yapılacak işi şekli
12. Başarabilirsin!”

Sonuç olarak girişimcilikte eğitim; işletme iktisat veya ekonomi eğitimleri ile tam olarak aynı değildir. Bir amaç doğrultusunda bireylerin yenilikçilik, yaratıcılık ve fırsatları görebilen, riski ne ölçüde alabileceğini öğreten içerikte ve şekilde olmalıdır. Ayrıca girişimcilik eğitimleri kişileri; daha objektif, analitik düşünen, gerekli proje ve program ve ekipmanlara önderlik ve yöneticilik yapabilen, problemlere çözüm yolları bulabilen ve bu süreçte iletişim ağını en içten en dışa kadar aktif tutabilen girişimci bireyleri inşa edecek şekilde olmalıdır (Kuratko ve Ulucan, 2005; 2012).

4. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Literatüre bakıldığında yaygın olarak kullanılan girişimcilikte türler genellikle yaratıcı girişimcilik-fırsat girişimciliği, iç girişimcilik-dış girişimcilik, kadın girişimciliği, sosyal girişimcilik, internet girişimciliği başlıkları altında toplanmaktadır. Fakat hızla gelişen ve küreselleşen dünya, yaşanan ekonomik durum, salgın hastalıklar ve doğal afetler ve buna bağlı olarak farklılaşan insan ihtiyaçları doğrultusunda girişimcilikte çeşitlilik göstermektedir (Blasbalg, 2021).

4.1. KÜÇÜK İŞLETME GİRİŞİMCİLİĞİ

Bu işletmelerde temel amaç kar olmakla birlikte yenilikçilikten uzaktırlar. Risk sermayesi sorunuyla karşılaşmazlar. Bu insanlar girişimlerini kendilerince finanse eder veya eş, dost, akraba aileden borç alırlar. Çalışanlar genellikle kendilerinden içlerinden yerel halk ya da aile üyelerindendir. Örnek olarak yerel kuaförler, bakkallar, sütçüler, marangozlar, küçük butik ve tesisatçılar bunlara örnek verilebilir.

4.2. BÜYÜK İŞLETME GİRİŞİMCİLİĞİ

Yaşam döngüleri sınırlıdır. Bu şirketler inovasyon sayesinde ayakta kalır ve inovasyonu nasıl yöneteceğini bilen üst düzey profesyoneller için en iyi seçimdir. Büyük şirketlerin sunduğu ürünler, temel ürünlere göre farklı varyantlar gösterir.

Yeni bir fikir tasarlayabilme ve bu fikirle projeyi yeni modellere uygulayabilme yetisi yüksek olan çalışanların yeteneklerini %100 oranında şirket çatısı altında tutmak gayesiyle şirketin kimliği doğrultusunda yeni bir proje ve fikir üretmek ve bu doğrultuda elde edilecek gelirin firmaya geri dönüşünü sağlamaktır. Bu girişimciler kendilerini gerçekleştirme güdüsü taşıyan, kendi özel alanlarına sahip olmak isteyen ve sorumluluk potansiyeli olan kişilerdir.

4.3. ÖLÇEKLENEBİLİR GİRİŞİMCİLİK

Ölçeklenebilir girişimcilik, değişim oluşturabilecek benzersiz bir fikirlerle başlar. Bir iş planının oluşumundan başlatmaya kadar, diğer adıyla başlangıç girişimciliği, pazardaki eksikliği anlar ve buna çözüm geliştirir. Bu tür girişimciler genellikle benzersiz bir fikre bağlı olarak, risk sermayedarlarından finansman yönünden desteklenirler. Yüksek getiri ve hızlı genişleme arayışı, uzman çalışanlarla çalışmayı gerekli kılar.

4.4. ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK

Ulusal sınırlar boyunca ticari faaliyetler yürütürler. Bu, başka bir ülke içinde satış ofisi açmak veya yabancı bir ülkeye ürün ihracı olabilir. Uluslararası girişimcilik, iç piyasada ürün ve hizmete olan talebin azalıp, talebin uluslararası piyasada oluştuğu durumlarda faydalı olabilir.

Özetle “Uluslararası girişimcilik, işletmenin değer yaratma, kar elde etme veya büyüme gibi amaçları doğrultusunda ulusal sınırların ötesinde oluşan fırsatları keşfederken ve kullanırken yenilikçi, proaktif ve risk alma davranışları sergileyerek örgüt kapsamında gerçekleştirdiği bir süreçtir”.

4.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal fayda amacı baz alınarak gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlanmış olup bu girişimcilik türündeki bireylerin gösterdikleri kişilik özelliklerinin diğer girişimcilerden daha farklı oldukları belirtilmiştir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009). Girişimcilerin sosyal bir sorunu fark edip faaliyetlerini sosyal değer yaratmak için çalıştığı bir girişimcilik türüdür. Bu tür girişimciler, kritik sosyal sorunları çözmek ve sosyal değişimi sağlamak için hizmetler, çözümler veya ürünler geliştirir. Bu sosyal değişim, çevre koruma, hayvan haklarının korunması veya hayırsever faaliyetlerle ilgili olabilir. Sosyal girişimciliğin motive edici faktörü, sosyal fayda sağlamaktır. Amaç diğer işletmeler gibi kar elde etmek değildir.

4.6. ÇEVRESEL GİRİŞİMCİLİK

Küreselleşme, artan sanayileşme, yaşanan salgın hastalıklar ve doğal felaketler ile birlikte, çevresel etik sosyal sorumluluk, gibi kavramların önemi artmış ve çevreci faaliyetlerden kaynaklı olarak girişimcilere yeni zorunluluklar ve sorumluluklar yüklenmeye başlanılmıştır. Çevreci girişimcilik sürecine geçişteki en temel sebeplerden biri toplum içerisindeki sosyal değerlerin değişmesidir (Bryant, ve Bryant, 1998). Diğer adıyla yeşil girişimcilik ve ekolojik girişimcilik olarak ta adlandırılır. Kar yaratma ve çevreye olan endişe, bu tür işletmelerin birincil amacını oluşturur. Bu girişimci, çevreye karşı oldukça sorumlu iş değerlerini ve uygulamalarını benimsemektedir. Ayrıca mevcut ürün veya hizmetleri seçerken, çevre açısından güvenli olan ürünleri kullanmaya özen gösterirler. Kısacası, çevresel girişimcilik, karın yanı sıra işin insanlar ve çevre üzerindeki etkisini ön planda tutar. Etki bloglama, sesli kitap yayımlama ve SaaS (Software as a

service) yazılımları oluşturma, çevreyi ağaç kesmeyerek korudukları için çevresel girişimciliğe birkaç örnektir.

4.7. TEKNO GİRİŞİMCİLİK

Teknolojiyi girişimcilikle birleştirerek elde edilen şeylerdir. Bir tekno girişimci, teknolojinin yoğun kullanımıyla gelişen bir iş geliştirmek için girişimci yetenek ve becerileri teknik hünlerle birleştirir. Tekno girişimciler, kar elde etme olanağı olan hesaplanan riskleri üstlenirler. Bunlar, mevcut ekonomik koşullarda müşterilere çığır açan ürünler sunma ve devrim yapma yeteneğine sahip bireylerdir.

4.8. HUSTLER GİRİŞİMCİLİĞİ

Aceleci bir girişimci, girişimcilikte başarılı olmak için kendi hedef ve arzuları tarafından motive edilen bir girişimdir. Bu tür insanlar küçük başlayıp, işlerini büyütme için çok çalışırlar. Hedeflere ulaşmak için sermaye veya para kullanmak yerine ellerinden gelenin en iyisini yaparlar. Fırsatları yarattığı için asla fırsatların gelmesini beklemezler. Risk almaktan hiç korkmazlar ve her zaman zorluklarla yüzleşmeye hazırlardır.

4.9. YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLİK

Yenilikçi girişimciliğin temeli buluşlar ve yeni fikirlerdir. Bu girişimciler, iş yapmanın yeni yollarını düşünebilir ve yeni bir fikri başarılı bir girişime dönüştürme potansiyeline sahip olabilir. Onlar iş lideridir ve ekonomiye önemli ölçüde katkıda bulunurlar. Ayrıca bu tür şirketler, diğer şirketlerin sahip olmadığı ürünler, çözümler ve hizmetler sunarak hayatı daha iyi hale getirmeye çalışırlar.

4.10. TAKLİTÇİ GİRİŞİMCİLİK

Bu girişimcilik, mevcut iş fikirlerini taklit eder veya mevcut fikirleri geliştirmek için çalışırlar. Bu girişimciler genellikle bir Franchise sözleşmesi doğrultusunda, piyasada hali hazırda işleyen ürün ve hizmetleri taklit eder. Fast food işletmeleri ve çok uluslu holdingler, bu girişimciliğe örnektir.

4.11. SİBER GİRİŞİMCİLİK

Dijital girişimciler olarak ta adlandırılır. Geleneksel örgütlerin içerisinde nadiren de olsa girebilen ve her işlemin dijital zeminde yapılmasını sağlayan, gelenekselleşmiş girişimcilerin bir alt unsuru olarak tanımlanmıştır (Hull vd., 2007). Bu girişimciler, iş yapmak için bilgi teknolojilerinden yararlanan kişilerdir. Müşterilere internet üzerinden ürün ve hizmet sağlamak için yeni fikir üretirler. Bu girişimciler dijital çağla da birlikte

fiziksel bir mağazaya gitme zorluğunu ortadan kaldırırlar. Bu tür girişimcilik yalnızca çevrimiçi ortamda bulunur ve sanal bir işletme olarak bilinir. Başta Amazon, Ali baba olmak üzere, çeşitli eğlence platformları, siber girişimciliğe örnektir.

4.12. KAMU GİRİŞİMCİLİĞİ

Kamu girişimciliği kavramının farklı tanımları (Öztürk, 2012). Tarafından yapılmıştır bu tanımlar ışığında girişimcilik kavramının iktisadi boyutlarından farklı olarak sosyal boyutu da ön plana çıkmaktadır. Devletin gözetiminde göze alınan riskler neticesinde uygulanacak politika ve stratejiler çerçevesinde, devletin kaynakları ile sürdürülen, yenilikçi bir fikir geliştirme noktasından başlayarak toplum için maximum fayda yaratacak sonuçların oluşumuna kadar olan uzun bir zaman gerektiren faaliyetler bütünü olarak tanımlanmıştır (Aracıoğlu vd., 2016).

4.13. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Kendi ayakları üzerinde durarak maddi ve manevi bağımsızlık için iş ortamına atılmaya karar vermiş bireyler bütünüdür (Aracıoğlu vd., 2016). Kadın Girişimciliği olarak adlandırılmasındaki ana etmen cinsiyet faktörüdür. Esas kahramanın, girişimi başlatan, işi maddi ve manevi üstlenenin kadın birey olduğu görülmektedir.

4.14. GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ

Bu kavram “doğdukları ülkeden en az bir yıl olmak üzere başka bir yere yerleşen göçmenlerin kaldıkları ülkedeki yaptıkları girişimler olarak tanımlamıştır” (Aracıoğlu vd., 2016). Roger Waldiner tarafından göçmen girişimcilik aynı zamanda etnik girişimcilik olarak da adlandırılmaktadır. Göç eden veya göç etmeye zorlanmış etnik azınlıkların, harekete geçirdiği girişimsel faaliyetlerdir.

4.15. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK

Üniversitelerin eğitim konusunda sahip oldukları misyon ve vizyona ek olarak, küreselleşme ve teknolojik gelişmeler ve yeni buluşlar ışığında artık araştırma faaliyetleri de değişmiştir. Özel sektör teşebbüsleri kadar önemli bir katkıya sahip olduğu, günümüz girişim dünyasında pek çok üniversitenin de artık bu yolda çalışları artırdığı görülmektedir (Kenney ve Patton, 2009).

5. KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİLİK

5.1. GİRİŞİMCİLİKTE KİŞİLİK FAKTÖRÜNÜN ÖNEMİ

Kişilik terimi, psikoloji dalında yıllardır süregelen gelişimsel bir biçimde araştırmalar yapılmakta ve bir mana da “bireyler neden birbirinden farklıdır?”, “aynı durumlarda her insanın neden farklı tepkiler sergiledi” sorularına cevap aranmaya çalışılmaktadır (Sevi, 2019). Kişilik kelime olarak, “bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin bütünü, şahsiyet” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Kişilik terimi, kişilerin duygu, davranış, düşünce gibi psikolojik temelli etki ve tepkilerin farklılıkları doğuran sadece yaşanan zaman dilimi, içinde bulunulan biyolojik, psikolojik, sosyolojik durum veya ortam ile ifade edilemeyen biçimde süreklilik arz eden özellikler ve durumlar olarak tanımlanmaktadır (Taymur ve Türkçapar, 2012).

Tablo. 1 Girişimci Kişilik Kavramının Araştırmacıları ve Tarihi Gelişimi

NİTELİK	ARAŞTIRMACILAR
Yenilikçilik	Herron,1992; Geisler,1993; Drucker, 1998; Daft, 005; Hisrich Vd.,2005, Hitt Vd; Küçük,2005
Risk almak	GEİSLER.1993; Johnson ve Hayes, 1996; Drucker,1998:hisrich vd.2005, Hitt vd.,2005; Küçük,2005; Zhao vd.,2005; Hewison-Badger,2006, Shapero.
Değişim odaklılık	Luchsinger-Bagby,1987; Herron,1992;Hisrich vd.2005; Hitt vd.2005
Fırsatlara odaklanmak	Corbett-Hmieleski,2005; Hitt vd.,2006
Yaratıcılık	Daft,2005; Hitt vd.2005; Hewison-Badger,2006
Gelişmiş iletişim yetisi	Hitt vd.2005
Proaktiflik	Hisrich vd. 2005
Yüksek başarı yetisi	Daft,2005
Duygusal zekâ	Hitt vd.2005
Kararlarda ısrarcı davranış	Akyüz, Gedik, Yıldırım,2006
İş birliği ve dayanışma	Luttunen,2000
Teknik bilgi üretme	Luttunen,2000
Çok yönlü düşünebilme	Akyüz, Gedik, Yıldırım,2006
İyi gözlem yeteneği	Levenburg,2006
Öğrenme ve öğretmeye açıklık	Casson,2003

Kaynak: İşcan, Kaygın, 2011; Bayraktar. 2011; Arthur ve Hisrich, 2011; Bozkurt, 2011; Özkan vd., 2003; Akyüz vd., 2006

5.2. GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Kişilik, gensel yapı ve bedensel-yapı faktörleri, ailevi faktörler, kültürel etmenler, sosyal normlar ve sosyal sınıf ve statü faktörleri ve diğer faktörlerden oluşmaktadır (Erdoğan, 1994).

Bireylerde görülen kişilik özellikleri; sakin, açık yürekli, özgüvenli, sevinçli, sabırlı, sabırsız, panik, hırslı, rahat, kibar gibi sıfatlarla ifade edilebilmektedir. Kişilik özelliklerini ifade ederken çok farklı sıfat kalıpları kullanmak mümkündür.

5.2.1. Kalımsal Faktörler

Genetik yapı faktörleri kişiliğin oluşmasında ve gelişmesinde önemli yere sahiptir (Pervin ve Akt.Sarıtaş, 1970).

Kalıtım kişiliği etkileyen en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Kalıtım, bireyin ebeveynlerinde bulunan birkaç özelliğin kromozomlar vasıtasıyla kişiye geçmesini ifade eder. Bireyin duruşu, yüz hatları, kas ve bedensel yapısı gibi unsurlar, kalımsal özelliklerini oluşturmaktadır. (Robbins ve Akt. Yıldız, 2012). Bu unsurlar bireyde özgüvenin artmasında da etkilidir. Fiziksel olarak hoş bir görüntüde olan bireyin özgüveni daha yüksek olacaktır. Yüksek özgüven bireyin girişimci motivasyonunu da yükseltecek bir unsurdur. Bu açıdan kalımsal özelliklerin kişilikle doğrudan ilişkili olduğu bilinirken, bireylerin kişiliğine olan etkisinin kişiden kişiye farklılıklar yaratabileceği belirtilmelidir (Erdoğan, 1994).

5.2.2. Aile Faktörü

Belli bir yaşa gelene kadar ait olduğu ailenin kural ve davranışlarına göre şekillenen birey için bu faktör oldukça önemlidir.

Girişimci kültürü yerleşmek için aile ve sosyal çevrede içerisinde girişimci faaliyet destekleniyorsa, yeterli donanım ve maddi olanaklara sahip ise gerçekleşeceği savunulmaktadır (Demircan, 2000:24).

Ebeveynlerin demokratik bir anlayışa sahipliği durumunda çocuğun daha özgür yetiştiği, daha aktif düşündüğü, daha objektif davranışlar sergilediği, çevresindeki bireylerle daha iyi sosyal ilişkiler kurduğu ve bu ilişkileri daha uzun vadede sürdürdüğü sonuçlanmıştır (Pervin ve Akt.Sarıtaş, 1970). Bu durum da bireyin girişimci olma motivasyonunu yükseltirken, girişimci olma korkularını da azaltacaktır.

5.2.3 Sosyo Kültürel

Bir birey olan çocukların yetişme şartlarının kişiliğin gelişiminde etkili en önemli unsurdur (İlbars, 1987).

“Sosyal sınıf kavramı, kişiliğin oluşumunu ve gelişimini etkileyen bir diğer önemli faktördür. Üst sınıfta doğan bir çocuk, geliri, vizyonu, misyonu, hayat tarzı, ait olduğu sosyal statüsü yüksek bir meslek seçmeye elverişli olabilir. Diğer taraftan alt sınıf grubunda bir birey ise kendi sınıfına elverişli tarzda bir konum içinde hayatını devam ettirebilir” (Soysal, 2008). Sonuç olarak sosyal sınıf ta kişiliği etkileyen önemli bir unsurdur. Bu değerler de kişinin girişimci olma eğilimini etkileyen en önemli faktörlerden biridir (Don vd., 1976).

Sosyal konumda üst sınıfta bulunan bireylerin sahip olduğu şartlar ışığında girişimci olma eğilimi daha yüksektir diyebiliriz.

5.2.4. Coğrafi ve Fiziki

Soğuk bilgede doğmuş ve karasal iklim bölgelerinde yaşayan insanların daha sert mizaçlı, sert görümlü, buna nazaran sıcak iklimde ve kıyı kesimlerdeki bireylerin daha çabuk değişebilen tutum ve davranışları, daha yumuşak karakterde olduğu şeklinde bir gerçek vardır (Eroğlu vd., 2003).

Coğrafi ve fiziki etmenlerde kişilik için önemli bir faktördür. Bireyin girişimci olma eğilimi üzerinde de etkisi büyüktür.

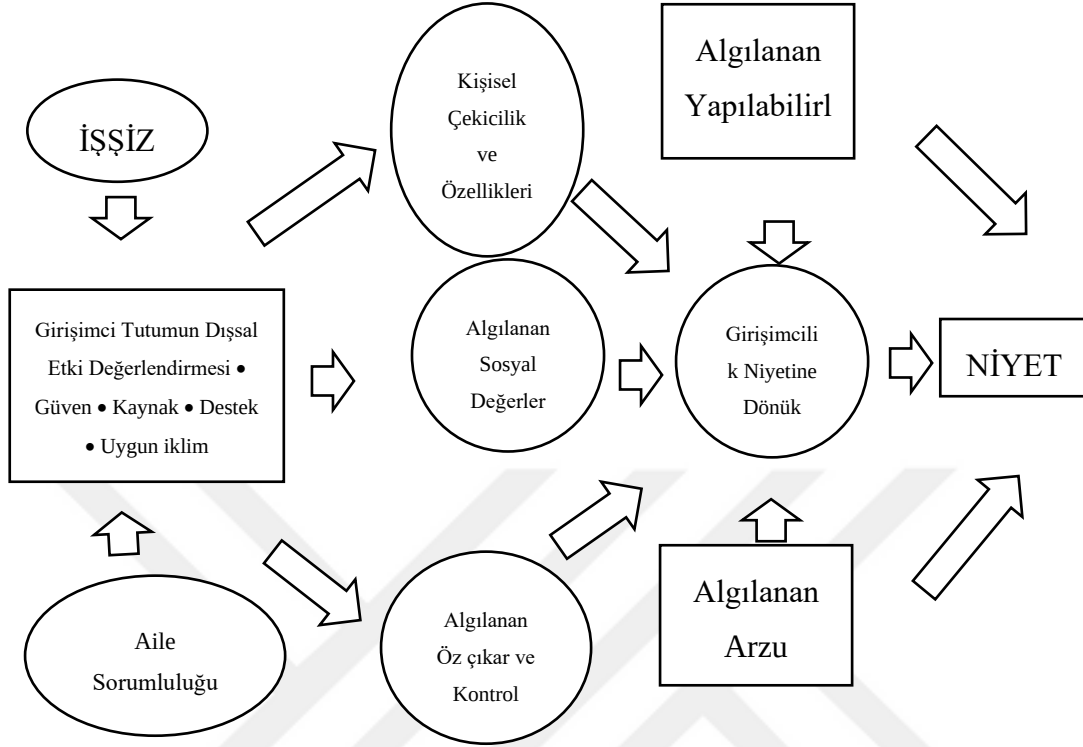
5.2.5. Diğer Faktörler

Kalıtımsal faktörler, aile faktörü, sos yo kültürel faktörler ve coğrafi ve fiziki faktörlerin dışında kalan tüm faktörlerdir. Kitle iletişim araçları (televizyon, internet, çeşitli sosyal medya kanalları, kitap, gazete, dergi) gibi pek çok araç kullanımı örnek gösterilebilir (Bozkurt, 2007).

Bireyi girişimci olmaya iten sebepleri anlamak ve bu faaliyetleri gerçekleştirmek için kullandıkları çeşitli kişisel özellikleri ortaya koymak girişimcilik faaliyetlerinin sadece sonucunu değil bütün süreci iyi analiz etmek adına önem arz etmektedir. Girişimci kişilik özelliklerinden bahsedebilmek adına yapılan tanımlara iyice odaklanmak ve değerlendirmek gerekir. Her tanım birbirini tanımlayan ve güncelleyen bir şekilde yenilenmeye devam etmektedir (Çöğenli, 2019).

6. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU

Şekil 2. Girişimci Olma Motivasyonu ve Eğilimi İlişkisi



Kaynak: Krueger ve Carsrud, 1993

Girişimci bireylere iş kurma gerekçeleri doğrultusunda “Neden?” sorusuna verilen cevabın esas sebepleri girişimcilerin hikâyelerinin başlangıç noktası oluşturmaktadır.

Motivasyonda iç faktörler aşağıdaki gibidir (Arıdur, 2022).

- Olumlu tutum ve davranışlar ile sert ve ağır olaylar karşısında daha iyimser yaklaşıp kendisi ve ekip arkadaşlarını çalışmaya motive eder.
- Olumlu tutumlar kişileri girişimcilik sürecinde başarıya ulaştıran en önemli motivasyon unsurlarındandır.
- Girişimciliğin başlangıcında ve gelişiminde en önemli motivasyon unsuru; kişinin içsel motivasyonudur. Kendini içsel olarak motive edebilen bireyler, girişimcilik düşüncelerini uygulamaya koyma sürecini daha kolay gerçekleştirebilirler.

Motivasyonda dış faktörler aşağıdaki gibidir:

- Girişimci bireyin ailevi dostane ve toplum faktörünü, kişiyi girişimcilik noktasında motive edebilir.

- Girişimcilik sürecinde en önemli ve güçlü motivasyon, kaynakların mevcut oluşudur. İş gücü, sermaye, teçhizat ve benzeri gibi kaynakların yeterliliği durumu daha başarılı bir girişimcilik süreci sağlamaktadır.

- Girişim olgusuna duyulan ilgi, girişimci ve ekip arkadaşlarının motive olması için en önemli etmenlerdendir.

- Çevre de ve teknolojiye meydana gelen değişim ve gelişimler, girişimcinin fikrini işe dönüştürmesi ve başarısının artırması için önemli bir motivasyon faktörüdür. Gelişen teknoloji neticesinde noksanlar ve üretim maliyetleri azalır iken başarı oranı da artmaktadır.

Girişimcilik algısına son dönemlerde farkındalık artmasıyla birlikte konu, psikoloji alanında da çalışılmaya başlanmıştır. Psikolojik teoriler, girişimcilik kavramının ve girişimciyi açıklamakta, kârın dışındaki motivasyonlara yapılan atıflarla bu alana önemli katkılarda bulunmuşlardır. Bu bağlamda, girişimcilik olgusunun kişisel önemseniş, kabul görme, başarı güdüsü ve maddi ve manevi bağımsızlık başta olmak suretiyle çeşitli motivasyonları etkilediği ve çeşitli motivasyonlardan etkilendiği görülmektedir. Bu çeşitli motivasyonların da insanların girişimci olma eğilimini artırdığı tartışılmaktadır (Uygun vd., 2015).

Girişimci motivasyonunun tanıma bakacak olursak Bireyi nihai bir amaç doğrultusunda girişimciliğe çekmeye yarayan maddi ve manevi gücü temsil etmektedir (Dej, 2008).

Girişimcilik olgusunu ya da girişimci olma eğilimini açıklamakta yararlanılan olgular, yıllardır değişerek gelişim göstermektedir (Linan, 2008).

Girişimcilik eğilimini faaliyete dönüştürmede yaşamsal olan yüksek motivasyon (Malebana, 2014) olgusu eyleme geçme olasılığını ve gelişimini de beraberinde getirebilmektedir (Dracke, 2014).

Literatürde girişimci olma motivasyonu ile girişimci olma eğilimi ve girişimcilik performansı arasında ilişki olduğunu öne süren önemli araştırma sonuçları ile (Shane vd.2003; Baum ve Locke, 2004; Carsrud ve Brannback, 2011; Dracke, 2014; Krabel ve Mueller, 2009) giderek daha çok karşılaşılmaktadır.

Zimmerman ve Chu (2013) ortaya koydukları çalışma da girişimci bireyler arasında bir işletme kurmaya yönelik motivasyon faktörlerinin kontrol odağı, maddi ve manevi bağımsızlık, deneyim, girişim ve sektör ile ilgili eğitim, maddi bir kaynak

yaratma, tanınma ve değer görme ve iş güvenliği ve yönetsel faaliyetler olduğu bulgusuna ulaşmışlardır (Zimmerman ve Chu, 2013).

Kazanç unsurunun yanında kişisel miras, aklındaki iş fikirlerini uygulama, bağımsız iş kurma dürtüsü, sosyal bir saygınlık kazanma, fırsat çeşitliliğinin az olması durumu, bir yeni bir fikri hayata geçirme dürtüsü veya bir idealini gerçekleştirme isteğı gibi sebeplerden, bir tanesi veya birkaçı girişimci olma eğilimi kararlarını etkileyen önemli unsurlar olabileceğı ortaya konmuştur (Bakan, 2015). Bazı kimseler maaşlı bir işte çalışmak yerine kendi işlerini kurmayı tercih ederler. Bu düşüncenin sebepleri ele alındığında bireyin kendisine ait bir işletmeye sahip olması, başka kimselerin istek ve emirleri altında çalışmak istememesi, iyi bir yaşam sürdürme fikri, idealindeki düşünceyi gerçekleştirme isteğı, istediğı işi yapabilmeye özgür oluşu, başarıma ihtiyacı ve sonucunda maddi ve manevi değer gibi nedenler bireyleri kendi işletmelerini kurmaya cesaretlendiren sebepler arasında gösterilmektedir (Kunday, 2014).

Alan yazında bireyleri girişimcilik eğilimine cesaretlendiren, girişimci olma motivasyonunu etkileyen unsurlar “iten” ve “çeken” unsurları şeklinde ele alınmıştır (Segal vd., 2005). “İtme” faktörleri teoremine göre, bireylerin girişimci olma motivasyonu mevcut işinde tatminsizlik, istediğı işi bulamama, düşük maaş gibi olumsuz çevresel etmenlerden etkilenmektedir. Başka bir faktör olan “çekme” faktörü teoremine göre, bireyleri girişimci olma eğilimi doğrultusunda motive eden unsurlar ise; bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, sosyal tatmin gibi olumlu bireysel unsurları ele almaktadır (Segal vd., 2005).

Bu bağlamda itme faktörleri bağlamında girişimci olma eğiliminin uyarıcı noktası çevresel etmenlerken, çekme faktörleri bağlamında ise bireysel faktörler olduğı öne sürülmüştür. İtme faktöründe temel güdü, arzu edilmeyen eldeki mevcut durumdan tamamen kurtulmak ya da bu durumdan uzaklaşmak iken, çekme faktörünün amacı gelecekteki maddi ve manevi kazanımlara ilişkin eğilimler bütünü olarak değerlendirilmektedir (Uygun vd., 2015).

6.1. BİREYİN GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONUNU YÜKSELTEN FAKTÖRLER

Girişimci olma motivasyonu üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Çalışmalarda girişimci olma motivasyon unsurları benzerlik göstermektedir. Giacomini vd. (2011) tarafından yapılan çalışma girişimci olma motivasyonu faktörlerini 16 başlık altında toplamıştır.

- Aklımdaki iş fikirlerimi uygulamak
- Kendime ait bir iş oluşturmak
- Kişisel bağımsızlık duygusu
- Bir organizasyonun başında olmak
- Mali olarak bağımsız olma
- Kendi işletmeye sahip olunca yaşam kalitemin artacağı düşüncesi
- Kendi işletmemde çalışan insanları yönetme fikri
- Kendi işletmemde adil bir tazminat alma düşüncesi
- Başka işletmelerde ücretle çalışmaktan daha fazla para kazanma düşüncesi
- Profesyonel bir işte memnuniyetsizlik yaşamak yerine kendi işimde tatmin duygusu oluşturma
- Kendi işimde kendime ait kişisel bir servet oluşturma
- Kendi işimde daha fazla boş zamana sahip olma
- Kendi işimde yüksek sosyal statü kazanma fikri
- Kendime uygun doğru işi bulamayıp kendi işimi kurma fikri
- Girişimci olan aile geleneğimizi devam ettirme fikri
- Kendi işimde başkaları için de iş imkânı sağlama fikri

Vijaya ve Kamalanabhan (1998) tarafından ortaya konulan girişimci olma motivasyonu araştırmaları baz alınarak bireylerin girişimci olma eğilimlerini artıran faktörler girişimcilik boyutu, çalışma boyutu, sosyal boyut, bireycilik boyutu ve ekonomik boyut olmak üzere 5 boyutta toplanmıştır. Girişimci olma boyutu; risk alma, maddi ve manevi bağımsızlık, diğer bireylere istihdam oluşturma, girişimciliğin proje ve desteklerinden yararlanma, topluma, ülkeye ve dünyaya hizmet etme gibi motive eden faktörleri içermektedir. Buna göre çalışma özü boyutu; bireysel yetenek ve çabalardan faydalanma, girişimcilik kariyerinde karar verebilme yetisini kullanabilme, tüm emek ve uğraşları ile aktif, fırsatçı ve yenilikçi olma ile ilişkilidir. Bu boyutun başarıya ihtiyacı boyutu ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkisi vardır. Toplumsal öz boyutu, lider ve

yönetici olma yetileri, başka bireyler üzerinde maddi ve manevi güç ve etkin nüfuza sahip olma hem içsel hem dışsal sosyal statüsü yüksek ve saygınlık kazanma ile ilişkilidir. Bireycilik öz boyutu, bireysel olarak benimsenen bir çalışma ve yaşam stilini arzulamayı içeren bireyselci bir etkiye sahiptir. Ekonomik öz boyutu ise para sıkıntısı çekmekten ve borçlardan kurtulup psikolojik ve ekonomik rahatlık, ailesi için gelir elde etmek ve servet oluşturmak bunu yaparak sosyal merdivenlerde başarı ile yükselmek gibi bir içeriğe sahiptir (Aksoy vd., 2019).

7. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONUNUN BOYUTLARI

7.1. İÇSEL BOYUTLAR

İçsel motivasyonlar; haz duyma, hoşlanma, bir şeye merak, ilgi alaka vb. nedenlerden dolayı hem içsel denetim unsuruna sahip olması hem de tamamıyla davranışın sonuca odaklı olmasından kaynaklı en özgür içsel motivasyona en fazla sahip olan motivasyon türü olarak ortaya konmuştur (Roth, Assor, Kanat-Maymon, & Kaplan, 2007). Örneğin bireyin futbol oynama nedeni bu etkinliğin kendisi için büyük bir eğlenceli içermesi ve bu etkinliği yapmasından kaynaklı olarak mutlu olmasıdır. Bu durum içsel öz belirlenmiş davranış modeli örneğidir. Başka bir deyişle birey, bu davranışları içsel bir haz ile gerçekleştirmiştir. Sözü geçen davranışlar ödül, para, baskı vb. içsel olmayan kontrol araçları vasıtasıyla gerçekleştirilmemiştir (Ryan ve Deci, 2000). İçsel motivasyonu harekete geçiren sadece fikirler ya da inançlar tutumlar değil aynı zamanda duyguların da önemi büyüktür (Hull, 1943).

Buna göre kişinin istek arzu, zevk ve dürtüleri baz alınarak girişimci olma motivasyonu artıran boyutlar olarak açıklanmaktadır.

Bireysel yaklaşımı baz alan araştırmacılar, daha çok psikolojik sosyolojik, demografik ve kişisel özelliklere odaklanarak girişimci bireyi açıklamaya çalışmaktadır. Bu yaklaşıma göre girişimci bireylerin benzersiz; değer, tutum, yargı, ihtiyaç ve zevkleri vardır. Bu nedenle psikolojik etkiler kişinin, kişisel özellikleri ve edindiği deneyim ve tecrübeler girişimci olma eğilimini artırır (Naktiyok, 2004, s. 13--14).

Bireysel yaklaşıma göre önemli bir nokta bireyin kişilik özellikleri; yüksek motivasyon, kendine güven, yüksek enerji, yenilik ruhu, yüksek başarı beklentisi, içsel kontrol odağı, sabır, risk alma, kendini yönlendirme, yüksek otonomi, bağımsızlık ihtiyacı ve çevreyi etkileyecek faaliyetleri yapmaya daha yatkın olmayı belirten proaktif

kişilik davranışı olarak sayılabilir. Bireysel yaklaşıma göre bu tür davranışları sergileyen bireylerin girişimci olma eğilimi yüksektir (Ağca ve Kurt, 2007).

Girişimci olma eğilimini etkileyen kişilik özellikler, yani içsel faktörleri; başarıma ihtiyacı (Carragher, 2010; Hansemark, 1998; McClelland D., 1965; Perry vd., 1986) araştırmalar yapılmıştır.

Kontrol odağı (Brockhaus, 1975; Mueller ve Thomas, 2001) ve öz yeterlilik (Bandura, 1977; Barbosa vd., 2007; Boyd ve Vozikis, 1994; Wilson vd., 2007; Bandura, 1977; Barbosa vd., 2007; Boyd ve Vozikis, 1994; Wilson vd., Kickul, ve Marlino, 2007) olarak kabul görmektedir.

7.1.1 Başarma İhtiyacı

Başarma ihtiyacı teorisine göre “herhangi bir kimseden daha mükemmel veya daha hızlı bir şeyler yapabilmek veya bireyin daha önce ortaya koyduklarından daha iyi bir şeyler yapma isteği” olarak tanımlanmıştır (Çiçek ve Karakaş, 2020). Başarma ihtiyacına sahip kişilerde girişimci olma eğiliminin artabileceği gibi hali hazırda girişimcilik faaliyetleri içinde olan bireylerin başarıma ihtiyacının artırılması gerekmektedir. Böylece sektördeki mevcut girişimciler daha büyük başarılar elde etmek için daha etkili girişimci faaliyetler sergileyeceklerdir (Wu vd., 2007). Buna göre başarıma ihtiyacına sahip bireylerin girişimci olma motivasyonu yüksek olacağından girişimci olma eğilimleri yüksektir.

7.1.2. Kontrol Odağı

Kontrol odağı yaklaşımı sadece motivasyonel bir eğilim olarak değerlendirilse de insanları motive etmeye yarayan bir olgudan çok daha fazlasını ifade eder (Zigarmi vd., 2018). Girişimcilik olgusu açısından ele alındığında, iş yaşamında elde edilen sonuçlar kişinin kendi davranışlarına bağlı olduğu görüşünü doğurmaktadır (Zigarmi, Galloway, ve Roberts, 2018). Bu bilgiler ışığında kontrol odağının girişimciliği etkileyen önemli bir içsel faktörlerden olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle girişimciliği etkileyen bir unsur olarak kontrol odağı olgusunun, özellikle girişimciler nezdinde girişimcilikte etki yaratan içsel ve dışsal iç kontrol odağının girişimci bir yerler açısından önemi bu araştırmada tespit edilmeye çalışılmıştır.

7.1.3. Öz Yeterlilik

Zaman içinde girişimci olma eğilimi üzerindeki önemli etkisiyle girişimcilik alanında yoğun bir biçimde araştırılmaya başlamıştır (Çiçek ve Karakaş, 2020).

Girişimcilik öz yeterliliği genellikle; “bir insanın bir girişimi başlatmak ve yürütmek için özel görevleri başarıyla yerine getirme yeteneklerine güvenmesi” olarak tanımlanır (Chen, 1998). Öz yeterliği düşük bireylerin, belli durumlardan kaçınmasına neden olabilir ve bu kaçınma davranışı, bireylerin kendi korkularıyla yüzleşmesinden veya yetkinliklerden kaçınmayı doğurur (Bandura, 1977). Bireyin öz yeterliliğe sahip ise girişimci olma motivasyonu yüksektir.

Risk alma eğilimine sahip olması, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, yenilikçilik, yaratıcılık gibi özellikler girişimci bireyde olması gereken öz yeterlilikler arasında gösterilebilir.

7.1.4. Bağımsızlık Arzusu

Girişimcilerin kendi işletmelerini kurmada yatan temel nokta, kendi emekleri ile belli konumlara gelebilmek ve kendi iş yerlerinde hem kendilerine hem başkalarına patron olmak istekleri bilinmektedir. Bu noktada bir girişimcinin kendi işini kurmasına etkileyen motivasyon unsurlarını maddeler halinde aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

Marangoz (2013)’a göre içsel motivasyonlar aşağıdaki gibidir:

- Başkalarının emir ve boyunduruğu altında çalışmak istememe, kendisinin patronu olma isteği,
- Maddi veya manevi olarak daha çok kazanma arzusu,
- Vereceği ve alacağı bireysel kararlar ışığında geleceğine yön verme arzusu,
- İş kurmanın haricinde imkân ve şartların kısıtlı olması,
- Yaşlı ve emekli vb. bireylerde manevi doyum isteği
- Serbest ve rahat bir iş ortamında çalışma arzusu
- Ele geçen fırsatları faaliyete geçirme dürtüsü.”

7.2. DIşSAL BOYUTLAR

Dışsal motivasyon bireyin kendi istek ihtiyaç ve dürtüleri dışında gelişen motivasyon türüdür²; haz, kendiliğinden gerçekleşme, hoşlanma, merak, ilgi vb. nedenlerin tersine gelişen durumlardır. Girişimci olma eğilimini etkileyen başlıca dışsal faktörler; iş ve sektöre ilişkin bilgi (Clercq ve Arenius, 2006; Minniti ve Bygrave, 1999) sermayeye erişmek (Bates, 1985; Blanchflower ve Oswald, 1998), sosyal ağlar ve sosyal çevre (Greve ve Salaff, 2003; Davidsson ve Honig, 2003) ve girişimcilik eğitimleri

(Kuratko , 2005; Peterman ve Kennedy, 2003; Wilson vd., 2007) olarak karşımıza çıkmaktadır.

7.2.1. Sermaye

Giriş sermayesi olayı sadece gelişmekte olan ülkelerde değil, dünyanın her yerinde girişimcilik eğilimine başlamanın önündeki en önemli engel olduğu saptanmıştır (Kristiansen ve Indarti, 2004). Yapılan birtakım çalışmalara (Coleman, 2000) göre birçok birey yeterli sermayeye ulaşamadığı için girişimcilik ideallerinden vazgeçtiği saptanmıştır. Sermaye bireyin girişimci motivasyonunu etkileyen en önemli unsurlardandır. İşletmesini kurmak için gerekli sermayeye sahip bireyin girişimci olma motivasyonu da yükselecektir.

7.2.2. İş ve Sektör Bilgisi

İşin gerekleri ve sektöre ilişkin bilgiye sahip olan birey için, yeni bir girişime adım atmak ve sürekli bir büyüme sağlama düşüncesi daha kolay olacaktır (Kristiansen ve Indarti, 2004). Girişimcilik gereklilikleri hakkındaki bilgiye sahip olan birey, yalnızca girişimcilik konusunda sahip olduğu bilgi tabanının gerekliliğinin yanında, aynı zamanda bireyin dış bilgiye de rahatlıkla ulaşabileceği anlamına da gelmektedir (Putnam vd., 1994). Özetle girişimci olmak ve sektörde gelişim için işle ilgili, sektör, Pazar, rakipler, ulusal ve uluslararası vb. ile ilgili sadece salt bilgilerden ziyade bunları doğru yer, zaman ve şekilde kullanabilme bilgi ve yetisine de sahip bireyde girişimci olma motivasyonu yüksek olacaktır.

7.2.3. Sosyal Ağ ve Çevre

Sosyal çevre ya da sosyal ağ üzerinde yapılan çalışmalar, girişimciler ve bir girişimin yapılmasında önemli olan kaynakları sağlayan diğer kişiler arasındaki ilişkilere de dikkat çekilmektedir (Larson, 1991). Hatta girişimci bireylerin sahip olduğu bu sosyal ağları açıklamak için son yıllarda “girişimcilik ekosistemi” olarak adlandırılan bir olgu literatürde yerini almaya başlamıştır (Neumeyer ve Santos, 2019). Girişimcilik ekosistemleri, girişimci olma niyeti ve eğilimlerini gerçekleştiren ve destekleyen belirli bir coğrafyadaki birbiriyle ilişkili bireyler, kurumlar, kuruluşlar ve düzenleyici faktörlerin bir araya getirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Isenberg, 2010). Dolayısıyla sosyal ağları ve çevre yönüyle güçlü bireyin girişimci olma eğilimi yüksek olacaktır.

7.2.4. Girişimcilik Eğitimi

Son yıllarda, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi açısından önemli bir unsur olduğu olgusu önem kazanmaya başlamıştır (Çiçek, 2016). Girişimcilik eğitimi ile

ilgili çeşitli tanımlamalar yapılsa da temelde girişimcilikte eğitim iki anlamda incelenmektedir. Bunlardan ilki; girişimci olma eğilimi için çok önemli olan kişisel nitelikler, tutumlar ve bilgi tecrübe ve becerilerin geliştirilmesini kapsamaktadır. İkincisi yaklaşım ise girişimcilik düşüncesinin oluşumundan gelişimine kadar olan süreçler için verilen özel bir kurs şeklinde olabilir (Fayolle ve Gailly, 2008) . Bu eğitimin üniversiteler vasıtasıyla (Gürol ve Atsan, 2006; Robinson ve Haynes, 1991; Galloway ve Brown, 2002) verilebileceği gibi, kamunun destekleri (Çiçek ve Karakaş, 2020) veya özel sektörün destekleri (Ladzani ve Vuuren, 2002; Hynes, 1996) vasıtasıyla verilmesi de mümkündür.

Girişimcinin en temel hedefi başka bir işletme de çalışınca ulaşamayacağı karı kendi işletmesinde elde etmektir. Ama bunun yanı sıra aşağıdaki nedenlerde gösterilebilir. Tuncer ve Ayhan tarafından yapılan çalışma da aşağıda ki nedenler de verilmiştir (Tuncer vd., 2011).

- Topluma faydalı işler yapma
- Toplumda sosyal itibar kazanmak
- Maddi ve manevi bağımsız bir işletme kurmak ve yönetmek
- Miras veya farklı araçlarla elde edilen varlıkları değerlendirme
- Siyasi bir düşünceyi işletme aracılığı ile destekleme
- kendine uygun başka iş yapma imkânları bulamama
- Ulusal ve uluslararası belirli sektörlerle öncülük etme isteği,

Şeklinde sıralanabilir.

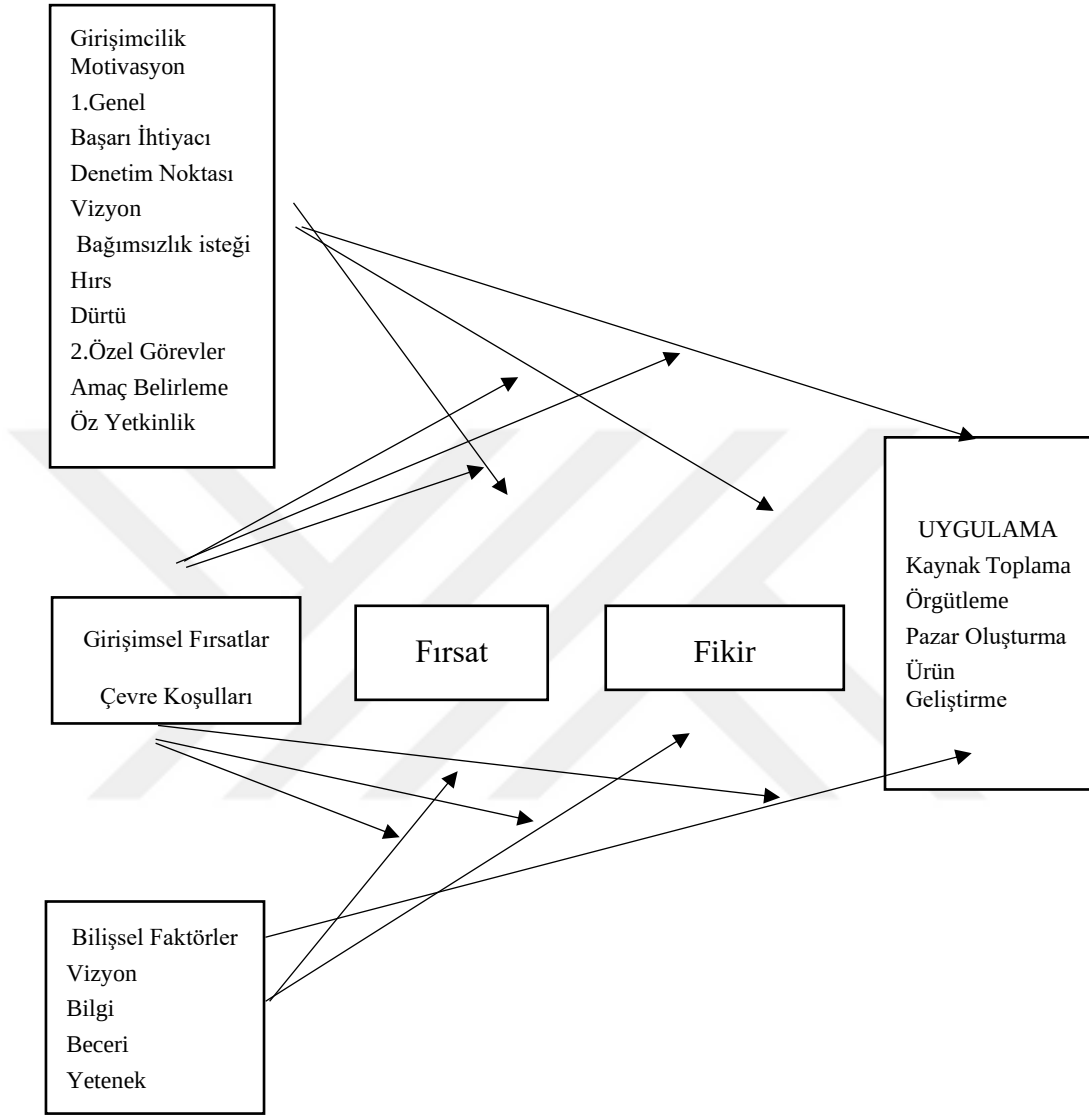
8. MOTİVASYON TEORİLERİ BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU

Motivasyon ile girişimcilik davranışı arasında bir ilişkinin var olup olmadığı, (Johnson, 1990; Shane, Locke, ve akt. Çakır, 2003; Christopher vd., 2004; Nişancı, 2014; Özer ve Topaloğlu, 2007) gibi araştırmacılar tarafından yapılan araştırmalarla ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bireylerin yaşamında psiko-sosyal araçların konumu oldukça fazla bir öneme sahiptir. “Kişilerin işlerinde gelecekte kaygılanmama durumu, kurumda uygulanan terfi sisteminin kişileri tatmin etmemesi, süreç gerektiren zamanlarda yetkilerin devri, sosyal gruplara katılım şartlarının arttırılması, işletme de rekabet ortamının ilgi çekici olması vb.

konular verimliliği önemli ölçüde arttırmada gerek duyulan psiko-sosyal motivasyonel araçlar bütünüdür’’ (Kıray, 2019).

Şekil 3. Girişimcilik Motivasyonu Süreci



Kaynak: Shane ve Locke'dan akt. Çakır, 2003

8.1. KAPSAM TEORİLERİ KAPSAMINDA GİRİŞİMCİLİK

Kapsam teorileri adı altında gruplanan üç adet motivasyon teorisi bulunmaktadır. Bunlar: Abraham Maslow tarafından geliştirilen ihtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi; Frederick Herzberg tarafından geliştirilen Çift Faktör Teorisi ile David McClelland tarafından geliştirilen başarıma ihtiyacı Teorisidir (Koçel, 2013).

Kapsam teorileri, bireyin ihtiyaçları olan hareketlere ağırlık veren teorilerdir. Bir kişinin içinde olan faktörleri göz önünde bulunduran teorilere kapsam teorileri denir. Kapsam teorileri, bir liderin çalışanları belirli bir yönde çalışmaya sevk eden nedenleri

anlayabilirse bu faktörlere hitap ederek çalışanları kurumun ilkeleri doğrultusunda çalışmalarını sağlamaktadır. Bireyleri motive eden güç üzerine çalışmalar yapılan teorilerdir. Kapsam teorileri, bireyleri harekete geçiren etmenin ne olduğu ile ilgili çalışmalar yapmaktadır.

8.1.1. Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarsisi Teorisi

Birincil ve ikincil ihtiyaç türleri olan; fizyolojik ihtiyaçlar ve güvenlik ihtiyacı açısından girişimciliği ele alacak olursak: 2 türlü etki oluşabilir.

8.1.1.1. Fizyolojik İhtiyaçlar

Bunlardan birincisi birey birincil ve ikincil ihtiyaçlarını karşılamadan girişimci motivasyona sahip olamaz. Çünkü karnı aç ve güvenliği olmayan bir ortamda birey öncelikle bunların çözümü için uğraşacağından girişimcilik fikri aklında oluşmamış olur. Aklında temel ihtiyaçları karşılama fikri vardır. Çünkü insanlar yeni ve sağlıklı fikirler üretebilmek için öncelikle güce ihtiyaç duyarlar. Bunlar beslenme, uyumak gibi temel ihtiyaçların giderilmesiyle mümkün olacaktır. Kişinin yaşamsal faaliyetlerine devam edebilmesi için biyolojik olarak bu ihtiyaçları karşılanması gereklidir. Daha sonra yeni ve sağlıklı fikirler üretebilmek için güvenli ve özgür düşünebileceği ortam ararlar. Bu da güvenlik ihtiyacının karşılanması ile mümkündür. Bu iki önemli ihtiyaç karşılanmadan bireylerde girişimcilik motivasyonu düşük olacağından girişimcilik eğilimi olmaz.

İkincisi ise birey yaşamsal ihtiyaçlarını sağladıktan sonra ilk duruma göre girişimci motivasyonu daha artacaktır. Özellikle günümüz şartlarına bakarak değerlendirecek olursak fizyolojik açıdan savaşlar, doğal afetler, salgın hastalıkların yaratmış olduğu ekonomik kriz ve kaotik ortamın yoğunlaştığı durumlarda insanlar fizyolojik gereksinimlerini bile karşılamakta zorlanırken aynı zamanda girişimci eğilimini de bu süreçte geliştirebilirler. Bu kaotik ortamda ekonomik krizle başa çıkacak iş fikirleri de yoğunlaşıp çözüm üretmek için yeni girişimlerde bulunabilirler. Çünkü girişimci zorlu koşullar altında tehditleri fırsata çeviren kişidir.

8.1.1.2. Sevgi Aidiyet Bağlanma İhtiyacı

Bağlanma, sevgi aidiyet dört temel unsuru şöyle belirtilmiştir (Apospori vd., 2015):

- Çevredeki diğer bireylere, pozitif ve arkadaşça davranmak ve çok yakın duygular göstermek.

- Dostane bir ilişkinin kötü gitmesi ya da bitmesi durumunda bireyin kendini kötü hissetmesi, ya da yeniden bu ilişkiyi canlandırmak için emek sarf etmesi.

- Yakın bir ilişkiden kaynaklı olarak samimi davranışları.

- her konuda yanında olmak gerektiğinde yardımcı olmak gibi geliştirici davranışlarda ve samimi bir ilgi ve alaka da bulunmak.

İlişkinin kalitesini düşünen bireylerin bağlanma ihtiyacı yükseltir (McClelland, 1987).

Bireyler sevme sevilme ve bir yere bir kişiye ait olma ihtiyacı içerisindedirler. Girişimcilik yönüyle bakıldığında kişi kendi işletmesini inşa ettikten sonra işletme için gerekli bireyleri işe alır. Bu kişiler o işletmenin devamlılığı ve gelişimi için çaba gösterirler. Bu sayede hem girişimci hem de çalışanlar arasında bir bağlılık, bir aidiyet duygusu oluşur. Bireyin, Girişimcinin kurmuş olduğu işletmede çalışmasından kaynaklı olarak aldığı maddi ve manevi ödüller ise hem sevgi hem aidiyet ihtiyacını artırır. Buna bağlı olarak girişimci de işletmenin devamlılığını sağladığı için bireye sevgi ve aidiyet besler.

Türkiye ve dünyanın genel çalışma durumlarına bakıldığında zaman kişi günde ortalama 7-10 saat arası çalışmaktadır. Buna bağlı olarak girişimci ve çalışan birlikte epey zaman geçirmek durumunda kalırlar. Bu etkende sevgi ve aidiyet ihtiyacını artırır. Hatta bunun sonucu olarak iş dışı yemekler, geziler, maçlar, programlar da sevgi ve aidiyet ihtiyacının informal göstergesidir. Tüm bunlar girişimci motivasyonu yüksek bireyin işletmesini inşa etmesi ile mümkün olacaktır. Bunların yanı sıra tüm bu gelişen olaylar işyerindeki çalışanların girişimci motivasyonunu tetikleyebilir. Sevgi aidiyet bağları içinde bireyin girişimci motivasyonu artabilir ve ilerleyen zamanlarda bu girişimcilik motivasyonu yerini girişimcilik eğilimine bırakabilir.

Tam tersini düşünecek olursak; kişinin sevilmediği kendini işletmeye ait olarak görmediği bir ortam düşünelim, sevgi ve aidiyet duygusundan yoksun bir işletmede çalışan birey bu ihtiyacının karşılanmadığını düşünebilir. Girişimci ve çalışan, çalışan ve girişimci arasında bu ihtiyaçtan yoksunluk, kişinin girişimci olma motivasyonunu artırabilir. Kişi bunları düşünerekten güçlü sevgi ve aidiyet bağlarının olduğu işletmesini kurmak isteyebilir. Girişimcinin çalışana olan ve çalışanın girişimciye olan sevgi ve aidiyet bağlarının güçlü olduğu bir işletme kurmak isteyebilir. Bu olumsuz gibi görünen durum kişinin girişimci olma motivasyonunu ve eğilimini yükseltebilir.

8.1.1.3. Takdir Saygı İhtiyacı

Maslow tarafından ortaya konulan ihtiyaçlar teorisi kapsamında 4. temel ihtiyaç takdir görme ve çevre tarafından saygı görme ihtiyacıdır.

Girişimcilik bakımından ele alırsak; kendi işletmesini kuran girişimci hem çevresi tarafından hem de kendisi tarafından içten içe takdir edilecektir. Çevreye yararlı bir faaliyette bulunmasından kaynaklı olarak takdir edilecektir. Gerek bireyin kendisine gerek çevresine gerekse devlet adına yararlı bir girişim söz konusudur. Bu da hem maddi hem de maneviyat duygularının tatmininden kaynaklı olarak takdir edilme ve daha çok saygı duyulmasını sağlayacaktır.

8.1.1.4. Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramının son ve en önemli parçasını oluşturmaktadır. Ama Maslow'a göre kendisini tamamlayan birey nadir görülen bir olaydır. En temel 2 ihtiyaç olan fizyolojik ve güvenlik ihtiyacı kişinin yaşamını devam ettirebilmesi için en temel maddesel ihtiyaçtır. Geriye kalan sevgi aidiyet ve takdir ve saygı ihtiyacı, kişinin maddesel ihtiyaçlarının dışında kalan tüm ihtiyaçlarını oluşturur. Bunun en son basamağı da hem maddi hem manevi tüm duyguların tatmininin sağlanması sonucu oluşur. Girişimci olan birey de kendini tamamlama mertebesine erişmiş ise zamanında girişimci motivasyonunun yüksek olup girişimci korkulardan yoksun olmasından kaynaklanmaktadır. Böylelikle girişim eğiliminde bulunup tüm bu aşamaların sonunda kendini tamamlamış demektir.

8.1.2. Başarma, İlişki Kurma ve Güç İhtiyacı

Başarı ihtiyacı bir insanın girişim de bulunduğu her faaliyette mükemmel olmayı istediği zaman ortaya çıkar. Başarma ihtiyacı yüksek bireyler girişimcilik faaliyetinde, risk alan, sabırlı ve ele geçen fırsatları değerlendiren öne çıkan davranışlar sergilemektedir. Başarı güdüsü yüksek olan bireyler, büyük çaba gerektiren ulaşılması güç, hedefler belirlemede ve bunlara ulaşmak gayesiyle gereken tüm bilgi ve tecrübeyi elde ettikten sonra bunları kullanacak davranışlar göstermektedir (Aytaç, 2008: 28, 31). Tanımda geçen özellikler girişimci eğilimi yüksek bireylerin özellikleridir. Buna göre bireyin bir girişimde bulunup bunun sonucu olarak kendi işletmesini kurma hayalinin başarı ile karşılık bulmuş halidir. Koyulan bir hedef ve bu hedef doğrultusunda gösterilen tüm çabalar bütünü başarıyı yakalamak içindir (Aytaç, 2008).

Bu teoriye göre insanın en büyük ihtiyacı başarılı olmaktır. Bu nedenle, insanlar en çok başarı ile motive olurlar.

Girişimci motivasyonuna sahip bireyde bunun karşılığı olarak kendi işletmesini kurması yani hedeflerine ulaşması başardığını kanıtlar.

İlişki ihtiyacı çerçevesinde motive olan, içinde bulundukları gruba ait olduklarını hissettikleri zaman kendilerini iyi hissederler. Sosyalleşmekten ve ilişkilerini sürdürmekten hoşlanıp, sevilme ve kabul edilme ihtiyacı hissederler.

Bu ihtiyaç kısmında birey, belirli bir grup insanlar ile ya da diğer insanlar ile sosyal ilişkiler kurmaya bakar. Bu ihtiyaç ile motive olan insanlar her zaman için, dostane ve uzun süreli ilişkiler kurabilecekleri yerlerde çalışmak isterler. Bu uzun süreli ilişki kurmak girişimci için de motive edici bir olaydır. Çünkü işletme de sürekli eleman değişikliği yapmak uzun vadede hoş karşılanmaz. Bu durum hem işletmeyi hem de işletme bünyesinde ki diğer çalışanları olumsuz etkiler.

Girişimci birey işletmesinde çalışanlara ihtiyaç duyacaktır. Bu ihtiyaçta beraberinde ilişki kurma ihtiyacını doğuracaktır. Hem girişimci hem de beraber çalıştığı çalışma arkadaşları arasında bu ilişki kurma ihtiyacı girişimci olma motivasyonlarını yükseltir.

Güç ihtiyacı bireyler tarafından sergilenen tavır, davranış ve tutumları değiştirmek amacıyla bireyleri etki altında bırakma, otorite kurma arzusu, bireyleri kontrol etme güdüsü, tüm bilgi ve maddesel ve manevi tüm kaynaklarda kontrol kazanma ve piyasadaki rakipler ya da sektördeki düşmanları alt etmek olarak da ifade edilmiştir (Ay, 2007).

Bu yüzden ki girişimci adaylar başkasının boyunduruğu altında çalışmak istemezler.

Girişimci bireylerin sadece güç faktörüne sahip olması, başarı güdüyle desteklenmediği sürece anlam ifade etmemektedir (Ceylan ve Demircan, 2002).

Bu kuramın temel göstergeleri altı tanedir; girişimci olma eğilimi ile ilişkisine bakacak olursak;

- Oldukça güçlü davranışlar sergileyerek bireyler üzerinde etki yaratmak,
- Kontrol ve denetimi oluşturmak amacıyla, bilgi toplamak ya da bireyleri sürekli gözetlemek,

- Bireyleri etki altında bırakmak, etkilemek, bir konuya inandırmak ve bir şeyleri kabul ettirmek, bir şeyleri kanıtlamak,

- Bireyler istemese bile onlara bir şeyler önermek gizliden gizliye desteklemek ve yardım etmeye çalışmak,

- Bireyleri etki altına alma düşüncesi,

- Güçlü duygusal tepkiler göstererek başkalarının hareketlerine müdahale.

Yukarıdaki özelliklerin girişimci birey de de olmasından kaynaklı olarak güç ihtiyacı girişimcileri motive eder. Girişimci birey de tüm çevresine karşı güçlü olmalıdır. Güç ihtiyacı yüksek olan bireyin girişimci olma eğilimi yüksek diyebiliriz (Apospori vd., 2015).

8.1.3. Erg Teorisi

Bu teori Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin yalınlaşmış halidir. ERG Modeli, bireylerin ihtiyaçlarını tatmin etme yeteneklerine bağlı olarak ihtiyaçlar hiyerarşisinin altına da üstüne de inebileceklerini ve iki taraflı hareket edebileceklerini iddia etmektedir (Küçüközkan, 2015).

ERG teorisi yaklaşımında üç grup ihtiyaçtan söz edilmektedir;

- Existence (E) – Varoluş ihtiyaçları,
- Relatedness (R) – İlişki Kurma Gereksinimi,
- Growth (G) – Gelişme Gereksinimi (Eren, 2004).

Girişimci birey ve işletmesinde çalışanlar, yiyecek, barınak, giyim, uyku vb. gibi fizyolojik ihtiyaçları yerine getirilmedikçe çalışmaya motive olmayacaktır. Buradaki durum hem fiziksel hem de ekonomik açıdan ilgilidir. Hem girişimci hem de işletmesinde çalışanlar ancak sağlık, mali ve diğer kişisel güvenlik sağlandığında çalışmaya devam etme konusunda motive olur.

Tüm bireyler iyi ilişkiler kurmak isterler. Bu nedenle, üstlerine, meslektaşlarına veya astlarına iyi bir ilişki kurabilecek iyi bir çalışma ortamı arar. Bu ortamı hem kendisi hem de çalışanları için yaratacak kişi de girişimcidir. Düşmanca işveren olmak veya düşmanca iş arkadaşlarından oluşan bu tür iş yeri, uzun vadede işten çıkarma oranını artırabilir ayrıca şikâyet ve çatışmalara da katkıda bulunur. Bu da girişimci açısından olumsuz durum teşkil eder.

Hem girişimci hem de işletmesinde ki çalışanlar, çabalarının sonuçlarını gördükçe motive olmuş hisseder. Sonuçlar başarı duygusu, saygı görme, hedeflerini gerçekleştirme, bilgi artışı vs. olabilir. Bu da girişimciyi de işletmesin de çalıştırdığı bireyleri de motive eder. Motive olan bireyler işletme için daha verimli çalışacağı için bu durum girişimciyi de olumlu etkiler (Demirel, 2022).

8.2. ÇAĞDAŞ MODERN MOTİVASYON TEORİLERİ BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİK

1990’lardan sonra üretilen literatüre bakıldığında yerleşik yeni bir motivasyon teorisinin ortaya konulmadığı görülmektedir. Yeni yerleşik bir teori ortaya atılmasa bile, özellikle 90’lardan sonra çağdaş yönetim ve örgütsel davranış literatürünün yeni yaklaşım ve kavramlarının çalışanların motivasyonlarının nasıl artırılacağına odaklandığı söylenebilir. Günümüzde daha çok psikososyal motivasyon araçları bireylerin içsel yapılarındaki ihtiyaçlarına odaklanmaktadır (Alkış, 2008).

Örneğin çalışma yaşamı kalitesini artırmak psikolojik sözleşme güvence, pozitif psikoloji gibi motivasyonla doğrudan ilişkili kavramların öne çıktığı gözlenmektedir.

Genelde motivasyon aracı olarak ilk akla gelen unsur para olduğu düşünülür. Ancak, bireyler öncelikli olarak parayı ön planda tutmaması gerekmektedir. Bireylerde motivasyonunu değerlendirmeleri ve bu değerlendirme sonucuna göre motivasyon araçlarını belirlemeleri, çalışanların motivasyonunu doğru bir şekilde artırabilmelerini sağlayacaktır. Çalışanların motivasyon beklentilerini anlamak doğru hedef belirleme açısından oldukça önemlidir (Aslanadam, 2011).

Motivasyon konusunda evrensel nitelik taşıyan bazı özendirici araçların varlığı kabul edilse bile, her kişiye, her topluma ve her işletmeye uygun bir motivasyon modeli geliştirmek olası değildir (Bouett ve Boyett, 1999, s. 45-51).

Çağımızda artık çalışma yaşamının kalitesine odaklı, eşitliği baz alan pozitif örgüt iklimi ve pozitif sermayeyi güçlendirecek bir şekilde yaratılan örgüt anlayışının geçerli olduğu ve bunun aslında motivasyonu da içinde barındıran bir unsur olduğu bilinmektedir.

Dittrich ve Carrell tarafından yapılan bir araştırmada da bireyde eşitsizlik algıları ile devamsızlık ve ayrılma arasında anlamlı büyük bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır (Dittrich ve Carrell, 1979).

Girişimcilerde aslında kendi işletmelerini kurarken birlikte çalışacağı emeğinden yararlanacağı insanlara böyle bir iş olanağı yaratma arzusu içinde oldukları için girişimci motivasyonu ve eğilimlerini artırır.

Yaptığı işlemin sonucunu ve astlarınca algılanışını gören yönetici bu yoldan elde ettiği bilgilere dayanarak astlarının ve tüm kurumunun başarı düzeyini yükseltici önlemler alabilir (Altuğ, 1997).

Avukatlık bürosunda çalışan bir avukat başkalarının kendi işini yönlendirmesi, danışma ve dayanışma, bağımsız davranamama ya da yaşanan etik birtakım problemler yaşadıkça tek isteğı kendi işini kurmaktır. İş yaşamında meydana gelen bu olumsuz faktörler bireyin girişimci motivasyonunu yükseltir. Böylelikle kendi işini kurduğunda birlikte çalışacağı insanlara bu motivasyonu etkileyen olumsuz faktörleri ortadan kaldırarak, daha iyi bir yaşam kalitesi sağlayarak bunları da bir psikolojik sözleşme ile ya da güçlü bir örgütsel iklimle birlikte daha iyi koşular sağlayarak gerçekleştirir.

Girişimci motivasyonu kavramı her yönüyle çok açıktır. Toplam kalite yönetimi, değişim mühendisliğı, iş süreçlerini yeniden tasarlama iş zenginleştirme gibi unsurlar daha nitelikli bir iş yaşamı sadece maddi sermaye değil psikolojik sermaye ve sosyal sermayeye de yatırım yaparak motivasyon sağlayabilir (Bouett ve Boyett, 1999).

Çağımızda girişimcilik yükselen bir değerdir. Ekonomilerin içine düştüğü zor koşullar (salgın hastalıklar, doğal afetler) yine girişimcilerin çabaları ile giderilebilir. Bu konu da teşviklere bakıldığında girişimcilik teşviki yüksektir. Bu da bireyde motivasyonu artırır tatmin sağlar. Özellikle tarımda dışa bağımlılığı azaltıp kendimiz üretelim ve doğal üretelim mantığıyla yapılan teşvikler de girişimci eğilim ve motivasyonunu artırır. Teknolojik yenilik doğrultusunda yeni çevreci teknolojiler, sosyal sorumluluk kapsamında ki projeler, fosil yakıtlarla üretilen elektrikli motorlar günümüz girişimlere örnektir.

Örneğin Elon Musk'ın girişimci motivasyonuna bakarsak girişimci korkusu azalan ve kaybetmekten korkmayan, yaparak görerek, deneyerek öğrenen ve gelişen, yeni teknoloji üreten ve bu teknolojiyi inovasyon yeteneği ile ticarileştiren stratejik bir lider olduğu gözlenmektedir (Muegge ve Reid, 2019). Temel motivasyonu dünya için bir fayda saptamak. Bunu yaparken de yarattığı teknolojik bilgiyi paylaşımcı bakış açısıyla, uzun dönemde rekabetçi üstünlük sağlayacağını düşünerek hareket ederek gelenekselci bakış açısını yıkmış oluyor. Elan Musk tarafından üretilen elektrikli motoru, deniz

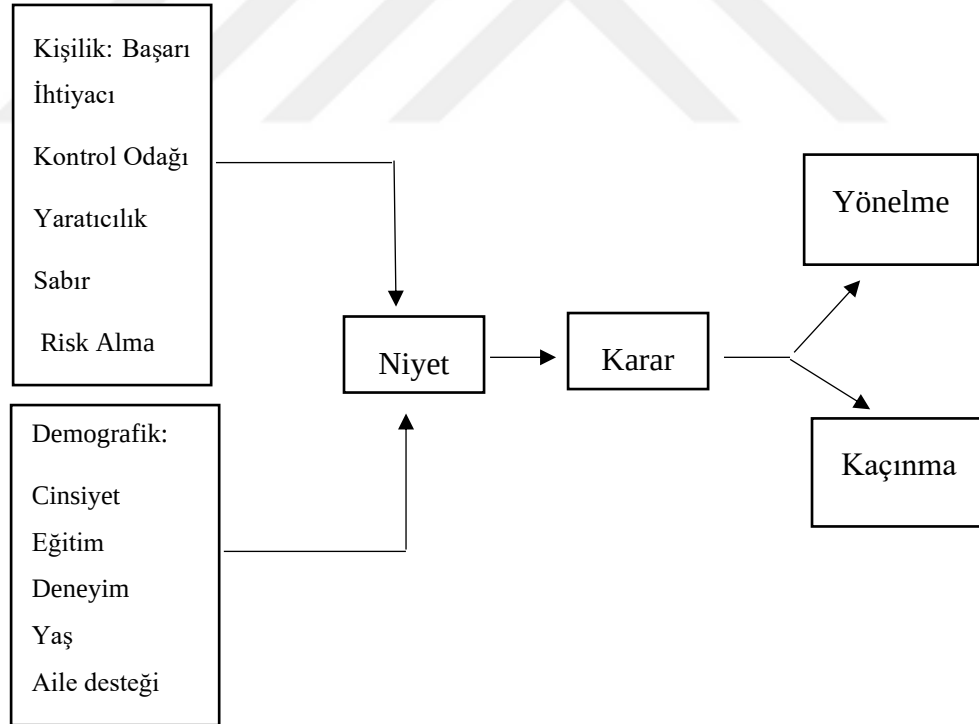
taşımacılığında kullanılan büyük taşıtlarda da kullanılmaktadır. Ve bu gemiler Tesla gemileri olarak tanımlanır. Bu da büyük ölçüde motivasyonel tatmin sağlar.

Girişimci tüm bunları yaparken eğlenir. Uzağa gönderdiği binek otomobil nereye giderse gitsin uzayda dolaşıyor, bunun yanında hisselerini satın aldığı Twitter uygulaması vardır. Bu da girişimcinin ufku geniş sınırları olmayan özelliklerini gösterir. Tüm bunlar motivasyonu güçlü bir girişimci yaratır (Muegge ve Reid, 2019).

Mevcut yerleşik motivasyon teorileri ile mevcut dönemi açıklamak zorlaşmaktadır. Motivasyon günümüzde çok daha karmaşık bir oldu haline gelmiştir. Günümüzde yararlanılan tüm yenilikçi iş modelleri girişimci açısından motivasyonu yükselten bir husustur. Bunlar girişimci için içsel motivasyonu artırırken yarattığı değerler dışsal olarak bireyde teşvik yaratacağı için motivasyonu artırır.

9. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

Şekil 4. Girişimci Olma Motivasyonu ve Etkileri



Kaynak: Naktiyok, 2004

Girişimcilik eğilimi kararı noktasında, bireylerde ki algılamaları/sezgileri ve motivasyon temel etmenlerdir (Wennberg, 2013). Aynı zamanda tüm süreç kapsamında büyük rol oynar.

Bireylerin girişimci olma nedenleri konusu literatürde çok tartışılmış ve bu tartışmaların sonucunda insanları girişimcilik faaliyetlerine iten faktörlerden bazıları şu şekilde sıralanmıştır (Aktürk, 2012).

- Maddi ve manevi bağımsızlık ve neticesinde kendini gerçekleştirme arzusu,
- İdealindeki fikirlerini gerçeğe dönüştürme arzusu,
- Sektördeki pazarda yeni bir fırsat yaratma niyeti,
- Sosyal çevre de büyük bir saygınlık kazanma ve prestij yakalama isteği,
- Rakiplerden daha iyi olma isteği,
- Performans esasına dayalı ücret ve kişisel servet oluşturma,
- Hali hazırdaki işinden memnuniyetsizlik veya mevcut işinden çıkarılma korkusu,
- Halen bir işe sahip olmaması,
- Amaç ve gayesinin yüksek olması.

Girişimcilik olgusunda yurt dışı kaynaklı literatür incelendiğinde, birçok araştırmada girişimci olmaya isteklendiren motivasyonel etkenlerin incelendiği görülebilmektedir (Rees ve Shah, 1986; M.Earnings, 1996; Krueger vd., 2000; Hughes, 2003; Hughes, 2006).

Motivasyon olgusu; nasıl kararlar aldığımızı ve bu kararları niçin aldığımızı, nasıl ve ne doğrultuda çalıştığımızı ve bireylerin aynı olaylar karşısında neden farklı davrandıklarını açıklayan (Dracke vd., 2014) önemli değişkenlerden biri olduğundan, girişimci olma kararı noktasında da araştırılması gerekli önemli bir konu olduğu yadsınamaz gerçektir.

Girişimci olma motivasyonu, girişimci bireylerin içinde oldukları bireysel ve demografik özelliklerine bağlı olarak da farklılaşabilmektedir. Konuya ilişkin alan yazında yapılan bazı çalışmalar girişimcilik motivasyonlarının cinsiyet, (A.Sandybayev, 2017; Bastian ve Zali, 2016), aile özellikleri (anne-baba mesleği, eğitim düzeyi gibi) 1.'l veya 2.'l ya yakın çevresinde girişimce bulunan birinin olması durumu (rol modeli) (G.Ramaswamy, 2013; Shiri vd., 2013; Shiri vd., 2013; G.Ramaswamy, 2013) öncelerde başka bir işte çalışıp durumu (girişimcilik deneyimi) (Barba-Sanchez ve Atienza-Sahuquillo, 2017) gibi özelliklere bağlı olarak farklılaştığına işaret etmektedir Bireyi

girişimci olma motivasyonunda etkili olan en önemli faktör olarak finansal olarak özgür olabilme imkânı (Marangoz ve Aydın, 2018) sonucu ortaya konulmuştur.



İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

1. KORKU VE GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI

“Fikirlerimi ilerletecek kadar kendime güveniyordum fakat başarısızlık korkumu tamamen ortadan kaldıramamıştım. Bunun yerine bu korkuyu çabamı körüklemek için kullandım” (Weber, 2012).

“Korku, başarıyı tehlikeye atabilir ve eğer girişimcinin hayatına eylemsizlik noktasında nüfuz ederse aralıksız ilerler” (Collins, 2007).

Korku kavramının anlamına bakacak olursak, belirsiz şartlar, nahoşluk içeren durumlar ve elde edilen sonuçlar üzerinde denetimin kaybı şeklinde ifade edilir. Korkuyu yaşayan kişiler kaygılanır ve bunu sonucu olarak daha çok risk algılarlar (Lerner ve Keltner, 2000).

Korku ele geçen bir fırsatı en baştan en sona kadar takip etme ve başarma olasılığının, başka bir ifadeyle riskin düzeyini bilişsel olarak değerlendirilmesinden kaynaklanır (Welp ve Spörrle, 2011). Bu fırsatların nasıl değerlendirilmesi ve fırsat kullanma arasındaki ilişki farklı duygulara aracılık etmektedir ve korkunun fırsat kullanma eğilimini azalttığı tespit edilmiştir (Welp ve Spörrle, 2011).

Bireyin Girişimci olma yolunda yaşanan zorluklar da yine birçok çalışmanın konusu olmuştur (Moon vd., 2014; Caselli ve Gennaioli, 2005; Bain, 1956; T.Bates, 1995; Stel vd., 2007; Caves ve Porter, 1977).

Girişimci korkusu, “girişimcinin bireysel yeti algılarının yanında zor bir süreç ve belirsizlik durumundan kaynaklı olarak girişimci olma eğiliminin olumsuz sonuçlarının düşünülmesi” olarak ifade edilmektedir (Cacciotti vd., 2016).

Girişimci olma eğilimini etkileyen girişimci olma korkularından başarısızlık korkusu yolunun önemli bir kısmını ifade eder (Cacciotti ve Hayton, 2015; Cacciotti ve Hayton, 2014). Başarılı araştırmalar başarısızlık korkusunu genellikle bireyin performansını artıran ve girişimci bireyi motive eden bir unsur olarak tanımlar (Conroy vd., 2002).

Girişimci olma korkusu bazen bir motivasyon kaynağı olarak görülmekte ve bireyleri gayretlendirip çabalamaya yönlendirse de (Cacciotti vd., 2016) çalışmalar, bu

başarı motivasyonunun, aynı zamanda, kaygıyı tetiklediğini ve girişimci olma motivasyonunu olumsuz etkilediği göstermektedir (Martin ve Marsh, 2003).

Girişimcilikte başarısızlık korkusu adı altında 5 önemli faktör vardır;

- (1) Etrafa mahcup olma ve büyük utanç duygusu,
- (2) İçsel ve dışsal olarak değerin düşmesi ve kaybedilmesi,
- (3) Gelecekteki belirsiz durumlar,
- (4) Sosyal çevredeki ilgi ve etkiyi kaybetme,
- (5) Etrafını ve kendini üzölmekten korkma, onlara hayal kırıklığı yaşatma.

(Conroy ve Elliot, 2004; Conroy vd., 2007; Conroy vd., 2002) ve girişimcilik faaliyetinde, başarısızlık yaşama riski ve bu riskin sonuçlarını ifade etmektedir (Arenius ve Minniti, 2005). Girişimci olma eğilimine ilişkin istek ve arzuyu olumsuz olarak etkileyebilen konuya özel bir süreç olarak da incelemeye alınmıştır (Wyrwich vd., 2016).

2. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE BOYUTLARI

Ölkemizde özellikle yeni mezun genç girişimci adayları bireylerin, önünde elle tutulur bir engel olmadığı düşünölüyor bununla birlikte, girişimci bireylerin girişimcilikteki başarısını engelleyen noktaların başta eğitim sistemi olmak üzere, toplumun ve devletin de olduğu geniş bir noktadan sorunların varlığı inkâr edilemez bir gerçek olarak bulgular arasında yer almaktadır (Çelik, 2016).

Genel bir değerlendirme doğrultusunda, işletmelerin başarı olmasını sağlayan temel nedenler aşağıda verildiği gibi ifade edilebilmektedir (Yakupoğlu, 2018).

- “Dış dünyaya uyum sağlama yeteneğine sahip olan işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Wennekers ve Thurik, 1999).
- “Variyetlerini devam ettirdikleri süre içerisinde çevreye karşı daha duyarlı uygulamalar içerisinde yer alan işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Bozkurt , 2015).
- “Birbirlerine daha bağlı çalışanlara sahip işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Elçi, 2007).
- “İç ve dış paydaşları ile ilişkilerini sağlıklı bir şekilde yürütebilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Hafer, 2013).

- “Kendilerine özgü bir kimliğe sahip olan işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Turhan ve Taşseven, 2010).
- “Merkezi denetim uygulamalarına yer vermekle birlikte, hoşgörölü yaklaşımlar sergileyebilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Stel vd., 2005).
- “Sermayelerini tehlikeye atmayacak yaklaşımlar içerisinde bulunmaya özen gösteren işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Özkul ve M.A. Dulupç, 2007).
- “Ekonomik, politik, sosyo – kültürel, demografik, yasal ve uluslararası değişimleri doğru analiz edebilen ve bu değişimlere daha kolay uyum sağlayabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Martin vd., 2010).
- “Rakiplerinin saldırılarına kolay ve hızlı yanıt verebilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Hasan ve Tucci, 2010).
- “Yönetmel değişimlere yer verebilen ve yeni eğilimlerin öncüsü olabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Erkocaoğlan ve Özgen, 2009).
- “Bilgi ve teknoloji sistemlerini etkin olarak kullanabilen ve kontrol altında tutabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Finkle, 2012).
- “Rakiplerini, müşterilerini, sektörü ve içerisinde yer alınan pazarı izleyebilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Hsu vd., 2014).
- “Kendilerini sürekli değerlendiren ve bu kapsamda gerekli düzenlemeleri yapabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Küçük ve Kocaman, 2014).
- “Alanında en iyisi olma çabası içerisinde bulunulmasına karşın, temel yeteneklerini koruyabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Soriano ve Huarng, 2013).
- “Tek sektöre bağılı kalmayan, yatırımlarını çeşitlendiren ve yeni alanlara yatırım yapabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010).
- “Kamuoyu ve baskı grupları ile ilişkilerini sıcak tutabilen işletmeler daha başarılı olabilmektedir” (Gelderen vd., 2008).
- “Girişimci aktif olmalı, fikirlerini hızlı ve etkili olarak yayabilmelidir. Virüs gibi yayılabilen, hızlı yayılabilen fikirler daha başarılı olmaktadır” (Godin, 2007).

Tablo 2. Girişimcilikte Başarısızlık Korkusunun Perspektif Özeti

PERSPEKTİF	TANIMLAR	ÖLÇEK(LER)BOYUT	ANA SONUÇ(LAR) ETKİLER	ÖRNEK ÇALIŞMALAR
EKONOMİK	RİSKİN NASIL ALGILANDIĞI PROBLEMİ	Tek bir Madde: Başarısızlık Korkusu, girişimde bulunmamı Engelleyecektir	Girişimci olma olasılığını azaltır. Girişimci bireyler girişimci olmayan bireylerden ayırır. Girişimcilik olgusu Erkek ve kadınlara göre farklılaşır.	Arenius ve Minniti(2005);Morales Gualdron ve Roig(2005); Minniti ve Nordane(2007);Langowitz ve Minniti(2007);Wagner(2007);
SOSYO-PSİKOLOJİ	Sosyal ve kültürel özellikler bağlamında Riskten kaçma durumu	Tek bir Madde: Başarısızlık Korkusu, bir girişimci bulunmamı Engelleyecektir	Uluslararası bağlamda girişimcilik eğilimini azaltır. Girişimci olma eğilimini azaltır. Girişimci faaliyetleri olumsuz etkiler. Girişimcilikteki süreçlerini olumsuz etkiler.	Vaillant ve Lafuente(2007);Autio ve Pathak(2010);Hessels vd.(2011);Brixi vd.(2012) Shinnarvd.(2012);Alonvd.(2013)
PSİKOLOJİ	Başarısızlık karşısında yaşanan utanç, bireyin arzu düzeyinin elde edilmemesinin algılanan sonuçlarının kapasiteye etkisi önlenmesi isteği.	Panas(Watson ve Clark,1994)/tek boyutlu Bosman ve van Winden (2002)duygu listeleri/ tel boyutlu PFAI(Konvoy vd. 2002,2003)/çok boyutlu	İnsanların yeni bir girişim değeri kurma hakkındaki kararını olumsuz yönde etkiler. Fırsatların içsel olarak odaklanmış arzularına bilirlilik unsurlarına olan ilgiyi artırır. Ve belirli dış odaklı çevresel yönlerle odaklanır. Girişimcilik faaliyetlerinde bulunma kararını olumsuz etkiler.	Wood ve Person(2009);Mitchell ve Shepherd(2010);Li(2011);Ekore ve Okekeocha(2012);Chua ve Bedford(2016)

Kaynak: Cacciotti vd., 2016

Sırasıyla ekonomik etkiler, psikolojik etkiler ve sosyo-psikolojik etkilere yer verilecektir.

2.1. EKONOMİK BOYUTLAR

Girişimcilik korkusunun riskten kaçınma duygusu ile ilişkisi açıklamaktadır. Burada girişimcilik korkusunun sebebi başlayacak olan girişimin büyük bir risk teşkil etmesi ile ilgilidir. Yani, girişimcinin, başarısızlık korkusu algısı girişimciliği geleceğe

yönelik mesleği olarak görme noktasından kaynaklanır (Arenius ve Minniti, 2005). Bu görüşü savunan bilim insanları, Küresel Girişimcilik İzleyicisi (GEM) veri tabanını kullanmaktadırlar. Buna göre “başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engelleyecektir” girişimcilik korkusunun ölçümünde tek bir maddeye bağlı kalmışlardır (Bosma vd., 2007:11). GEM in bu maddesi, başarısızlık korkusu ve korku ile ilişkili olguların doğasında statik bir bağ vardır görüşüne bağlı kalmışlarıdır. Buna göre tek davranışsal sonuç kaçınma davranışdır. Diğer taraftan, girişimci korkusu azaldıkça buna bağlı oluşan risk düşer ve girişimci olma eğilimi artar (Arenius ve Minniti, 2005). Girişimcilikte başarısızlık duygusunun yeni girişimcileri eski girişimcilerden ayırdığını cinsiyet faktörünün kadın ve erkeklerde yaşanan girişimci başarısızlık korkusu derecesinde büyük bir farklılık olduğu (Wagner, 2007) bulgulanmıştır. Girişimcilikte yaşanan bir duygu olarak başarısız olma korkusu üzerinde yapılan araştırmalar ekonomik görüşte de diğer görüşlere benzer sonuçlar doğurmuştur. Bunun sonucunda girişimcilikte yaşanan başarısızlık korkusu, girişimcilik eğilimini azaltır. Örnek olarak (Morgan ve Sisak, 2015) “girişimci olma eğilimi yüksek olan bireyin güven düzeyinden bağımsız olarak, başarısızlık korkusunun girişimciliğe giriş ile negatif ilişkisi vardır” sonucuna ulaşmışlardır. Bu nedenle, kişinin risk almaması durumu girişimci korkusunu artıracak ve girişimci olma eğilimini düşürecektir. Diğer çalışmalarda ise, girişimci olma eğilimleri yüksek bireylerin, aynı oranda başarısızlık korkularına sahip olduklarını değerlendirmesine göre, girişimci olma eğilimi orta düzeyde olan bireye göre daha başarılı olduklarını ortaya koymuştur (Morgan ve Sisak, 2016).

2.2. PSİKOLOJİK BOYUTLAR

Girişimci olma eğilimini etkileyen negatif bir duygudur: Başarısızlık korkusunu (Welppe ve Spörrle, 2011; Li, 2011), girişimcilik fırsatlardan yararlanma yolundaki karar verme sürecini yavaşlattığını bulgulanmıştır (Li, 2011). Bu çalışmalar başarısızlık korkusunun ölçümünde farklılıklar olduğunu saptamışlardır. Örneğin, (Li, 2011) ve (Welppe ve Spörrle, 2011) PANAS Ölçeğini (Positive ve Negative Affect Schedule), (D.Watson ve Clark, 1994) yani “negatif duygu puanı veren ve duyguları tetiklemek için deneysel karar senaryolarını kullanma” ölçeğinden yararlanmışlar. Başarısızlık korkusu bu çalışmalarda öfkelenme, utanç duyma, hayal kırıklığına uğrama üzüntü, korku, kızgınlık, küçümseme ve gibi diğer negatif duygularla açıklanmıştır. Dolayısıyla bu çalışmalarda duygusallığın negatif öncüller veya sonuçlar oluşu öne sürülemez. Girişimcilikte başarısızlık korkularının psikolojik temelli bakış açısını savunan diğer

araştırmalar (Conroy vd., 2002; Wood ve Rowe, 2011; Wood vd., 2014; Wood ve Pearson, 2009; Wood vd., 2013; Mitchell ve Shepherd, 2010). Performans Başarısızlık Değerlendirme Ölçeğini kullanmışlardır. Bu ölçeğe ölçeğinin kullanımı durumunda, ölçeğin gerçek duygusal deneyimi ya da başarısızlık korkusunu yaşamak için bir yatkınlığı değerlendirip değerlendirmede açık değildir. Bu yaklaşımdaki çalışmaların çoğu (Mitchell ve Shepherd, 2011) başarısızlık korkusunu girişimci olma eğilimi noktasında bir engel teşkil ettiğini savunmaktadırlar.

2.3. SOSYOLOJİK BOYUTLAR

Girişimcilikte Başarısızlık korkusu (Vaillant ve Lafuente, 2007). “toplumsal çevredeki ödüllere yönelimi etkileyen sosyo-kültürel bir nitelik” olarak tanımlanmaktadır. Bu görüş, başarısızlık duygusunun içselleştirilmiş kültürel normlardan önemli derecede etkilenmiş olduğunu ileri sürer. İnsanların başarısızlığa karşı tutumlarının, başarısızlığı utanç verici bir durum olarak gören sosyal normların varlığından etkilendiğini göstermektedir (Tezuka, 1997; Hessels vd., 2011). Ayrıca, davranışsal tepkinin toplumsal ceza riskini en aza indirdiğini ileri sürmektedir. Bu durum, başarısızlık duygusunun riskten kaçınma ile eşdeğer olduğu varsayımına yol açmıştır. Bu nedenle, başarısızlık korkusu, bireylerin kendilerini başarısızlık riski (ör. Girişimcilik) ile karakterize edilen durumlara maruz bırakma olasılığını azaltır (Hancock ve Teevan, 1964).

Tablo 3. Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Ray (1994)	Girişimcilik riskleri açısından Singapur'daki girişimciler ve girişimci olmayanlar arasındaki farklar nelerdir?	Riskin bir yönü: öz imaj ve öz saygının potansiyel kaybı.	Seçim İkilemi Sorusu: "İş başarısız olursa, para kaybı gibi bir dizi olumsuz sonuç olacaktır. Aşağıda bir dizi sonuç listelenmiştir. (benlik imajı kaybı ve kendine saygı kaybı = başarısızlık korkusu).	Anket 30 Çinli girişimci ve 44 Singapurlu yönetici ve mühendis üzerinde yapılmıştır.	İş güvenliği, girişimci olmayanları Singapur'daki statükoya bağlayan kritik bir değişken olsa da, potansiyel öz saygı ve öz imaj kaybı, başarısızlık korkusu, Singapur'daki Çinli girişimcileri başarılı olmaya iten bir güçtür.

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Helms (2003)	Japon Yöneticiler, girişimciliği ve kendi kişisel serbest mesleklerinin karşılaştığı zorlukları nasıl görüyor?	Riskten kaçınma ile ilişkisi tanımlanmamıştır.		Açık uçlu anket. On yönetici	Japonya da yakın gelecekte Risk alma kültürünün olmayışı ve başarısızlık korkusu, yeni iş başlangıçlarını hızlı bir şekilde engellemeye devam edecektir.
Wagner ve Stengerg (2004)	Bölgesel çevresel faktörler girişimcilik faaliyetlerini ve yerel nüfusun girişimci tutumlarını neden ve nasıl etkiler?	Yüksek derecede riskten kaçınmanın bir göstergesidir.	Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engeller.	Anket Bölgesel Girişimcilik Monitörü (REM) Almanya 2001. 1.000 kişi 10 bölge	Bir bölgedeki başarısızlık korkusu, işe başlama davranışıyla negatif olarak ilişkilendirilmiştir.
Arenius ve Minniti (2005)	Bir bireyin girişimci olma kararıyla önemli ölçüde ilişkili olan değişkenler nelerdir?	GK Yeni bir girişim başlatmaya ilişkin riskin önemli bir bileşenidir.	Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engeller.	GEM anketi 2002. 28 ülkede 3.625 yeni girişimci üzerinde yapılmıştır.	Fırsatları değerlendirme, kişinin kendine güveni gibi algısal değişkenler ve cinsiyet tüm ülkelerde yeni iş yaratma ile önemli ölçüde ilişkilidir.
Morale ve Gualdrón ve Roig (2005)	Yeni girişim kararını hangi değişkenler etkiler ve bu etkilerin kapsamı nedir?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2001. 7.524 vaka	Başarısızlık korkusu zorunluluktan girişimci olan grup, kendi rızasıyla girişimciliği seçen grubuna göre daha fazla görülebilir.
Minniti ve Nardone (2007)	Erkekler ve kadınlar arasındaki yeni iş yaratma oranındaki farklılıklar, bireyin kişisel özelliklerinin ve ekonomik çevrenin sonucu mu, yoksa evrensel ve evrimsel bir olgunun sonucu mudur?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM anketi 2002. 37 ülkeden 116.776 gözlem	Fırsat algısı, cinsiyet farklılıklarını açıklamada önemli bir faktördür, ancak özgüven ve başarısızlık korkusu daha büyük etkiye sahiptir.

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Langowitz ve Minniti (2007)	Girişimciliği hangi değişkenler etkiler? Kadınların eğilimi ve bu değişkenler cinsiyetler arasındaki farklılıklarla nasıl ilişkilidir?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2001. 24.131 gözlem	Öznel algısal değişkenler (örneğin başarısızlık korkusu) kadınların girişimcilik eğilimleri üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir ve cinsiyetler arasındaki girişimcilik faaliyetindeki farkın çoğunu açıklamaktadır.
Wagner (2007)	Almanya'da bir girişim kararında çeşitli özellikler ve tutumların ceteris paribus etkisinde kadınlar ve erkekler arasındaki farklar nelerdir?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	Bölgesel Girişimcilik Monitörü'nün (REM) anket bölümü Almanya 2003. 12.000 gözlem	Başarısızlık korkusunu kendi işini kurmamak için bir neden olarak görmenin kapsamı ve etkisi bakımından erkekler ve kadınlar arasındaki fark, cinsiyete göre girişimcilikteki boşluğu açıklıyor.
Vaillant ve Lafuente (2007)	Farklı kurumsal çerçeveler, başarısızlık korkusunun ve girişimci rol modellerinin, güçlü bir sanayi ve girişimcilik geçmişine sahip olanlar ve kırsal bir alanda girişimcilik faaliyetinde bulunanlar üzerindeki farklılıklar girişimcilik eğilimini etkiler mi?	Sosyal damgalamanın girişimci olma korkuları üzerinde etkisi nedir?	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM anketi 2003. İspanya kırsal ve kentsel alanları için sırasıyla 843 ve 4034 gözlem	İspanya'nın geri kalmış kırsal alanlara kıyasla Katalonya kırsalındaki daha gelişmiş girişimci faaliyet seviyeleri arasındaki fark, büyük ölçüde girişimci faaliyeti destekleyen girişimci rol modellerinin varlığıyla açıklanmaktadır. Sosyal damgalamanın girişimcilik başarısızlığı üzerindeki olumsuz etkisi önemli olmasına rağmen, kırsal ve kentsel bölgedeki girişimciliğin önemli bir fark yaratmadığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Alon ve Lerner (2008)	Çinli firmalar neden ve nasıl küreselleşiyor?	Riske karşı bireysel tutumlar	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM anketi	Çin uluslararası girişimciliği, girişimcinin eğitim ve beceri düzeyleri ile öngörülen çalışan sayısından olumlu, başarısızlık korkusu ve yetersizlik korkusundan olumsuz etkilenir.
Ardegn ve Lusardi (2008)	Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik faaliyetinin belirleyicileri nelerdir?	Riske karşı bireysel tutumlar nelerdir?	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2001-2002. 152.612kişi üzerinde gözlem	Düzenleme, özellikle bir iş fırsatı peşinde koşan girişimciler için kritik bir rol oynamaktadır. Düzenlemeden en çok etkilenen bireysel özellikler, çalışma durumu, sosyal ağ, iş becerileri ve riske karşı tutumları ölçen özelliklerdir.
Wood ve Pearson(2009)	Fırsatla ilgili değişkenler, potansiyel girişimcilerin girişimciliğe katılma isteklerini nasıl etkiler?	Risk ve utanç yaşama durumu eğilim üzerinde etkili midir? Atkinson, 1957: s. 360	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi" Conroy (2001a) tarafından uyarlanmış sekizli PFAI	Deneyisel tasarım. Üst düzey yönetim kurslarından 82 öğrenci	Girişimcilik eğiliminde bulunma kararında önemli bir rol oynayan öz-yeterlik ve başarısız olma korkusu bireysel olarak destek eksikliğinden kaynaklanmaktadır.
Pathak ve Autio(2010)	Sosyal normların, girişimcilik faaliyetlerinde tecrübesi olan girişimcilerin büyüme beklentileri üzerindeki etkisi nedir?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2000-2008. 63 ülkeden 902.533 gözlem	Önceki girişimci çıkış deneyimi, bireylerin girişimci büyüme özelemleri üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ayrıca, sosyal grup düzeyinde başarısızlık korkusu yaygınlığı, bu ilişkiyi olumlu bir şekilde yumuşatır ve sosyal bağlam, bireyin girişimcilik istekleri üzerinde önemli bir etki oluşturur.

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Canizare ve Garcia (2010)	Potansiyel girişimciler arasındaki cinsiyet farklılıklarının rolü, psikososyolojik özellikleri ve kadınların bir iş faaliyetine başlarken öne çıkan teşvikler ve başlıca engeller nelerdir?	Şirket kurmanın önündeki engeller nelerdir?	Bir girişimin önündeki engeller listesinde "Alay" ve "Başarısızlık korkusu" unsurları	Anket. 1.400 İspanyol öğrenci üzerinde yapılmıştır.	Kız öğrencilerde girişimcilik inisiyatifi daha düşük ve kadınların başarısızlık korkusunu bir iş girişimine girişmenin önünde bir engel olarak görme olasılıklarının daha yüksektir.
Mitchell ve Sheperd(2010)	Girişimcilerdeki farklılıklar nelerdir ve bu farklılıklar onların fırsat imajlarını nasıl etkiler?	Güvenlik açığı görüntülerinin kalbi. "Kişinin arzu düzeyine ulaşamamasının" algılanan sonuçlarını önleme arzusu olarak tanımlanır. (Birney et al. 1969: s. 3)	25 madde PFAI, Conroy (2001a) ve Conroy ve ark. (2003)	121 teknoloji firması yöneticisi üzerinde yapılmıştır.	Başarısızlık korkusu, fırsatların içsel odaklı arzu edilebilirlik bileşenlerine artan bir odaklanmaya ve bazı dışsal odaklı çevresel yönlerde daha az odaklanan bir odaklanmaya yol açacaktır.
Wood and Rowe (2011)	Girişimci başarının farklı seviyeleri girişimcilerin korkularını etkiler mi ve bu ilişki bireysel farklılıklar tarafından yönetiliyor mu?	"Başarısızlık üzerine utanç utanç yaşama kapasitesi veya eğilimi." (Atkinson 1957: s. 360)	Conroy söğüt ve Metzler (2002) tarafından geliştirilen beş maddelik ölçek,	Anket. 120 aktif girişimci üzerinde yapılmıştır.	Başarısızlık korkusu ve riske karşı tutum, girişim başarısız tutuklanma ilişkisini yumuşatmaz.
Mitchell ve Shepherd(2011)	Başarısızlık korkusunun üç boyutunun (kişinin öz değerlendirmesi ni değersizleştirme korkusu, başkalarını üzme korkusu ve belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu) üzerindeki etkisi nedir?	Kişinin benlik saygısını değersizleştirme, önemli başkalarını üzme ve belirsiz bir geleceğe sahip olma korkuları	PFAI'nın ilgili maddeleri Conroy (2001) ve Conroy ve ark. (2003)	127 karar verici küçük-orta ölçekli şirket	Bireyin sosyal çevreye karşı kendini değersiz hissetmesi, Öz yeterliliğe sahip olmamak ve başkalarını üzme sosyal ilişki boyutu girişimci korkularını artırır

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Bosma ve Schutjens (2011)	Bölgesel girişimcilik faaliyetlerinde ki farklılıkları belirleyen faktörler nelerdir?	Riske karşı tutum ve girişimci tutumun bileşeni	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2001-2006 127 küçük-orta ölçekli şirket. 17 Avrupa ülkesinde 127 gözlem	Kurumsal faktörler ve ekonomik ve demografik özellikler, bölgesel faaliyetini etkileyen önemli
Verheul ve Mil (2011)	Hollandalı, kuruluş aşamasındaki girişimcilerin büyüme hırsını neler belirler?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2002-2007. 504 erken aşama girişimci	Başarısızlık korkusu, girişimi büyüme kararı üzerinde güçlü bir etkiye sahip değildir.
Ahmad, Khan, Kamran ve İqbal (2011)	Girişimcilik ile üç makroekonomik değişken GSYİH, GSMH ve işsizlik oranı arasındaki ilişki nedir?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM anketi 2001-2009 ve GSYİH, GNI ve işsizlik oranı verileri için IFS veri tabanı.	Başarısızlık oranı korkusu GSYİH ve GSMH'yi olumsuz etkiliyor. Yerleşik işletmeler, GSYİH ve GSMH'yi artırmak için paylarına katkıda bulunuyorlar.
Özdemir ve Karadeniz (2011)	Bireylerin demografik özelliklerinin kendileri hakkındaki tutumları üzerindeki etkileri nelerdir?	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2006-2008 ve 2010. 9.601 gözlem yapılmıştır	Türkiye'nin toplam girişimcilik faaliyetlerine dâhil olma olasılığını etkileyen önemli bir faktör olarak bulunmamıştır.
Sandhu Sidiq ve Riaz (2011)	Malezyalı lisansüstü öğrenciler arasında girişimcilik eğilimini engelleyebilecek unsurlar nelerdir?	Yüksek belirsizlikten kaçınma ile belirlenen riske karşı tutum	Robertson (1999), Scott ve Twomey (1988)Henderson' dan uyarlanmış ve değiştirilmiş beş maddelik ölçek	Anket. Malezyalı 267 lisansüstü öğrenciler üzerinde yapılmıştır.	Başarısızlık korkusu, girişimcilik eğiliminin önündeki önemli bir engeldir, ancak asıl engel değildir.
Hesseller, Grilo Thurik ve Roy (2011)	Girişimcinin çıkış noktaları nelerdir? Bu eğilimin diğer girişimcilik eğilimleri ile olan ilişkisi nasıldır?	Başarısızlık riskine karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2004-2006. 24 ülkeden 348.567 kişi üzerinde yapılmıştır.	Erkeklerde, girişimciyi tanıyanlarda ve başarısızlık korkusu düşük kişilerde girişim faaliyetinden sonra girişimciliğe katılma olasılığı daha yüksektir.

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Patzelt ve Shepherd (2011)	Girişimciler kariyer seçimlerinin olumsuz duygusal sonuçlarını daha kolay kabul ediyor mu ve/veya bu duygusal sonuçlarla başa çıkmayı öğreniyor mu?	Olumsuz bir duygu	Çalışmada geliştirilen duygusal deneyimin öz bildirim ölçüsü kullanılmıştır.	Siyasal ve Sosyal Araştırmalar için Üniversiteler Arası Konsorsiyumu'nun (ICPSR) 1996 Genel Sosyal Araştırması (GSS). 2700 ABD vatandaşı üzerinde yapılmıştır.	Olumlu duyguların etkilerine ek olarak, girişimci bireyler sahipleri, düzenleyici başa çıkma davranışlarına bağlı olarak, çalışanlara göre daha az olumsuz duygu yaşar.
Welp, Spörle, Grichnik, Michl ve Audretsch (2011)	Fırsatı değerlendirmesi nasıl yapılır ve duygular girişimci sömürüyü nasıl etkiler?	Olumsuz bir duygu	PANAS-X korku alt ölçeğinden altı madde (Watson ve Clark 1994)	Ankete dayalı deney. 138 MBA ve girişimcilik öğrencisi üzerinde yapılmıştır	Korku, neşe ve öfke değerlendirmenin etkisini etkiler değerlendirmenin sömürü üzerindeki olumlu etkisini artırarak, daha yüksek düzeyde korku azaltıcı ve daha yüksek düzeyde sevinç ve öfke ile sömürü üzerine
Li(2011)	İnsanlarını girişimin sonuçlarıyla ilgili duyguları, yeni bir iş kurmanın değeri ve olasılığı konusundaki özne yargılarını nasıl etkiler?	Riske tutum karşı	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	Anket. Çin, ABD ve ABD'den 761 üniversite öğrencisi Belçika	Başarısızlık korkusu bariyerinin algılanan öneminde önemli cinsiyet farkı, Amerika Birleşik Devletleri ve Belçika'da (erkeklerin bu engelleri kadınlardan daha az önemli olarak algıladığı) tespit edilirken, Çin'de belirlenmemiştir. Ayrıca, cinsiyetin algılanan başarısızlık korkusu bariyeri ile üç ülke için girişimcilik niyeti arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici bir etkisi yoktur.

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Shinnar, Giacomini, ve Janssen (2012)	Üniversite öğrencilerinin girişimciliğin önündeki engelleri algılama biçiminde cinsiyet farklılıkları var mı ve cinsiyetin algılanan engeller ile algılanan engeller arasındaki ilişki üzerinde ne etkisi var	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	Anket. Çin, ABD ve Belçika'dan 761 üniversite öğrencisi	Başarısızlık korkusu bariyerinin algılanan öneminde önemli cinsiyet farkı, Amerika Birleşik Devletleri ve Belçika'da (erkeklerin bu engelleri kadınlardan daha az önemli olarak algıladığı) tespit edilirken, Çin'de belirlenmemiştir. Ayrıca, cinsiyetin algılanan başarısızlık korkusu bariyeri ile üç ülke için girişimcilik niyeti arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici bir etkisi yoktur.
Briksi Sternberg ve Stüber (2012)	Girişimcilik sürecinde bireyin kararlarını etkileyen belirleyiciler nelerdir	Riske karşı tutum	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM Anketi 2002-2006'nın Alman kısmı. 17.000 gözlem	Girişimciler için, bir işletmenin başarılı olmayabileceği korkusu, tüm aşamalar için olmayanlara göre çok daha düşüktür.
Quader(2012)	İngiltere'deki girişimcilik faaliyetlerini etkileyen erkekler ve kadınlar arasındaki psikolojik farklılıklar nelerdir?	Açıkça tanımlanmamıştır. Risk korkusu olarak da ele alınır		Diğer araştırmacılar tarafından yazılmış röportajlar ve otobiyografiler, dergi makaleleri ve transkriptler. 7 genç kadın girişimci birincil veri olarak ve 10 ikincil veri olarak	İngiltere'de kadınlarda ezici bir başarısızlık korkusu var

Tablo 3. (Devam) Girişimci Olma Korkuları İle İlgili Önemli Çalışmalar

YAZARLAR	ARAŞTIRMA SORUSU	BAŞARISIZLIK KORKUSU TANIMLAR	BAŞARISIZLIK KORKUSUNA TEDBİRLER	YÖNTEM VE ÖRNEKLER	ANA SONUÇLAR
Ekore ve Okekeocha (2012)	Nijerya'daki birçok üniversite mezunu, fırsat varken bile bir iş kurmak konusunda neden isteksiz?	Bırakan duygu kişi cesareti kırılmış ve bir girişimde bulunmadan önce bile başaramayacağından korkmuş	Çalışma için geliştirilen girişimcilik korkusu (başarısızlık korkusu, başarı korkusu, eleştiri korkusu ve değişim korkusu) ölçeği	Anket. Nijerya'da 1100 üniversite mezunu	Temel öz değerlendirmeler (kontrol odağı, nevroitiklik, genelleştirilmiş öz yeterlilik ve öz saygı) girişimcilik korkusunu etkiler Girişimcilik öncesi niyet, tutum ve kapasite, girişimcilik korkusunu önemli ölçüde yordamaktadır.
Köllinger, Minniti ve Schade (2013)	Kadınların başarısızlık oranları, erkeklerinkinden önemli ölçüde farklı olmasa da, erkeklerden önemli ölçüde daha az işletme kurmalarındaki sebepler nelerdir?	Riskten kaçınma ile ilişkili açıkça tanımlanmıştır.	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2001-2006. 17 ülkeden 108.919 gözlem	Kadınlar girişimcilik becerilerine daha az güveniyorlar, farklı sosyal ağlara sahipler ve erkeklerle göre daha yüksek başarısızlık korkusu sergiliyorlar İçselligi kontrol ettikten sonra, bu değişkenler girişimcilik faaliyetindeki cinsiyet farkının önemli bir bölümünü açıklar.
Noguera Alvarez ve Urbano(2013)	Girişimciliği etkileyen başlıca sosyo-kültürel faktörler nelerdir? Katalonya örneği	Bireyin başarıya yeteneğine yönelik tehditlerin değerlendirilmesiyle ilişkili bir veya daha fazla etkenler kişisel olarak anlamlı hedefler, verim ve Riskten kaçınma ile de ilişkilidir	Ankette: "Başarısızlık korkusu bir iş kurmamı engellerdi"	GEM araştırması 2009-2010. 4.000 gözlem	Başarısızlık korkusu ve 'algılanan yetenekler', kadın girişimci olma olasılığı üzerindeki en önemli sosyo-kültürel faktörlerdir.
Wood, McKinley ve Engström, (2013)	İşsizliğin kaynağı, özellikle işten çıkarma ve işsizliğin süresi girişimcilik niyetini teşvik ediyor mu?	Utanç veya aşağılanma yaşama" kapasitesi veya eğilimi olarak sonuç başarısızlığın." (Atkinson 1966; s. 13)	Conroy sögüt ve Metzler (2002) tarafından geliştirilen beş maddelik ölçek	Anket. 100 işsiz birey	İşten çıkarma ve işsizlik süresi, daha yüksek girişimcilik niyeti için uyarıcıdır ve başarısızlık korkusu ve risk eğilimi tarafından yönetilir.

3. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

Girişimci olma eğilimi açısından, başarısızlık korkularının, risk olgusundan kaçma boyutuyla ele alanlar olduğu gibi çevreden kaynaklı tehlike ve tehditlerden kaynaklanan olumsuz bir duygu durumu şeklinde de ifade edilmektedir. Bunlardan ilki risk olgusundan kaçınma durumundan korku, kişisel karakteristikler bağlamında ele alınarak kişiliğe ilişkin bir girişimcilerde yaşanan başarısızlık korkusuna işaret etmekte ve korku faktörü bireyden bireye farklılaşmaktadır. Bu bağlamda başarısız olma korkusu değişmez bir gerçek olarak kabul görülmüştür (Arenius ve Minniti, 2005). Başarısızlık korkusunun ikinci bağlamı Çevresel tehditlerin nasıl algılandığına yönelik bakış açısından motivasyonel bir eğilim olarak ve girişimci olma korkularının belirli psikolojik ve davranışsal etmenlerle ilişkili olduğu belirlenmiştir. BK bu açıdan, algılanan çevresel tehditlerden meydana gelen geçici olarak görülen, davranışsal, bilişsel ve duygusal bir durum olarak bulgulanmıştır (Arslan, 2018).

“Üniversite mezunu genç bireyler, kamuda ya da özel sektörde iyi bir iş bulmanın yanı sıra girişim faaliyetin de de bulunmayı ajandalarına not etmelidir” (Ateş, 2009).

Girişimcilik literatürü incelendiğinde girişimcilikte karşılaşılan engeller konusundaki araştırma sonucunda 150’den çok engel olduğu tespit edilmiştir (Jain ve Ali, 2013) GEM (Global Entrepreneurship Monitor) araştırmasının sonuçlarına göre, dünya genelinde bireylerin girişimci faaliyette bulunma sebeplerinin daha çok başarısız olma korkusundan kaynaklı olduğu tespit edilmiştir (Jain ve Ali, 2013).

Girişimcilikte korkuların asıl nedeninin “gelecekteki belirsizlik durumu” olduğu söylenmektedir. Bu belirsizlik girişimci bireyleri, girişimci olma eğiliminden uzaklaştırmaktadır (Finnerty ve Krzystofik, 1985). Başarısızlık korkusu, yaşaması fırsat algısını olumsuz olarak etkiler (Li, 2011, s. 291).

Başarısızlık korkusuna yönelik bu çeşitli yaklaşımlarda, bir dizi farklı varsayım uygulanmıştır. Örneğin, geçmişteki araştırmalar genellikle başarısızlık korkusuna, bireylerden başarısız olduklarında nasıl hissettiklerini hayal etmelerinin veya yansıtmalarının istendiği varsayımsal bir performatif bağlam perspektifinden yaklaşmıştır. (Mitchell ve Shepherd, 2010; Wood ve Haynie, 2014). Varsayımsal deneyimi ölçmeye yönelik bu yaklaşımlar, girişimciliğin gerçek performatif bağlamında girişimcinin gerçek deneyimini yakalamaz ve başarısızlık korkusunun gerçekten yaşanıp

yaşanmadığını ölçemez. Birinin nasıl tepki vereceğini sormak, birinin deneyiminin ne olduğunu sormakla aynı şey değildir.

İkincisi, önceki çalışmalar, eğitim ve spor gibi önemli ölçüde farklı bağlamlar için tasarlanmış önlemlerin girişimcilik bağlamına etkili bir şekilde çevrilebileceğini varsaymıştır (Conroy ve Elliot, 2004; Martin ve Marsh, 2003). Bu bağlamlar, girişimciliğin belirsiz, dinamik, çok yönlü ve belirsiz performatif bağlamından oldukça farklı olan, açık ve net olan görevleri, değerlendirme kriterlerini ve yetkinlikleri içerir (Morris vd., 2012).

Üçüncüsü, önceki birçok çalışma, başarısızlık korkusunun yalnızca hevesli veya çok erken aşamadaki girişimciler için geçerli olduğunu ve yalnızca girişimci davranışı engellediğini varsaymıştır (Arenius ve Minniti, 2005; Minniti ve Nardone, 2007). Yine de pratik girişimciler, girişim yaşam döngüsünün herhangi bir aşamasında, girişimcilik faaliyetinin engellenmesinin ötesine geçebilecek sonuçlarla birlikte başarısızlık korkusu yaşayabilirler.

Düşük ekonomik özgürlük seviyelerinde, daha büyük korku oluşu girişimcilik üzerinde büyük ve anlamlı bir olumsuz etki yaratıyor. Tahminlerimizin büyüklüğü

Zayıf ekonomik politikalara sahip bir ülke olan (Khyareh ve Mazhari, 2016) İran için önceki bulgularına benzer.

Bulgularımızın girişimci olma korkuları literatürü için önemli çıkarımları vardır. Daha yüksek ekonomik özgürlük, girişimci olma korkularının bireylerin girişimci olma tercihi üzerinde yarattığı etkiyi azaltmasından kaynaklı, daha düşük risk toleransına sahip bireyler bile daha düşük yüksek ekonomik özgürlüğe sahip alanlarda girişimci olmayı seçecektir. Bunun sonucu olarak, daha yüksek ekonomik özgürlük başarısızlık korkusuna rağmen daha fazla insanı girişimci olmaya yönlendirdiği için girişimci olmayı artıran dolaylı bir etkiye sahiptir (Dutta ve Sobel, 2021).

Buna göre girişimci korkusu ile girişimci olma eğilimi arasında büyük bir ilişki vardır. Dolayısıyla girişimci olma korkularının azalması bireyde girişimcilik eğilimini artıracaktır.

4. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI İLE BAŞETME YÖNTEMLERİ VE TAVSİYELER

Girişimcilik, sadece iş yapmak değildir. İşten öte; yaşama, düşünme ve yönetme biçimidir. Finansal belirsizliği yüksek, istihdama dayalı kariyer yapmaktan daha zordur. Öte yandan, arzu edilen seviyeye ulaştığında elde edilen kazanımlar harcanan emekten ötedir. Alınan kararlar girişimciyi bağlar, başarı ile başarısızlık arasında ince bir nüans vardır ve çok kişiseldir, girişimci daha göz önündedir. Elde edilen tatmin duygusu birçok girişimcinin motivasyon kaynağı olmakta, başarısızlıkların üstesinden gelmeyi kolaylaştırmakta, başarıya ise yenilerinin eklenmesini tetiklemektedir. Girişimcilik dinamik bir yapıya sahiptir. Girişimcilik yenilik ve yaratıcı düşünceyi beraberinde getirdiği için dinamizmini sürekli korumaktadır. “İster organizasyonda ve proseslerde ister ürünlerde, hizmetlerde ya da pazarlarda olsun, firmaların artan etkinliği ve getirdikleri yenilikler, bir bütün olarak ekonominin rekabet gücünü artırmaktadır.” Yaşayan bir yapı olan ekonominin, taze kanı girişimcilerdir.

Girişimci aktif olmalı, fikirlerini hızlı ve etkili olarak yayabilmelidir. Virüs gibi yayılabilen, hızlı yayılabilen fikirler daha başarılı olmaktadır. “Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır” (Broughton, 2010; Godin, 2007; Bozkurt, 2011).

Başarısızlık korkusu girişimci bireyin seçimleri üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Yaygın olarak üstesinden gelinmesi gereken bir engel olarak görülse de bazı çalışmalar başarısızlık korkusunun motive edici gücünü de açıklar ve başarının anahtarı olarak vurgular (Morgan ve Sisak, 2016).

Jill Blashack Strahan bunu korkunun olumlu faktörü olarak adlandırır. Strahan için başarının imkânsız görüldüğü aşırı şüphe durumları ve belirsizlik vardı. Çünkü İpotek tarihine 3 ay kalmıştı. Aynı zamanda eşi vefat etmişti. Ve 5 yaşındaki oğluyla kalmıştı. Eşinin cenazesinden sonra girişim hayalinden vazgeçip bir iş bulup çocuğunun başında anne olması gerektiğini düşündü, Strahan, Entrepreneur dergisine verdiği röportajda.

Şartlardan dolayı bunu yaptığı için kimse onu suçlayamazdı. Strahan’ın konumundaki birçok kişi girişimcilik hayallerini, muhtemelen kalıcı olarak askıya alırdı,

ama o pes etmedi. Tüm birikimini ve hatta tüm hayatını, haftada 80 saat çalışarak girişimine harcadı. Buna tam 10 yıl devam etti Strahan için korku faktörü bir güç kaynağı oldu. Ve başardı girişimini gerçekleştirdi. 2012 yılında yaklaşık 100 milyon \$ hasılat elde etti ve halen büyümeye devam ediyor. (Morgan ve Sisak, 2016). Başarısızlık korkusunun olumlu ve olumsuz sonuçları vardır. Önemli olan girişimci olma motivasyonunu kaybetmemektir. Bunu yapan birey girişimci olma korkularını olumlu yönde kullanıp eğilime çevirebilir. Strahan örneği bunu en güzel şekilde açıklamaktadır. “Her zaman bir seçeneğiniz vardır. Yapabilirsin, iyileşeceksin ya da acı çekeceksin. Aynı zamanda iyilikler yerini keşkelere bırakabilir” (Caves ve Porter, 1977).

Kişilerin bana “yapamazsın başaramazsın sözlerini motivasyona çevirip korkularımı yendim” şeklinde açıklamaktadır. Pek çok başarılı birey başarısız olma konusunda sonsuz endişe duysa da bunu bir motivasyon kaynağı görür (Morgan ve Sisak, 2016).

Herkesin girişimcinin korkuları vardır. Girişimciler için bu tür korkular, üstesinden gelinmesi gereken kritik bir engeli temsil etmektedir. Aksine bunu motivasyon aracı olarak kullanabilirler.

Özetle Başarısızlık korkusu hem üstesinden gelinmesi gereken bir sorun hem de başarı için gizli bir silahtır. Yukarı da bazı girişimciler ve yaşadığı korkulardan söz edilmektedir. Girişimcilerin girişimci olma sürecinde korkuları ve bunları isteklendirme kaynağına çevirdiği görülmektedir. Girişimci bireyler de bu örneklerde olduğu gibi girişimci olma korkularını Girişimci olma eğilimi sürecinde motivasyona geçirdikleri takdirde başarı kaçınılmaz olacaktır

Başarısızlık korkusu, girişimcilik yolculuğunun önemli bir parçasıdır. Girişimciler genellikle tutkulu, hevesli, hırslı, esnek (Cardon ve Wincent, 2009; Hermans vd., 2013; Hmieleski ve Carr, 2007; Stam ve Al., 2012).

Ancak, bu yenilmez yüzeyin altında uygunsuz bir gerçek olduğuna inanıyoruz: Girişimciler, girişimleriyle ilgili büyük ve küçük potansiyel başarısızlıklardan da korkarlar. Yolculuk sırasında bir müşteriyi kaybetme, ödeme alamama, zamanında teslim edememe, kontrol dışı nakit akışı korkularının yanı sıra aile, arkadaşlar ve sevdikleriyle yeterince vakit geçirememme korkusuyla baş etmek zorunda kalabilirler. Bu senaryonun gerçekliği konusunda hemfikir olmak zor olmasa da başarısızlık korkusu deneyimi bir girişimcinin hayat hikâyesinde en az anlatılan bölümdür.

Başarısızlık korkusunu değışmeyen bir nitelik, başa çıkılabilecek ancak değıştirilemeyecek bir şey olarak görüyoruz. Sonra sorarız bu özellik her zaman olumsuzdur. Başka bir deyişle, “olumsuz düşünmenin gücü” diye bir şey olup olmadığını soruyoruz ve eğer öyleyse peki, ne zaman ve nasıl çalışır? Başarısızlık korkusunu girişimciliğe girme kararıyla ilişkilendiren veriler mevcut olsa da ampirik çalışmalar, başarısızlık korkusu ve müteakip girişimcilik performansı ile ilgili soruları henüz ele almamıştır. Şu an için en azından, araştırmacıların devam edecek sadece anekdotları var. Buna, bireyler acı çektiğinde bir girişimcilik teorisi sunarak ekliyoruz.

Başarısızlık korkusunu yalnızca bir tür riskten kaçınma olarak görebiliriz. Ancak başarısızlık korkusunun, geleneksel beklenen fayda teorisinde bulunmayan önemli bir özelliğı vardır: Sonuçları başarı veya başarısızlık olarak saymak için bazı dahili ölçütler gerektirir. Başka bir deyişle, sonuçlar, kendi başlarına değil, aspirasyon düzeyi dediğimiz bazı referans noktalarına göre değerlendirilir. Başarısızlık korkusunun derecesi, başarısız olmanın verdiği acıdaki farkı temsil eder bu şekilde modellenen, başarısızlık korkusu olarak değil, görülebilir. Riskten kaçınma, ancak bir tür kayıptan kaçınma olarak. Bu getirileri, bireylerin istihdam arasında seçim yaptığı bir ortama yerleştiriyoruz, güvenli bir getiri sunan ve riskli olan girişimcilik. İkincisinde başarı, bireysel yatırıma, rekabete ve şansa bağlıdır.

Mevcut girişimcilik literatürünün çoğı girişe odaklanırken, en az müteakip finansal, fiziksel ve başarı peşinde yapılan duygusal fedakârlıklar. Bunlar muhtemelen daha az çalışılıyor çünkü ölçülmesi çok daha zor.

Başarısızlık korkusu, girişimcilerin ek fedakârlıklarını motive edebilir. Sağlanan aspirasyon seviyeleri yeterince yüksek, daha büyük korku başarısızlık, girişime daha fazla yatırım yapılmasını sağlar.

Ancak başarısızlık korkusu motivasyonu da düşürebilir: Aspirasyon seviyeleri düşük olduğunda veya alternatif olarak, bunlar öne eşit olduğunda giden istihdam kazançları, daha fazla başarısızlık korkusu daha az yatırım üretir.

İstek düzeyi ne olursa olsun, başarısızlık korkusu bireyleri girişimcilikten caydırır: Başarısızlık korkusu ne kadar büyükse, o kadar az muhtemelen girişimciliğı seçecek bir bireydir.

5. BİREYSEL OLARAK GENÇ GİRİŞİMCİ ADAYLARININ DİKKAT ETMESİ GEREKEN UNSURLAR

Girişimcilikte başarı kazanmış bireylerin mutlaka iyi bir hazırlık evresinden geçtiği görülmektedir. Aynı zamanda girişimcilerin çok geçmeden ekonomi dünyasından kaybolanlar ya da girişimci olma başarılarının ise sürdürülebilir olmadığı durumlar kişinin sağlam bir altyapıya sahip olmadığının en büyük göstergesidir. (Bozkurt, 2011).

Girişimcilikte Eğitim: Girişimci olma yolundaki en büyük eksikliklerdir. Buna nazaran literatürde en büyük eksikliğin sermaye, hammadde ve pazar gibi unsurlar olduğunu savunurlar (Çelik, 2016). Bu eksikliklerin giderilmesi girişimci olma motivasyonunu yükselteceği için eğilimi de artırır.

Motivasyona Sahip Olmak: Motivasyon girişim faaliyetinin tüm aşamalarda harekete geçirici ve oldukça önemli bir unsurdur ve iş kurmak isteyen insanlar gerekli motivasyona sahip olmalıdır. Yapabileceğine inanmaları en büyük motivasyonlarıdır. Motivasyonu yüksek bireyin girişimci olma eğilimi de yüksek olur.

İş Fikrini Belirlemek: Kendi işini kurma motivasyonuna sahip girişimci adayları için başarının ilk koşulu, potansiyeli yüksek bir iş fikrine sahip olmaktır. İş fikri belirlenirken girişimci adayları öncelikle iş deneyimlerini, ustalıklarını, becerilerini ve bilgilerini ele almalıdır. İş fikri bulabilmenin birkaç yolu mevcuttur (Anonim, 2000, s. 28). Girişimci birey yeni bir fikir geliştirebilir, başkalarının fikrinden kopya çeker veya fikri değiştirerek kullanır, başka birinden yeni iş bir fikri satın alabilir.

Çalışma Programı Hazırlamak: Girişimci adayının iş kurma hedefine ulaşması için çeşitli konularda düzenli ve yoğun çalışmalar yapması gerekmektedir. İş fikrinin belirlenmesinden, işin kurulması ve ilk müşterilere kadar geçen süreçte birbirinden farklı ancak birbirine bağlı birçok aktivite gerçekleştirilir. İş kurma aşamasına başarıyla ulaşmak için, bu dönem başından planlanmalı, iş kurma hazırlıkları eksiksiz ve gerektiği kapsamda yapılmalıdır (Gözek, 2006).

Fizibilite araştırması yapmak: Düşünülen girişim fikrinin uygulanabilirliğini ifade eder. Birey bu aşamayı iyi değerlendirmelidir. Uygulamaya başlamak için önemli bir adımdır.

İş Planını Hazırlamak: İş planı, girişimci adayının iş fikri ile ilgili düşüncelerinin, hedeflerinin, planlarının yer aldığı bir dosyadır ve bu dosya girişimci adayının işini kurma

ve ileride işletmesini geliştirme dönemlerinde yol gösterici bir rehberdir (Şanlı ve Şahsüvar, 1999).

Girişimcilik destek programlarını araştırmak: Girişimcilikte bireylerin en çok zorlandığı konu sermayedir. Bu bağlamda gerek kamu gerek özel gerek yurt içi gerek yurt dışından destekler mevcuttur. Bu destekler bireye hem maddi hem manevi kolaylık sağlar.

Bir ülkede girişimci sayısını arttırmak ve girişimciliğe ilgiyi yükseltmek üzere sağlanması gereken hususlar:

- “Makroekonomik istikrar ve dengenin temini,
- Rekabet ve iyi yönetim ortamının sağlanması
- Piyasaya giriş ve çıkış serbestisinin sağlanması,
- Risk ve ödül arasında denge kurulması gereği,
- Finansmana erişim kolaylığı,
- Piyasa esnekliklerinin temini,
- Düzenleyici ortamın kalitesinin artırılması,
- Vergilendirmenin adil, basit, tabana yayılmış ver düşük olması,
- Nitelikli işgücüne erişim,
- Firmalar arası iş birliğinin tesisi,
- Girişimcinin kapasitesinin artırılması,” (Öztürk İ. , 2008).

6. GİRİŞİMCİLERİ DESTELEYEN KURULUŞLAR

“İyi bir fikri olan herkes gerek kamudan gerek özel sektörden veya yurt dışından girişimde bulunduğu işletmenin yatırımı için kaynak bulabilmektedir” (Özkaşıkçı, 2012, s.36).

6.1. BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

Kurum tarafından verilen teşvikler ve girişimcilik eğitimleri bazen direkt kendisi vermekte bazen de KOSGEB, TÜBİTAK ve TPE gibi devlet kurumları vasıtasıyla verilmektedir. (Bilim, sanayi ve teknoloji bakanlığı, 2021).

Verilen destekler aşağıdaki gibidir;

- (GBS) Girişimci Bilgi Sistemi,
- Tekno Girişim Sermaye Destek Programı,
- Teknoloji Transfer Platformu,
- Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı,
- Kümelenme Destek Programı.

6.2. KOSGEB

Türkiye'nin sosyal ihtiyaçları ve ekonomik ihtiyaçlarının giderilmesinde küçük ve orta ölçekli kurumların rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, etkilerini ve etkinliklerini çoğaltmak, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişimlere uygun bir biçimde gerçekleştirme kaidesiyle, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) kurulmuştur. (Elagöz, 2015).

- Eğitim Desteği.
- Yurt Dışı İş Gezisi Desteği.

6.3. TÜBİTAK

TÜBİTAK 1963 yılında ülkemizde planlanmış ekonomi döneminin başında kurulmuştur. Kurumun kuruluş aşamasında en temel görevleri arasında, özellikle doğa bilimlerinde temel ve uygulamalı akademik araştırmaların desteklemesi ve genç araştırmacıların teşvik edilmesi bulunmaktadır (TÜBİTAK, 2021).

TÜBİTAK'ın destekleri aşağıdaki gibidir;

- Girişimcilik, Yenilikçilik Eğitimi,
- Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı,
- Girişim Sermayesi Destekleme Programı,
- Tekno Girişim Sermaye Desteği,
- Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışma Programı,
- Yenilik ve Girişimcilik Alanlarında Kapasite Arttırılmasına Yönelik Destekleme Programı.

6.4. TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGELERİ TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGESİ

Yeni veya ileri teknolojide mal ve hizmet üretmek isteyen girişimcilerin, araştırmacı ve akademisyenlerin sınaî ve ticari faaliyetlerini üniversitelerin yanında veya yakınında yürütebilmelerine ve bu üniversitelerden yararlanabilmelerine imkân vermek için kurulmuş akademik, sosyal ve kültürel sitelerdir. 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme

Bölgeleri Kanunu, 06 Temmuz 2001 tarih ve 24454 sayılı ve 6170 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun 12 Mart 2011 tarih ve 27872 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği ise 19 Haziran 2002 tarih ve 24790 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. (teknoloji geliştirme bölgeleri, 2020).

6.5. KALKINMA AJANSLARI

Kalkınma Ajansları, ulusal düzeyde Kalkınma Bakanlığı koordinasyonunda, kendine özgü teknik ve finansman mekanizmasına sahip, kâr amacı gütmeyen, çabuk karar alıp uygulayabilen, merkezi ve yerel idarelerin dışında, kamu, özel sektör ve STK'ları bir araya getiren, tüzel kişiliğe haiz, 5449 sayılı Kanunla düzenlenmiş, işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabi, istatistikî bölge birimleri sınıflandırması esas olarak Bakanlar Kurulu kararı ile kurulan teknik kapasitesi yüksek, uygulamacı olmayan fakat destekleyici koordinatör ve katalizör olarak Kalkınma Bakanlığı'nın koordinasyonunda faaliyet gösteren kalkınma birimidir. (Kalkınma ajansları, 2020).

Bu doğrultuda verilen bazı destekler aşağıdaki gibidir;

- Proje Teklif Çağrısı Yöntemiyle Sağlanan Doğrudan Finansman Desteği,
- Teknik Destek,
- Doğrudan Faaliyet Desteği,
- Güdümlü Proje Desteği,
- Faiz Desteği,
- Faizsiz Kredi Desteği,

6.6. TÜSİAD

Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği olarak adlandırılır. 1971 de kapalı ve kriz üreten ekonomi sistemine, iş dünyasının bir tepkisi olarak oluşturulmuştur. TÜSİAD kuruluşundan bu yana hukukun üstünlüğü, eşitlik, temel özgürlükler, demokrasi, insan hakları, serbest piyasa ekonomisi ve güçlü bir Türkiye vizyonunun savunucusu olmuştur (TÜSİAD , 2021).

- Süreli Yayınlar,
- Vizyon 2050 Türkiye Raporu,
- Üniversite Öğrencilerine Yönelik İnovasyon Eğitim Seminerleri,
- Bu Gençlikte İş Var Yarışma Programı.

6.7. MÜSİAD

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği olarak adlandırılır. Adalet ve eşitliğin, hak ve hukukun, refah ve mutluluğun, barış ve güvenin, sağlandığı; topluma ve tarihe mal olmuş mahalli ulusal ve uluslararası değerlerin gözetildiği, kendi bünyesinde bütün, bölgesinde, siyasi ve ekonomik alanlarda etkin olup Dünya’da daha saygın bir Türkiye idealiyle yola çıkan, hassasiyet sahibi iş adamlarının 9 Mayıs 1990 tarihinde İstanbul’da kurulan bir İş Adamları Derneği’dir. (MÜSİAD, 2021) bazı projeleri aşağıdaki gibidir;

- Yaş Çok Geç Eğitim Projesi,
- Satın Alma Müdürleri Endeksi (SAMEK),
- Uluslararası Teknolojik,
- Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Vakfı (UTESAV),
- Teknolojide Kadın Eli Konferansları,

6.8. TOBB

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) kendi içinde kurmuş olduğu Genç Girişimciler Kurulu aracılığı doğrultusunda genç girişimci bireylere kapasite geliştirme desteği ve eğitim ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamayı hedeflemektedir. Türkiye de genç girişim bireylerin potansiyellerinin nicelik ve nitelik bakımından gelişimi ve donanım sahibi bireyler haline getirilmesi idealiyle girişimcilik kültürünün gençler arasında gelişmesine öncülük etmek, girişimci bireyler için politikalar belirlemek gayesiyle oluşturulan G GK’nın başlıca faaliyetleri, gençlere kişisel gelişim yollarını öğretmek kariyer geliştirme fırsatları yaratmak, eğitimlerin ve kapasite geliştirme yanında ek olarak genç girişimcilere iş kurma ve kurdukları işleri başarıyla devam ettirmesini desteklemek, ülkemiz ekonomisinin gelişimine katkı sağlamak sektörlerde girişimde bulunmaya destek olacak politikaları belirlemek ve bu sektörlerde genç girişimcileri yönlendirmek, genç girişimci bireylere sosyal sorumluluk bilinci kazandırmak idealiyle çeşitli sosyal etkinlikler düzenlemek, eğitim programları oluşturmak ve genç girişimcilerin sivil toplum kurumlarında, yerel yönetimlerde rol almalarını sağlamaktır (TOBB, 2021).

6.9. KAGİDER

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği olarak adlandırılan bu dernek Eylül 2002’de 38 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul’da kurulmuştur. Dernek günümüzde farklı sektörlerde

aktif bir şekilde çalışan ve çeşitli değer yaratan 292 kadın girişimci birey ile büyümeye gelişmeye ve güçlenmeye devam etmektedir (Türkiye kadın girişimciler derneği, 2021).

6.10. TÜRKİYE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME VAKFI (TTGV)

1991 yılından beri özel sektör ve girişimcilerin Ar-Ge ve teknolojik yenilik projelerine destek sağlamakta olan Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, 24 özel sektör, 5 kamu, 11 şemsiye kuruluş ve 15 gerçek kişinin biraya gelmesi ile Kanunla Kurulmuş Vakıf statüsüne sahiptir. TTGV, ulusal hedefler doğrultusunda, kamu ile özel sektör arasındaki bağı güçlendiren ve kamu fonlarının yönetimine özel sektörün de katılmasına imkân veren, şeffaf, izlenebilir ve etkin bir mekanizma olarak varlığını sürdürmektedir (TTGV, 2021).

- Çevre Proje Destek Programları,
- Enerji Verimliliği Desteği,
- Teknoloji Geliştirme Proje Desteği,
- Ticarileştirme Proje Desteği,
- İleri Teknoloji Proje Desteği,

6.11. KREDİ GARANTİ FONU (KGF)

KGF, küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik sağladığı desteklerle bu işletmelere yardımcı olmakta, yatırımlarının ve işletmelerinin finansman sağlaması amacıyla banka kredisi desteği sağlamaktadır. KOBİ Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı (KGSYO) (Kobi girişim sermayesi yatırım ortaklığı, 2021) da sağlamaktadır.

6.12. GİRİŞİMCİ DESTEKLEME MERKEZLERİ (GAP-GİDEM)

GAP-GİDEM'ler yatırımların artırılması ve girişimcilik faaliyetinin geliştirilmesi doğrultusunda girişimci bireylere, ön fizibilite ve fizibilite etütlerinin yaptırılmasında yol gösterilmesi daha verimli yatırım faaliyetlerinin belirlenmesi ve yatırım promosyonu, pazar, finansman ve teknik konuların araştırılması, yatırımcıların yönlendirilmesi, girişimcilerin ihtiyaç duyduğu konularda eğitim programları, yerli ve yabancı ortak bulunması, şirket kurulması, iş gezileri düzenlenmesi, halka açılma konularında hizmet sunulması. Finans kaynağı arayışları ve makine teçhizat ve ekipman desteği konuları başta olarak çeşitli alanlarda danışmanlık desteğinde bulunmaktadır. GAP bölgesinde yatırım yapmak isteyen şirket veya girişimciler, GİDEM'lere şahsen veya elektronik

ortamda başvuru yaparak girişimci danışmanları ile görüşebilmekte ve projelerinin uygulanması için önemli yatırım danışmanlık hizmeti alabilmektedirler (Sayın, 2010).

7. GİRİŞİMCİ OLMA KORKULARI VE GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ İLİŞKİSİ

Girişimcilikte cesaret “korkunun yokluğu” değildir bilakis cesaret, önemli bir amacı başarabilmek için korkunun varlığına rağmen harekete geçebilmektir (Kılmann vd., 2010).

Dolayısıyla girişimcilik kararı veren girişimci, kendisine ilham veren ve kendisini motive eden duyguların yanı sıra korkuyu da deneyimleyerek faaliyetlerini gerçekleştirmek durumundadır. Bunun anlamı, girişimsel süreçte başarı veya başarısızlık üzerinde etkili olması muhtemel unsurlardan birinin de korku duygusu daha da spesifik olarak başarısızlık korkusu olduğudur. (Arslan, 2018).

Bazı ampirik bulgular, girişimcilikte başarısızlık korkusu ile girişimsel faaliyetler (Vaillant ve Lafuente, 2007) (Helms, 2003), girişimci süreçler (Hessels vd., 2011) (Pathak vd., 2013) uluslararası girişimcilik olgusu (Helms, 2003) ve girişimci olma eğilimi (Shinnar vd., Janssen, 2012) arasında negatif bir korelasyon olduğunu bulgulanmıştır. Yine de girişimcilikte başarısızlık korkusunun hâlâ girişimci olma eğilimi üzerinde sadece olumsuz bir etkisinin olduğu öngörülmektedir. Bazı diğer araştırmalar, girişimcilikte başarısızlık korkusu ve girişimci davranış arasındaki bağlar üzerinde farklı bir bakış açısı ile değerlendirilmiştir (Mitchell ve Shepherd, 2010; 2011). Yapılan bu araştırmalarda, girişimci başarısızlık korkusu, kişilerin içsel olarak tutum ve inançlarını yönlendiren ve sonuç olarak girişimci bireyin içsel davranış kararını etkileyen bir unsur olarak düşünülmektedir (Mitchell ve Shepherd, 2010). Bireylerin kendi pozitif ve negatif imgelerini (benlik saygısı ve başarısızlık korkusu) koruduğunu ve bunların fırsatların değerlendirilmesi üzerinde farklı etkiler yarattığını ileri sürmektedir.

BK yeni bir iş kurmaya bağlı riskin değerlendirilmesinde önemli bir faktör olduğu için, daha az başarısız olma ihtimali algısının kişinin yeni bir iş kurma ihtimalini artıracığı düşünülmektedir. Dolayısıyla kişinin BK–eğer yüksekse-, çoğunlukla girişime başlama kararını yani girişimciliği engelleyici etki yapan bir faktördür (Arenius ve Minniti, 2005).

Yukarıda ki tanımlar neticesinde girişim eğilimi olan bireyde yaşanan korkular eğilimi azaltmaktadır. Bireyin girişimci olma korkuları artarsa girişimci olma eğilimi azalmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEM METODOLOJİ VE ANALİZLERİ

1. GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU VE KORKULARININ GİRİŞİMCİ OLMA EĞİLİMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde ilk olarak araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın modeli ve oluşturulan hipotezler, araştırmanın kapsamı, sınırlılıkları ve araştırmanın yöntemine değinilecektir. Son olarak araştırma sonucunda elde edilen istatistiki bulgulara yer verilecektir.

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Uluslararası rekabetin artması, teknolojik yeni değişimler ve küresel boyutta yaşanan çalkantılı ekonomi (doğal afetler, salgın hastalıklar, ekonomik kriz vs.) özellikle genç nesli etkisi altına almaktadır. Doğal olarak bu durumlar hem kamu hem de özel sektörü etkilemektedir. Ekonomi ve beklentilerindeki değişimler gibi birçok gelişmenin sonucunda girişimcilik kavramı daha çok ön plana çıkmıştır. Genç bireylerin mezuniyet sonrası hem maddi hem de manevi tatmini ancak girişimci motivasyonlarının yüksek ve girişimci korkularının düşük olmasına bağlıdır. Böylelikle girişimci olma eğilimleri de artacaktır.

Bu araştırmanın temel amacı; Girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi üzerine etkisini belirlemeye çalışmaktır. Literatürde girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi arasındaki ilişkiyi inceleyen akademik araştırmaların sınırlı sayıda olması nedeniyle bu çalışmaya olan ihtiyaç artmaktadır. Yapılan bu çalışmanın gerek literatüre gerekse bilim ve iş dünyasına katkı sağlayarak bu alandaki boşluğu doldurmaya katkıda bulunacağı ve akademide ilerisi için yol gösteren bir çalışma olacağı düşünülmektedir.

1.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Bu araştırma Afyonkarahisar ilindeki Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencilerini kapsamaktadır. Afyon Kocatepe Üniversitesi bünyesinde bulunan Fen-Edebiyat Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Spor bilimleri fakültesi, Teknoloji Fakültesi, Turizm Fakültesi, Veterinerlik Fakültesi olmak üzere toplamda 9 fakülte de yapılmıştır. Araştırma kapsamında 353 öğrenci 9 fakülteden rastgele seçilen ortalama 40 öğrenciden elde

edilmiştir. Veriler anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen anket formları incelenmiş ve hatalı cevaplamalar, bir soruya iki cevabın verilmesi gibi faktörler açısından değerlendirilerek sorun bulunmadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın ülke genelindeki tüm üniversite öğrencileri üzerine yapılması hem maliyet hem de zaman açısından büyük kısıt oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırma Afyonkarahisar ilinde bulunan Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra araştırmanın yapıldığı süre zarfında küresel pandemi olması ve Türkiye’de sokağa çıkma kısıtlamalarının yapılması ve bundan dolayı üniversitelerde yüz yüze eğitimden online eğitime geçilmesi de bu çalışmanın diğer kısıtlarındadır.

1.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Çalışmanın kavramsal kısmında yer alan ilgili literatür ile girişimci olma motivasyonu ve korkularının girişimci olma eğilimi üzerindeki etkisini araştıran benzer diğer çalışmaların bulgularından hareketle araştırmanın hipotezleri ve alt soruları oluşturulmuştur. Bu kapsamda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H1: Girişimci olma motivasyonu girişimci olma eğilimi etkilemektedir.

H1A: Girişimci olma motivasyonunun bireysel odak boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.

H1B: Girişimci olma motivasyonunun toplumsal odak boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.

H1C: Girişimci olma motivasyonunun çalışma odak boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.

H1D: Girişimci olma motivasyonunun ekonomik odak boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.

H2: Girişimci olma korkuları girişimci olma eğilimini etkilemektedir.

H2A: Girişimci olma korkularının içsel boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.

H2B: Girişimci olma korkularının dışsal boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir

H3: Girişimci olma eğilimi katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H4: Girişimci olma motivasyonu katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H5: Girişimci olma korkusu katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H6: Girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H7: Girişimci olma korkusu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Araştırma verileri anket yöntemi ile toplanmıştır. Uygulanan anket dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde demografik kişisel bilgi formu, ikinci bölümde girişimci olma motivasyonu üçüncü bölümde girişimci olma korkuları ve dördüncü bölümde ise girişimci olma eğilimi ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Araştırmada kullanılan anket formu Ek-1’de yer almaktadır.

Birinci bölümde kişisel bilgi formunda çalışanların demografik (yaş, cinsiyet, fakülte, sınıf) ve diğer bazı kişisel özelliklerini (gelir, anne baba çalışma durumu, anne babanın çalıştığı sektör, 1. Derece yakınların girişimci olma durumu ve girişimcilik eğitimi vs.) belirlemeye yönelik kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde girişimci olma motivasyonu ile ilgili çeşitli ifadeler yer almaktadır. Üçüncü bölümde girişimci olma korkularına ilişkin ifadeler yer almaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise girişimci olma eğilimini içeren sorular yer almaktadır.

Anket formunda kapalı uçlu sorular ve 5’li likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerde yer alan ifadelerde katılım dereceleri 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”, 2 “Katılmıyorum”, 3 “kararsızım”, 4 “Katılıyorum” ve 5 “Kesinlikle Katılıyorum” olarak kullanılmıştır.

2.2. ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Araştırmanın birinci değişkeni olan girişimci olma korkularını ölçmek üzere Fatoki ve Chindoga tarafından 2011 yılında oluşturulan, 22 ifadeden oluşan 5’li likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Girişimci olma korkuları 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar içsel ve dışsal korkulardır. İlk 1-9 arası ifadeler içsel korkuları, 10-21 arası sorular ise dışsal korkuları ifade etmek için kullanılmıştır. Algılanan girişimcilik motivasyonu

değişkenini ölçmek amacıyla da Giacomini vd. tarafından 2011 yılında, 16 sorudan oluşan 5'li likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Girişimci olma motivasyonu ise 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar: Çalışma odağı, Ekonomik odak, Toplumsal odak ve Bireysel odaktır. Çalışma odağı boyutuna 1-10-14-15. sorulardan, Ekonomik odak boyutuna 5-8-9-11. sorulardan Toplumsal odak boyutuna 4-7-13-16. Sorulardan ve bireysel odak boyutuna ise 2-3-6-12. Sorulardan ulaşılmaktadır. Buna göre 16 ölçek 4 boyut üzerine adil olarak dağıtılmıştır. Diğer bir değişken olan girişimci olma eğilimini ölçmek amacıyla da Phie tarafından 2009 yılında 9 ifadeden oluşan 5'li likert ölçeğinden yararlanılmıştır.

2.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizinin tespitinde Cronbach's Alpha katsayısından faydalanılmıştır. Değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistikler yapıldıktan sonra değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile Pearson Korelasyon analizi T testi, anova bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini belirlemek amacı ile de regresyon analizleri yapılmıştır. Katılımcıların girişimci olma motivasyonu, girişimci olma korkularının girişimci olma eğilimine etki düzeylerinin demografik özelliklerine göre incelenmesi amacıyla t testi ve anova testi yapılmıştır. Çalışmada $p < 0,05$ değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır. Fakat kurtosis değeri 1,660 çıkmıştır. Buna göre arasındaki basıklık değeri çoğu psikometrik amaç için mükemmel kabul edilir, ancak belirli uygulamaya bağlı olarak çoğu durumda ± 2.0 arasındaki bir değer de kabul edilebilir (George ve Mallery, 2010).

Skewness Bir dağılımın simetrisinin ölçüsü; çoğu durumda karşılaştırma normal bir dağılımla yapılır. Pozitif çarpık bir dağılımın nispeten az büyük değeri vardır ve sağa doğru uçar ve negatif çarpık bir dağılımın nispeten az sayıda küçük değeri ve kuyruğu vardır. $+2.0 -2.0$ için kaynak: (George ve Mallery, 2010) Analizler SPSS 25,0 paket programı ile yapılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1 ÖLÇEK VE ALT ÖLÇEKLERE İLİŞKİN GÜVENİRLİK ANALİZİ SONUÇLARI

Araştırmada kullanılan personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeklerine ilişkin güvenilirlik analizleri (Cronbach's Alpha) sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 4. Güvenilirlik katsayısı değerleri

Kuvvetli (-)	Orta (-)	Zayıf (-)	Zayıf (+)	Orta (+)	Kuvvetli (+)
$-1 \leq r < -0,7$	$-0,7 \leq r < -0,3$	$-0,3 \leq r < 0$	$0 < r \leq 0,3$	$0,3 < r \leq 0,7$	$0,7 < r \leq 1$

Tablo 5. Girişimci olma motivasyonu, korkuları ve Girişimci olma eğilimi Ölçeğinin Alt Boyutlarına İlişkin Cronbach's Alpha Güvenilirlik İndeks Değerleri

Ölçek		Cronbach's Alpha
Girişimci olma motivasyonu $\alpha=0,93$	Bireysel odak	0,79
	Toplumsal odak	0,79
	Çalışma odağı	0,65
	Ekonomik odak	0,78
Girişimci olma korkuları $\alpha=0,94$	İçsel korkular	0,91
	Dışsal korkular	0,90
Girişimci olma eğilimi $\alpha=0,85$	Girişimci olma eğilimi	0,85

Girişimci olma motivasyonu ölçeğine ilişkin elde edilen Cronbach's Alpha güvenilirlik indeksi ölçek bütünü için $\alpha=0,93$ olarak elde edilmiştir. Bu değer ölçek bütünü'nün güven düzeyinin mükemmel düzeyde olduğunu göstermektedir. Ölçeğin alt boyutları için Cronbach's Alpha güvenilirlik indeksi değerleri incelendiğinde; bireysel odak için; 0,79 toplumsal odak için; 0,79 çalışma odağı için; 0,65 ekonomik odak için; 0,78 olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler ölçeğin alt boyutlarının güvenilirliğinin iyi düzeyde olduğunu göstermektedir.

Girişimci olma korkuları ölçeğine ilişkin elde edilen Cronbach's Alpha güvenilirlik indeksi ölçek bütünü için $\alpha=0,94$ olarak elde edilmiştir. Bu değer ölçek bütünü'nün güvenilirliğinin mükemmel düzeyde olduğunu göstermektedir. Ölçeğin alt boyutları için Cronbach's Alpha güvenilirlik indeksi değerleri incelendiğinde; içsel korkular boyutu için $\alpha=0,91$ ve dışsal korkular boyutu için $\alpha=0,91$ olarak elde edilmiştir. Bu değerler ölçeğin alt boyutlarının güvenilirliğinin mükemmel düzeyde olduğunu göstermektedir.

Girişimci olma eğilimi ölçeğine ilişkin elde edilen Cronbach's Alpha güvenilirlik indeksi ölçek bütünü için $\alpha=0,85$ olarak elde edilmiştir. Bu değer ölçek bütünü'nün güvenilirliğinin mükemmel düzeyde olduğunu göstermektedir. Ölçeğin alt boyutları olmadığı için sadece bütünü ele alınmıştır.

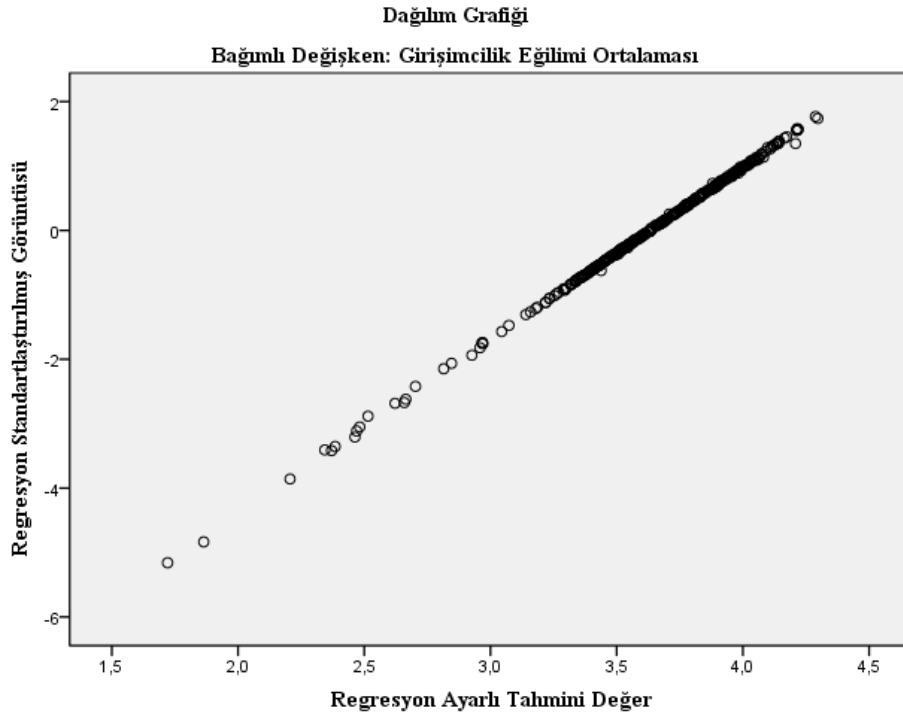
3.2 NORMALLİK TESTİ

Şekil 5'te yer alan bilgilere bakıldığında gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda birinci girişimci olma motivasyonu değişkeninde varyansı açıklama yüzdesi 1'den büyük olan 2 faktör acıktığı için ve bu durum diğer değişkenlerin boyutları içinde geçerlidir.

Ancak yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları itibariyle esas ölçeklerin al boyutlarına ulaşamadığı için ölçeklerin alındığı kaynakların alt boyut ve ifadelerine göre analizlere devam edilmiştir. Bu kapsamda girişimci olma motivasyonu ölçeği 16 ifade olup 4 faktör olarak belirlenmiştir. Her boyut 4'erli olarak ifadelere eşit bir şekilde dağılmaktadır. Bu boyutlar; çalışma odağı, bireysel odak, ekonomik odak ve toplumsal odak boyutları olarak belirlenmiştir. Diğer değişken olan girişimci olma korkuları ise 22 ifadeden oluşmaktadır. İçsel ve dışsal korku boyutu olarak 2 ye ayrılmıştır. Son değişken olan girişimci olma eğilimi ise 9 sorudan oluşmakta ve alt boyuttan oluşmamaktadır.

Dolayısıyla çalışmada faktörlerin belirlenmesinin ardından alt boyutlara ait güvenilirlik analizleri yeniden uygulanmıştır. Her bir faktörün güvenilirlik değeri Cronbach Alpha değeri aşağıdaki gibidir.

Şekil 5. Normallik Dağılım Grafiği



Çalışmada anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki boyutlarının normal dağılıma uygunluğunun incelenmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Likert tipi ölçekle elde edilen değişkenlerin normalliğini test etmek için literatürde kabul edilen bir kriter olan çarpıklık katsayısının ve basıklık katsayısının ± 2 aralığında olmasıdır (George ve Mallery, 2010). Elde edilen sonuçlara göre boyutların dağılımının normal dağılıma uygun olmadığı görülmüştür. Parametrik istatistiki analizlerin (parametrik testler) uygulanabilmesi için verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir. Bu sebeple, bu analizlere başlamadan önce verilerin, birtakım dönüştürme işlemleri uygulanarak normalleştirilmesi gerekmektedir. Normal dağılım özelliği olmadığında, herhangi bir değişkene dönüşüm işlemi uygulamak istendiğinde, söz konusu değişkenin tüm verilerine aynı işlemin uygulanması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014) Bu nedenle normal dağılmayan veriler için veri dönüştürme işlemi uygulanmıştır. Bu kapsamda verilerin karesi alınarak tekrar basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılarak veri setinin normal dağılıma uygun olduğu saptanmıştır. Çalışmada bireysel odak, toplumsal odak, çalışma odağı ve ekonomik odak boyutlarının toplam puanlarının normal dağılımda olup olmadığını belirlemek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılıp dikkate alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre boyutların dağılımının normal dağılıma uygun olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Bu sonuçlara göre tüm boyut ve alt boyutların analizinde normal dağılıma uygunluk gösteren parametrik testlerin kullanılması düşünülmüştür.

3.3 ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİNE VERİLEN CEVAPLARIN ORTALAMA VE STANDART SAPMALARI

Tablo 6. Araştırmanın Değişkenlerine Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapmaları

	Ort.	Medyan	SS	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Girişimci olma motivasyonu	4,1508	4,2500	0,6505	-1,813	4,999
Bireysel odak	4,2353	4,2500	0 ,7200	-1,623	3,880
Toplumsal odak	4,1837	4,2500	0 ,7283	-1,560	3,880
Ekonomik odak	4,2388	4,2500	0 ,7151	-1,564	3,664
Çalışma odağı	3,9455	4,0000	0 ,6843	-1,224	2,627
Girişimci olma korkuları	3,2043	3,2857	0 ,8213	-,345	-,120
İçsel korkular	3,1530	3,2222	0 ,9193	-,302	-,432
Dışsal korkular	3,2428	3,2500	0 ,8576	-,323	-,179
Girişimci olma eğilimi	3,6322	3,6667	0 ,7221	-,955	1,660

Tablo 7. Kolmogorov Smirnova Normallik Testi

	Kolmogorov-Smirnova		
	İstatistik	Sd	P
Girişimci olma motivasyonu	0,129	358	0,00
Bireysel odak	0,176	358	0,00
Toplumsal odak	0,160	358	0,00
Ekonomik odak	0,149	358	0,00
Çalışma odağı	0,149	358	0,00
Girişimci olma korkuları	0,066	358	0,01
İçsel korkular	0,077	358	0,00
Dışsal korkular	0,056	358	0,09
Girişimci olma eğilimi	0,108	358	0,00

Girişimci olma motivasyonu ölçeği, girişimci olma korkuları ölçeği ve girişimci olma eğilimi ölçeği alt boyutlarına uygulanan Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonuçlarına göre; girişimci olma motivasyonu ve alt boyutları olan bireysel odak, toplumsal odak, çalışma odağı, ekonomik odak, girişimci olma korkuları ve alt boyutları olan içsel ve dışsal korku ve girişimci olma eğilimi değişkenleri için hesaplanan olasılık (p) değerlerinin 0,05'in altında olması verilerin normal dağılıma sahip olmadığını gösterirken, verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığının belirlenmesinde sadece Kolmogorov-Smirnova testi yeterli değildir. “*Tabachnick ve Fidell’e göre Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerinin +1.5 ile -1.5 arasında olması ve aritmetik ortalama, mod, medyan değerlerinin birbirine yakın değerler olması verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.*” Bu verilere göre; girişimci olma motivasyonu ve alt boyutları olan bireysel odak, toplumsal odak, çalışma odağı, ekonomik odak, girişimci olma korkuları ve alt boyutları olan içsel ve dışsal korku ve girişimci olma eğilimi değişkenleri için tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde; bu değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olduğu ve aritmetik ortalama, medyan değerlerinin birbirine yakın değerler olduğu görülmektedir. Bu sebeple girişimci olma motivasyonu ve alt boyutları olan bireysel odak, toplumsal odak, çalışma odağı, ekonomik odak, girişimci olma korkuları ve alt boyutları olan içsel ve dışsal korku ve girişimci olma eğilimi değişkenlerinin normal dağılıma sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sebeple araştırmada; girişimci olma motivasyonu ve alt boyutları olan bireysel odak, toplumsal odak, çalışma odağı, ekonomik odak, girişimci olma korkuları ve alt boyutları olan içsel ve dışsal korku ve girişimci olma eğilimi gruplar arası farklılıkların incelenmesine ilişkin karşılaştırmalarda parametrik analizler uygulanacaktır.

3.4 KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Tablo 4’te Afyon Kocatepe üniversitesinde araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular tabloda verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

		N	%
Cinsiyet	Kadın	152	42,5
	Erkek	206	57,5
	Toplam	358	100,0
Fakülte	Fen –edebiyat	33	9,2
	Güzel sanatlar	36	10,1
	Hukuk	41	11,5
	İibf	56	15,6
	Mühendislik	42	11,7
	Spor bilimleri	37	10,3
	Teknoloji	37	10,3
	Turizm	35	9,8
	Veterinerlik	41	11,5
	Toplam	358	100,0
Gelir	1000 az	160	44,7
	1000-2000	117	32,7
	2001-3000	36	10,1
	3000-+	45	12,6
	Toplam	358	100,0
Baba çalışma durumu	Çalışıyor	123	20,4
	Çalışmıyor	235	79,6
	Toplam	358	100,0
Baba sektör	Kamu	73	20,4
	Özel	101	28,2
	Kendi işi	111	31,0
	Diğer	58	16,2
	Toplam	343	95,8
Anne çalışma durumu	Çalışıyor	123	34,4
	Çalışmıyor	235	65,6
	Toplam	358	100,0
Anne sektör	Kamu	31	8,7
	Özel	67	18,7
	Kendi işi	25	7,0
	Diğer	16	4,5
	Toplam	139	38,8

Tablo 8. (Devam) Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

		N	%
1.derece tanıdık girişimci olma durumu	Evet	145	40,5
	Hayır	213	59,5
	Toplam	358	100,0
Yakın akraba tanıdık girişimci olma durumu	Evet	236	65,9
	Hayır	122	34,1
	Toplam	358	100,0
Girişimcilik eğitimi alma durumu	Evet	63	17,6
	Hayır	295	82,4
	Toplam	358	100,0

Araştırmaya katılan 358 bireyin sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımları incelendiğinde:

Bireylerin cinsiyetlerine göre dağılımları incelendiğinde; bireylerin %42,5'i kadın, 57,5'i erkektir. Bireylerin fakültelerine bakıldığında en az 33 kişi ile fen edebiyat fakültesinden, en fazla katılım 56 kişi ile İİBF den sağlanmıştır. Katılımcıların aylık gelirleri %44,7 si 1000 TL ve altı, %32 si 1000-2000 arası %10,1 i 2001-3000 arası, %12,6'sı 3000 TL ve üzeri almaktadır. Bireylerin %79,6'sının babası çalışırken %20,4'ünün babası çalışmamaktadır. Yine katılımcıların %34,4'ünün annesi çalışırken, %65,6'sının annesi çalışmıyor olarak tespit edilmiştir. Araştırmacıların anne ve babasının çalıştığı kurum türüne bakıldığında babaların büyük çoğunluğu kendi işini yaparken anneler daha çok özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcılara yöneltilen birinci derece yakınlarınızda kendi işletmesini kuran var mı? Sorusuna %40,5'i evet %59,5'i hayır cevabını vermiştir. Yine katılımcıların yakın akraba arkadaş çevrelerinde kendi işini %65,9 kurduğu belirtilmiştir. Okul dışında girişimcilik dersini katılımcıların sadece %17,6'sı almıştır.

4. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER

Tablo 9. Korelasyon Değerlerine İlişkin Korelasyon Düzeyleri

Korelasyon Değerleri	İlişki Düzeyi
$0.00 = r_p$	İlişki yoktur
$0.00 < r_p < 0.29$	Düşük düzeyde ilişki vardır.
$0.30 < r_p < 0.69$	Orta düzeyde ilişki vardır.
$0.70 < r_p < 0.99$	Yüksek düzeyde ilişki vardır.
$1.00 = r_p$	Mükemmel düzeyde ilişki vardır"

Kaynak: Georgeve Mallery 2010.

Tablo 10. Değişkenlere ilişkin Korelasyon Değerleri

		1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)	9)
1) Girişimci motivasyon	R	1	-,005	,005	,511**	,888**	,915**	,921**	,929**	,888**
	P		,919	,925	,000	,000	,000	,000	,000	,000
2) İçsel korku	R	-,005	1	,723**	-,141**	-,022	,017	-,016	,001	-,022
	P	,919		,000	,007	,680	,755	,760	,984	,680
3) Dışsal korku	R	,005	,723**	1	-,043	-,017	,017	-,009	,026	-,017
	P	,925	,000		,417	,743	,749	,871	,620	,743
4) Girişimci eğilim	R	,511**	-,141**	-,043	1	,518**	,416**	,468**	,466**	,518**
	P	,000	,007	,417		,000	,000	,000	,000	,000
5) Girişimci korkular	R	,000	,911**	,943**	-,094	-,021	,018	-,013	,016	-,021
	P	,995	,000	,000	,077	,694	,733	,808	,760	,694
6) GM Çalışma	R	,888**	-,022	-,017	,518**	1	,742**	,749**	,765**	1
	P	,000	,680	,743	,000		,000	,000	,000	
7) GM ekonomik	R	,915**	,017	,017	,416**	,742**	1	,790**	,808**	,742**
	P	,000	,755	,749	,000	,000		,000	,000	,000
8) GM Toplumsal	R	,921**	-,016	-,009	,468**	,749**	,790**	1	,819**	,749**
	P	,000	,760	,871	,000	,000	,000		,000	,000
9) GM birey	R	,929**	,001	,026	,466**	,765**	,808**	,819**	1	,765**
	P	,000	,984	,620	,000	,000	,000	,000		,000

Çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi kullanılmıştır. Korelasyon değişkenler arasında bir ilişki olup, olmadığı varsa bu ilişkinin yönünü belirlemektedir. Bu ilişkinin zayıf, orta ve yüksek gibi ilişki gösterdiğini ortaya koymaktadır. Korelasyon katsayı r ile gösterilmektedir. Korelasyon katsayısı +1 değerine yakın olduğunda iki değişken arasında pozitif yönde bir ilişki varken; -1 değerine yakın ise iki değişken arasında negatif yönlü bir ilişki vardır. Korelasyon değerinin 0 ile 0.29 arasında olması değişkenler arasındaki ilişkinin düşük düzeyde olduğunu, 0.30 ile 0.69 arasında olması değişkenler arasındaki ilişkinin orta düzeyde olduğunu, 0.70 ile 0.99 arasında olması

değişkenler arasındaki ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir (George ve Mallery, 2010).

Girişimci olma motivasyonu, korkuları ve girişimci olma eğilimi değişkenleri ve bu değişkenlerin alt boyutlarını da ele alan pearson korelasyon testi aşağıdaki gibidir.

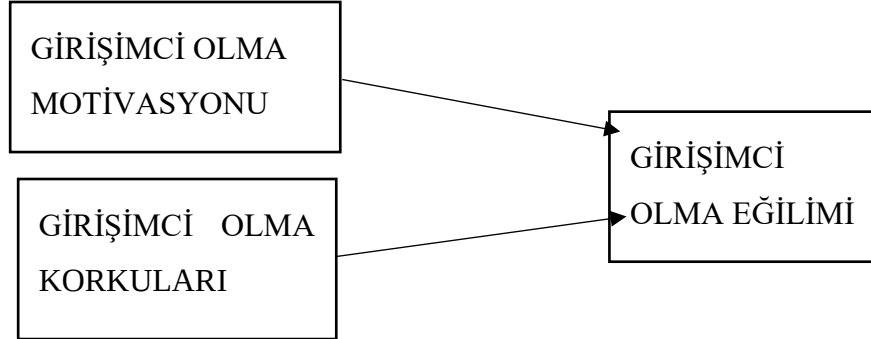
Girişimci olma motivasyonu değişkeni; içsel girişimci korkuları ile ($r=-0,05$) negatif yönde ve düşük düzeyde korelasyon gösterip, dışsal girişimci korkuları ($r=0,05$) ile pozitif yönde ve düşük düzeyde korelasyon göstermiş olup, girişimcilik eğilimi ($r=0,511$) ile pozitif yönde yüksek ve çalışma boyutu ($r=0,915$), ekonomik boyut ($r=0,921$), toplumsal boyut($r=0,929$), bireysel boyut ($r=0,888$) değişkenleri ile de pozitif yönde ve mükemmel düzeyde korelasyon göstermiştir.

Girişimci olma korkuları değişkeni; girişimcilik eğilimi ($r=-0,094$), ekonomik odak ($r=-0,013$), bireysel odak ($r=-0,021$) değişkenleri ile negatif yönde ve düşük korelasyon göstermiştir. Bunu yanında girişimci korkuları ($r=-0,21$) ile negatif yönde ve orta düzey korelasyon, girişimci motivasyonu ($r=0,00$), çalışma odağı ($r=0,018$), toplumsal odak($r=0,016$) ile pozitif yönde ve düşük düzeyde korelasyon göstermiş olup, içsel girişimci korkuları ($r=0,911$) ve dışsal girişimci korkuları ($r=0,943$) değişkenleri ile de pozitif yönde mükemmel düzeyde korelasyon göstermektedir.

Girişimci olma eğilimi değişkeni; dışsal girişimci korkuları($r=-0,043$) ile negatif yönde ve düşük düzeyde korelasyon gösterirken, içsel girişimci korkuları($r=0,141$) ile negatif yönde ve orta düzey korelasyon göstermiş olup, girişimci motivasyonu($r=0,511$), girişimci korkuları($r=0,518$), çalışma odağı($r=0,416$), ekonomik odak($r=0,468$), toplumsal odak($r=0,466$), bireysel odak($r=0,518$) değişkenleri ile de pozitif yönde ve yüksek düzeyde korelasyon göstermektedir.

4.1 ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TEST EDİLMESİ

Şekil 6. Araştırmanın Modeli



Şekil 6’da araştırmanın modeli sunulmuştur. Buna göre bağımsız değişken olan girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma korkularının, bağımlı değişken olan girişimci olma eğilimi üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Araştırmanın bu aşamasında ortaya koyduğumuz hipotezlerin test edilmesi için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi, metrik bir bağımlı değişken ile bir veya daha fazla sayıdaki değişken arasındaki bağımlılık ilişkisini incelemek amacı ile kullanılmaktadır (Dalay ve Altunışık, 2002: 178). Analize ilişkin bulgular aşağıdaki bölümlerde ele alınmıştır

Tablo 11. *Girişimci Olma Motivasyonu Ve Girişimci Olma Eğilimine İlişkin Regresyon Analizi*

	B	Standart hata β	R	R ²	Standardize edilmiş β	T	F	P
Girişimci motivasyonu	1,280	0,213	0,511	0,261	0,511	6,021	125,532	,000
Bireysel odak	1,653	0,202	0,466	0,217	0,466	8,182	98,778	,000
Çalışma odağı	1,475	,192	,518	,268	,518	7,701	130,662	,000
Toplumsal odak	1,692	,197	,468	,219	,468	8,579	99,703	,000
Ekonomik odak	1,850	,209	,416	,173	,416	8,847	74,636	,000

Tablo 11’de Girişimci olma eğiliminin girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma motivasyonu boyutlarından etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($F=125,532$; Adj. $R^2=0,261$; $p=0,000$, $p<0,05$). Genellikle 1,5-2,5 civarında Durbin Watson test değeri otokorelasyon

olmadığını gösterir (Kalaycı, 2010: 267). Durbin Watson değeri 2,009 olup analizde otokorelasyon olmadığı söylenebilir.

Girişimci olma eğilimi üzerinde girişimci olma motivasyonunun boyutlarının etkilerine bakılacak olursa;

Bireysel odak için; (F=98,778; Adj. R²=0,217; p=0,000, p<0,05).

Toplumsal odak için; (F=99,703; Adj. R²=0,219; p=0,000, p<0,05).

Ekonomik odak için; (F=74,636; Adj. R²=0,173; p=0,000, p<0,05).

Çalışma odağı için; (F=130,662; Adj. R²=0,268; p=0,000, p<0,05).

Bağımsız değişken olan girişimci olma motivasyonu boyutları ile bağımlı değişken olan girişimci olma eğilimi arasında kurulan modele göre; girişimci olma eğilimi, girişimci olma motivasyonu üzerinde meydana gelen değişimleri %26 oranında açıkladığı tespit edilmiştir (R²=0,26). Bireysel odak boyutu değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimini 1,653 oranında artırmaktadır (β =1,653; t=8,182; p=0,00; p<0,05). Toplumsal odak değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan diğerkâmlığı 1,692 artırmaktadır (β =1,692; t=8,579; p=0,00; p<0,05). Bu bağlamda H1-H1A-H1B-H1C-H1D Hipotezleri kabul edilmiş; girişimci olma motivasyonu ve alt boyutları girişimci olma eğilimini etkilemektedir (p<0,05).

Tablo 12. Girişimci Olma Korkuları Ve Girişimci Olma Eğilimine İlişkin Regresyon Analizi

	B	Standart hata β	R	R ²	Standardize edilmiş β	T	F	P
Girişimci korkuları	3,896	,153	,094	,009	,094	25,387	3,142	,007
İçsel korkular	3,983	,135	,141	,020	-,141	29,426	7,267	,007
Dışsal korkular	3,750	,150	,043	,002	-,043	25,076	,661	,417

Tablo'12 de Girişimci olma eğiliminin girişimci olma korkuları ve girişimci olma korkuları boyutlarından etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür (F=3,142; Adj. R²=0,09; p=0,007, p<0,05). Genellikle 1,5-2,5 civarında Durbin Watson test değeri oto korelasyon olmadığını gösterir (Kalaycı, 2010: 267). Durbin Watson değeri 2,009 olup analizde oto korelasyon olmadığı söylenebilir.

Girişimci olma eğilimi üzerinde girişimci olma korkuları boyutlarının etkilerine bakılacak olursa;

İçsel korku için; (F=7,267; Adj. R²=0,20; p=0,007, p<0,05).

Dışsal korku için; (F=0,661; Adj. R²=0,02; p=0,417, . (p>0.05).

Bağımsız değişken olan girişimci olma korkuları boyutları ile bağımlı değişken olan girişimci olma eğilimi arasında kurulan modele göre; girişimci olma eğilimi, girişimci olma motivasyonu üzerinde meydana gelen değişimleri %0,9 oranında açıkladığı tespit edilmiştir (R²=0,09). İçsel korku boyutu değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimini 3,983 oranında artırmaktadır (β =983; t=29,426; p=0,007; p<0,05). Dışsal korku değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan eğilimi 3,750 artırmaktadır (β =3,750; t=25,076; p=0,41; pbüyük,05). Bu bağlamda H2-H2a hipotezleri kabul edilmiş h2b hipotezi reddedilmiştir.

Girişimci olma korkuları girişimci olma eğilimini negatif yönde etkilemektedir. Girişimci olma korkuları artarken girişimci olma eğilimi azalmaktadır.

T TESTİ (H3)Girişimci olma eğilimi katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 13. Değişkenlere İlişkin Cinsiyet Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	CİNSİYET	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ MOTİVASYON	KADIN	152	4,19	0,58	1,225	0,22
	ERKEK	206	4,11	0,69		
GİRİŞİMCİ KORKU	KADIN	152	3,31	0,81	2,16	0,03
	ERKEK	206	3,12	0,82		
GİRİŞİMCİ EĞİLİMİ	KADIN	152	3,58	0,72	-1,13	0,25
	ERKEK	206	3,66	0,71		

Tablo 13'te girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin cinsiyete göre farklılaşma durumları t testi ile incelenmiştir. Buna göre girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi cinsiyete göre farklılaşmamaktadır (p>0.05). Fakat girişimci olma korkuları cinsiyete göre farklılaşmaktadır (p<0,05). Katılımcıların girişimci olma motivasyonlarına bakıldığında kadınlarda X=4,19 erkeklerde X= 4.11'dir. Buna göre kadınların girişimci olma motivasyonları erkeklere göre daha yüksektir. Girişimci olma

korkuları ise erkeklerde $X=3,12$, kadınlarda $X=3,31$; buna göre girişimci olma korkuları kadınlarda daha yüksektir. Girişimci olma eğilimi ise erkeklerde $X=3,66$ kadınlarda $X=3,58$ erkeklerin kadınlara göre girişimci olma eğilimi daha yüksektir.

Tablo 14. Değişkenlere İlişkin Anne Çalışma Durumu Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	ANNE ÇALIŞMA	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ MOTİVASYON	EVET	123	4,18	0,70	-0,66	0,50
	HAYIR	235	4,13	0,61		
GİRİŞİMCİ KORKU	EVET	123	3,17	0,91	0,56	0,57
	HAYIR	235	3,22	0,76		
GİRİŞİMCİ EĞİLİMİ	EVET	123	3,67	0,79	-0,79	0,43
	HAYIR	235	3,61	0,68		

Tablo 14'te girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin anne çalışma durumuna göre farklılaşma durumları t testi ile incelenmiştir. Buna göre girişimci olma motivasyonu, korkuları ve girişimci olma eğilimi annenin çalışma durumuna göre farklılaşmamaktadır ($p>0.05$). Buna göre katılımcıların anne çalışma durumunun girişimci olma motivasyonlarına etkisine bakılırsa; annesi çalışanların ($X=4,18$), annesi çalışmayanlara göre ($X=4,13$) girişimci motivasyonunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Girişimci korkularının anne çalışma durumuna etkilerine bakılırsa; annesi çalışanların $X=3,17$, annesi çalışmayanların ise $X=3,22$ oranlarına sahiptir. Buna göre annesi çalışmayanların girişimci olma korkuları daha yüksektir.

Girişimci olma eğiliminin annenin çalışma durumuna göre farklılaşmasına bakılırsa; girişimci olma eğilimi annesi çalışan katılımcıların ($X=3,67$), annesi çalışmayan katılımcılara ($X=3,61$) göre daha yüksektir.

Tablo 15. Değişkenlere İlişkin Baba Çalışma Durumu Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	BABA ÇALIŞMA	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ MOTİVASYON	EVET	285	4,14	0,68	0,16	0,87
	HAYIR	73	4,16	0,49		
GİRİŞİMCİ KORKU	EVET	285	3,18	0,83	0,86	0,38
	HAYIR	73	3,27	0,74		

Tablo 15. (Devam) Değişkenlere İlişkin Baba Çalışma Durumu Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	BABA ÇALIŞMA	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ EĞİLİMİ	EVET	285	3,60	0,75	1,38	0,16
	HAYIR	73	3,73	0,58		

Tablo 15’te girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin baba çalışma durumuna göre farklılaşma durumları t testi ile incelenmiştir. Buna göre girişimci olma motivasyonu, korkuları ve girişimci olma eğilimi babanın çalışma durumuna göre farklılaşmamaktadır. ($p>0.05$). Buna göre katılımcıların baba çalışma durumunun girişimci motivasyonlarına etkilerine bakılırsa; babası çalışmayanların ($X=4,16$), babası çalışanlara göre ($X=4,14$) girişimci motivasyonunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun kişilerin ve ailelerinin içinde bulundukları ekonomik durumu daha iyileştirmek için girişimci motivasyonlarını yükselttiği sonucu çıkarılabilir.

Girişimci korkularının babanın çalışma durumuna etkilerine bakılırsa; babası çalışanlar $X=3,18$ babası çalışmayanların ise $X=3,27$ oranlarına sahiptir. Buna göre babası çalışmayanların girişimci olma korkuları daha yüksektir.

Girişimci olma eğiliminin babanın çalışma durumuna göre farklılaşmasına bakılırsa; girişimci olma eğilimi ($X=3,60$) babası çalışanlara göre, babası çalışmayan katılımcılarda ($X=3,73$) daha yüksektir.

Tablo 16. Değişkenlere İlişkin 1. Derece Tanıdıkların İşletmesini Kurma Durumu Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	1. DERECE GİRİŞİMCİ	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ MOTİVASYON	EVET	145	4,19	0,72	-0,99	0,32
	HAYIR	213	4,12	0,59		
GİRİŞİMCİ KORKU	EVET	145	3,18	0,83	0,86	0,38
	HAYIR	213	3,27	0,74		
GİRİŞİMCİ EĞİLİMİ	EVET	145	3,69	0,70	-1,37	0,17
	HAYIR	213	3,58	0,73		

Tablo 16’da girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin 1. derece yakınların kendi işletmesini kurma durumuna göre farklılaşma durumları t testi ile incelenmiştir. Buna göre girişimci olma motivasyonu, korkuları ve girişimci olma eğilimi

1. derece yakınların kendi işletmesini kurma durumuna göre farklılaşmamaktadır ($p>0.05$).

Girişimci olma motivasyonu, katılımcıların ($X=4,19$) 1. derece aile yakınlarından kendi işletmesini kuranlarda daha yüksektir.

Girişimci olma korkuları ise, ($X=3,27$) 1. derece aile yakınlarından kendi işletmesini kurmayan bireylerde daha yüksektir.

Girişimci olma eğilimi ise 1. derece aile yakınlarından kendi işletmesini kuranlarda ($X=3,69$) daha yüksektir. 1. derece yakınlarından kendi işletmesini kurmayanların oranı ise ($X=3,58$)'dir.

Tablo 17. Değişkenlere İlişkin Yakın Çevre Tanıdıkların İşletmesini Kurma Durumu Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	YAKINÇEV GİRİŞİMCİ	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ MOTİVASYON	EVET	236	4,17	0,62	-1,023	0,30
	HAYIR	122	4,10	0,69		
GİRİŞİMCİ KORKU	EVET	236	3,09	0,83	3,68	0,00
	HAYIR	122	3,42	0,76		
GİRİŞİMCİ EĞİLİMİ	EVET	236	3,65	0,71	-0,92	0,35
	HAYIR	122	3,58	0,73		

Tablo17 de girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin yakın çevre tanıdıkların kendi işletmesini kurma durumuna göre farklılaşma durumları t testi ile incelenmiştir. Buna göre girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi yakın çevre tanıdıkların kendi işletmesini kurma durumuna göre farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

Fakat girişimci olma korkuları yakın çevre tanıdıkların kendi işletmesini kurma durumuna göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Buna göre girişimci olma korkuları yakın çevre tanıdıkların kendi işletmesini kurma durumunda azalmaktadır.

Girişimci olma motivasyonu, katılımcıların ($X=4,17$) yakın çevrelerinde kendi işletmesini kuranlarda daha yüksektir.

Girişimci olma korkuları ise, ($X=3,42$) yakın çevrelerinde kendi işletmesini kurmayan bireylerde daha yüksektir.

Girişimci olma eğilimi ise yakın çevrelerinde kendi işletmesini kuran bireylerde ($X= 3,65$) daha yüksektir. Yakın çevrelerinde kendi işletmesini kurmayan bireylerin oranı ise($X=3,58$)’dir.

Tablo 18. Değişkenlere İlişkin Girişimcilik Eğitimi Alma Durumu Faktörünün T Testi Analizi

ÖLÇEKLER	GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ	N	X	SS	T	P
GİRİŞİMCİ MOTİVASYON	EVET	63	4,31	0,54	-2,18	0,03
	HAYIR	295	4,11	0,66		
GİRİŞİMCİ KORKU	EVET	63	2,80	0,95	4,30	0,00
	HAYIR	295	3,28	0,76		
GİRİŞİMCİ EĞİLİMİ	EVET	63	3,75	0,63	-1,46	0,14
	HAYIR	295	3,60	0,73		

Tablo 18’de girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin okul dışında alınan girişimcilik eğitimi durumuna göre farklılaşma durumları t testi ile incelenmiştir. Buna göre girişimci olma motivasyonu ve korkuları okul dışında alınan girişimcilik eğitimi durumuna göre farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Buna göre okul dışında alınan girişimcilik dersleri bireylerin girişimci olma korkularını azaltmakta ve girişimci olma motivasyonlarını artırmaktadır. Diğer yandan girişimci olma eğilimi okul dışında alınan girişimcilik dersleri durumuna göre farklılaşmamaktadır ($p>0.05$).

Girişimci olma motivasyonu, katılımcılardan ($X= 4,31$) okul dışında girişimcilik dersi alanlarda daha yüksektir.

Girişimci olma korkuları ise, ($X=3,28$) okul dışında girişimcilik dersi almayanlar daha yüksektir.

Girişimci olma eğilimi ise okul dışında girişimcilik dersi alanlarda ($X= 3,75$) daha yüksektir. Okul dışında girişimcilik dersi almayan bireylerin oranı ise($X=3,60$) tır.

Tablo 19. Değişkenlere İlişkin Yaş Durumu Faktörünün Anova Analizi

Ölçek	Yaş	N	X	SS	Varyans kaynağı	Kareler Toplam	SD	Kareler ort	F	P
Girişimci Motivasyon	17-25	337	4,16	0,63	Grup arası: Grup içi: Toplam:	1,24 149,82 151,07	2 355 357	0,62 0,42	1,47	0,22
	26-33	18	3,90	0,88						
	34-41	3	4,00	0,67						
	41-+	-	-	-						
	Toplam	358	4,15	0,65						
Girişimci Korku	17-25	337	3,21	0,81	Grup arası: Grup içi: Toplam:	1,28 239,53 240,82	2 355 357	0,64 0,67	0,95	0,38
	26-33	18	2,96	0,97						
	34-41	3	3,49	0,41						
	41-+	-	-	-						
	Toplam	358	3,20	0,82						
Girişimci Eğilim	17-25	337	3,64	0,72	Grup arası: Grup içi: Toplam:	0,65 185,50 186,15	2 355 357	0,32 0,52	0,62	0,53
	26-33	18	3,48	0,61						
	34-41	3	3,37	1,05						
	41-+	-	-	-						
	Toplam	358	3,63	0,72						

Tablo 19’da girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin yaş durumuna göre farklılaşma durumları anova testi ile incelenmiştir. Tablo da incelendiğinde katılımcıların yaşlarına göre anlamlılık boyutu puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0.05$). Araştırmaya 41 ve üzeri yaşta olan bireyler katılmamıştır. Girişimci olma motivasyonunun katılımcıların yaş faktörüne göre etkilerine bakıldığında 26-33 yaş arası katılımcıların ($X=0,88$) girişimci motivasyonlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca 17-25 Yaş arası katılımcıların ($X=0,63$) girişimci olma motivasyonları daha düşüktür.

Girişimci olma korkuları katılımcılardan 34-41 yaş arasında daha yüksektir ($X=3,49$). En düşük olduğu yaş ise 26-33 yaş arasındadır ($X=2,96$).

Girişimci olma eğilimi en yüksek olan yaş aralığı ise 17-25 yaş arasındır ($X=3,64$).

En düşük olduğu yaş aralığı ise, 34-41 olarak belirlenmiştir ($X=3,37$).

Tablo 20. Değişkenlere İlişkin Sınıf Faktörünün Anova Analizi

Ölçek	Sınıf	N	X	SS	Varyans kaynağı	Kareler Toplam	SD	Kareler ort	F	P
Girişimci Motivasyon	1.Sınıf	45	4,16	0,74	Grup arası: Grup içi: Toplam:	1,21 149,85 151,07	4 353 357	0,304 0,42	0,71	0,58
	2.sınıf	143	4,15	0,59						
	3.sınıf	75	4,14	0,61						
	4.sınıf	76	4,20	0,60						
	5+sınıf	19	3,92	1,05						
	toplam	358	4,150	0,65						
Girişimci korku	1.sınıf	45	3,24	0,86	Grup arası: Grup içi: Toplam:	4,90 235,91 240,82	4 353 357	1,22 0,66	1,83	0,12
	2.sınıf	143	3,17	0,79						
	3.sınıf	75	3,06	0,87						
	4.sınıf	76	3,39	0,75						
	5+.sınıf	19	3,06	0,89						
	toplam	358	3,20	0,82						
Girişimci eğilim	1.sınıf	45	3,38	0,87	Grup arası: Grup içi: Toplam:	6,29 179,85 186,155	4 353 357	1,57 0,51	3,09	0,16
	2.sınıf	143	3,65	0,58						
	3.sınıf	75	3,74	0,67						
	4.sınıf	76	3,71	0,75						
	5+sınıf	19	3,30	1,07						
	toplam	358	3,63	0,72						

Tablo 20’de girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin sınıf durumuna göre farklılaşma durumları anova testi ile incelenmiştir.

Buna göre girişimci olma motivasyonu, korkuları ve girişimci olma eğilimi katılımcıların sınıfına göre farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

Girişimci olma motivasyonları 4. Sınıflarda daha yüksektir ($X=4,20$). En düşük olduğu sınıf ise 5. Sınıf ve üzerindeki araştırmacılar olduğu tespit edilmiştir ($X=3,92$).

Girişimci olma korkularına bakıldığında ise, 4. Sınıf öğrencilerinde daha yüksektir ($X=3,39$). Girişimci olma korkuları en düşük olanlar ise $X=3,06$ ortalama ile 3. Sınıf öğrencileri ve 5. Sınıf ve üzeri öğrenciler olduğu tespit edilmiştir.

Girişimci olma eğilimi ise; 3.sınıflarda daha yüksektir ($X=3,74$). En düşük ise 5.sınıf ve üzeri öğrencilerde olduğu tespit edilmiştir ($X=3,30$).

Tablo 21. Değişkenlere İlişkin Kalınan Yer Faktörünün Anova Analizi

Ölçek	Kalınan yer	N	X	SS	Varyans kaynağı	Kareler Toplam	SD (Df)	Kareler ort	F	P
Girişimci Motivasyon	Ev	155	4,13	0,72	Grup arası: Grup içi: Toplam:	0,51 150,56 151,07	2 355 357	0,25 0,42	0,60	0,54
	Yurt	177	4,14	0,57						
	Aile yanı	26	4,28	0,67						
	Toplam	358	4,15	0,65						
Girişimci korku	Ev	155	3,07	0,84	Gruparası: Grup içi: Toplam:	3,36 235,45 240,82	2 355 357	2,68 0,66	4,04	0,018
	Yurt	177	3,32	0,78						
	Aile yanı	26	3,12	0,80						
	Toplam	358	3,20	0,82						
Girişimci eğilim	Ev	155	3,70	0,70	Gruparası: Grup içi: Toplam:	1,40 184,75 186,15	2 355 357	0,70 0,52	1,34	0,26
	Yurt	177	3,57	0,69						
	Aile yanı	26	3,61	0,95						
	Toplam	358	3,63	0,72						

Tablo 21’de girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin katılımcıların nerde kaldıkları durumuna göre farklılaşma durumları anova testi ile incelenmiştir.

Girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi katılımcıların kaldıkları yere göre farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Fakat girişimci olma korkuları katılımcıların kaldıkları yere göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Girişimci olma motivasyonu ailesi ile yaşayanlarda ($X=4,28$) daha yüksek olup, evde kalanlarda ($X=4,13$) daha düşüktür.

Girişimci olma korkuları, yurttan kalan bireylerde ($X=3,32$) daha yüksek olup, evde kalan bireylerde daha düşüktür ($X=3,07$).

Girişimci olma eğilimi ise; evde kalanlarda (X=3,70) daha yüksek olup, yurttan kalanlarda daha düşüktür (X=3,57).

Tablo 22. Değişkenlere İlişkin Gelir Faktörünün Anova Analizi

Ölçek	Gelir	N	X	SS	Varyans kaynağı	Kareler Toplam	SD	Kareler ort	F	P
Girişimci Motivasyon	1000tl az	160	4,07	0,63	Grup arası: Grup içi: Toplam:	3,64 147,42 151,07	3 354 357	1,21 0,41	2,91	0,03
	1000-2000	117	4,24	0,53						
	2001-3000	36	4,02	0,98						
	3001-+	45	4,29	0,61						
	Toplam	358	4,15	0,65						
Girişimci korku	1000tl az	160	3,41	0,74	Grup arası: Grup içi: Toplam:	14,407 226,41 240,82	3 353 357	4,80 0,64	7,50	0,00
	1000-2000	117	3,08	0,79						
	2001-3000	36	2,86	0,85						
	3001-+	45	3,02	0,94						
	Toplam	358	3,20	0,82						
Girişimci eğilim	1000tl az	160	3,59	0,67	Grup arası: Grup içi: Toplam:	3,16 182,98 186,15	3 354 357	1,05 0,51	2,04	0,10
	1000-2000	117	3,68	0,69						
	2001-3000	36	3,42	0,89						
	3001-+	45	3,79	0,77						
	Toplam	358	3,63	0,72						

Tablo 22’de girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin katılımcıların gelir durumuna göre farklılaşma durumları anova testi ile incelenmiştir. Girişimci olma eğilimi katılımcıların gelirine göre farklılık göstermemektedir ($p>0.05$). Fakat girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma korkuları katılımcıların gelirine göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Girişimci olma motivasyonu aylık geliri 3000 TL ve üzeri olanlarda (X=3,41) daha yüksek olup, 2001-3000 TL olanlarda (X=2,86) daha düşüktür.

Girişimci olma korkuları, 1000 TL ve altı alan bireylerde($X=3,32$) daha yüksek olup, 2001-3000 TL arası alan bireylerde daha düşüktür ($X=3,07$).

Girişimci olma eğilimi ise; aylık geliri 3001 TL ve üzeri olanlarda ($X=3,79$) daha yüksek olup, 2001-3000 TL arası olanlarda daha düşüktür ($X=3,42$).

Tablo 23. Değişkenlere İlişkin Fakülte Faktörünün Anova Analizi

Ölçek	Fakülte	N	X	SS	Varyans Kaynağı	Kareler Toplam	SD	Kareler Ort	F	P
Girişimci Motivasyon	Fen-Ed	33	4,13	0,55	Grup Arası: Grup İçi: Toplam:	4,15 146,92 151,07	8 349 357	0,51 0,42	1,23	0,27
	Güzel S	36	4,18	0,61						
	Hukuk	41	4,13	0,91						
	İibf	56	4,29	0,55						
	Mühend	42	4,01	0,74						
	Spor Bil	37	4,02	0,81						
	Teknol	37	4,23	0,41						
	Turizm	35	4,29	0,37						
	Veterin	41	4,01	0,63						
	Toplam	358	4,15	0,65						
Girişimci Korku	Fen-Edb	33	3,31	0,71	Grup Arası: Grup İçi: Toplam:	16,69 224,12 240,82	8 349 357	2,08 0,64	3,24	0,00
	Güzel S	36	3,13	0,81						
	Hukuk	41	3,31	0,84						
	İibf	56	3,22	0,88						
	Mühend	42	2,90	0,79						
	Spor Bil	37	3,01	0,87						
	Teknol	37	3,06	0,78						
	Turizm	35	3,73	0,62						
	Veterin	41	3,20	0,77						
	Toplam	358	3,20	0,82						

Tablo 23. (Devam) Değişkenlere İlişkin Fakülte Faktörünün Anova Analizi

Ölçek	Fakülte	N	X	SS	Varyans Kaynağı	Kareler Toplam	SD	Kareler Ort	F	P
Girişimci Eğilim	Fen Edb	33	3,49	0,63	Grup Arası: Grup İçi: Toplam:	7,85 178,30 186,15	8 349 357	0,98 0,51	1,92	0,05
	Güzel S	36	3,71	0,87						
	Hukuk	41	3,29	0,93						
	İibf	56	3,77	0,67						
	Mühend	42	3,61	0,68						
	Spor Bil	37	3,63	0,75						
	Teknol	37	3,78	0,52						
	Turizm	35	3,64	0,78						
	Veterin	41	3,68	0,41						
	Toplam	358	3,63	0,72						

Tablo 23'te girişimci motivasyonu, korkuları ve eğilimi değişkenlerinin katılımcıların fakülte durumuna göre farklılaşma durumları anova testi ile incelenmiştir. Girişimci olma motivasyonu katılımcıların fakültelerine göre farklılık göstermemektedir ($p>0.05$). Fakat girişimci olma korkuları ve girişimci olma eğilimi katılımcıların fakültelerine göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Girişimci olma motivasyonu ($X=4,29$) daha yüksek olan fakülteler İİBF ve Turizm fakültesidir. Girişimci olma motivasyonu en düşük olan fakülteler ise Veterinerlik ve Mühendislik olarak belirlenmiştir ($X=4,01$). Girişimci olma korkuları ($X=3,31$) daha yüksek olan fakülteler Fen Edebiyat ve Hukuk fakültesidir. Girişimci olma korkuları en düşük olan fakülte ise Mühendislik fakültesidir. ($X=2,90$) Girişimci olma eğilimi yüksek olan fakülte Teknoloji fakültesidir ($X=3,78$) diğer bir fakülte ise İİBF'dir ($X=3,77$). Girişimci olma eğilimi en düşük olan fakülteler ise ($X=3,29$) Hukuk ve Fen-Edebiyat ($X=3,49$) fakülteleridir.

H6-H7 hipotezleri ve bu hipotezlerin Pearson Korelasyon testleri aşağıdaki şekilde yorumlanmıştır.

H6: Girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H7: Girişimci olma korkusu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 24. *Girişimci Olma Motivasyonu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Cinsiyete Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi*

Değişken	Cinsiyet	Pearson correlation	P	N
Girişimci Motivasyon	Kadın	0,38	0,00	152
Girişimci eğilimi	Erkek	0,64	0,00	206

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki cinsiyete göre farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Bu ilişki pozitif yönlü ve orta düzeydedir ($r > 0,30$) Girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki ($r = 0,64$) erkeklerde kadınlara ($r = 0,38$) göre daha yüksektir.

Tablo 25. *Girişimci Olma Motivasyonu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Girişimcilik Eğitimi Alma Durumuna İlişkin Pearson Korelasyon Analizi*

Değişken	Girişimcilik eğitimi	Pearson correlation	P	N
Girişimci Motivasyon	Evet	0,489	0,00	63
Girişimci eğilimi	Hayır	0,509	0,00	295

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki okul dışında alınan girişimcilik eğitimine göre farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Bu ilişki pozitif yönlü ve orta düzeydedir ($r > 0,30$).

Tablo 26. *Girişimci Olma Motivasyonu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Yaş Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi*

Değişken	Yaş	Pearson correlation	P	N
Girişimci olma Motivasyonu ve Girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki yaşa göre farklılık göstermektedir.	17-25	0,493	0,00	337
	26-33	0,766	0,00	18
	34-41	0,998	0,043	3

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki yaşa göre farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Bu ilişki 17-25 yaş arasında pozitif yönlü ve orta düzeydedir ($r > 0,30$), 26-33 yaş ve 34-41 yaş arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde bir ilişki vardır. Bu durumda girişimci olma motivasyonu ve

girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki 34-41 yaş arasında daha yüksektir. Buna karşılık 17-25 yaş arasında daha düşüktür.

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma motivasyonu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermemiş olup araştırma tablolarına yukarıdaki kadarı ile yer verilmiştir.

Tablo 27. *Girişimci Olma Korkusu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Cinsiyet Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi*

Değişken	Cinsiyet	Pearson correlation	P	N
Girişimci korku	Kadın	0,051	0,532	152
Girişimci eğilimi	Erkek	-0,190	0,006	206

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma korkusu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki kadınlarda farklılık göstermezken ($p>0,05$); erkeklerde farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Erkeklerde bu ilişki negatif yönde ve zayıf iken ($r=-0,190$) kadınlarda bu ilişki pozitif yönde ve zayıftır ($r=0,051$).

Tablo 28. *Girişimci Olma Korkusu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Girişimcilik Eğitimi Alma Durumuna İlişkin Pearson Korelasyon Analizi*

Değişken	Girişimcilik eğitimi	Pearson correlation	P	N
Girişimci Korku	Evet	-0,454	0,00	63
Girişimci eğilimi	Hayır	0,007	0,909	295

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma korkusu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki okul dışında alınan girişimcilik dersi alanlarda farklılık gösterirken ($P<0,05$), ders almayanlarda farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Bu ilişki okul dışında girişimcilik dersi alanlarda negatif yönlü ve yüksek düzeydedir ($r=-0,454$; $r_{0,30}<r<0,69$). Ders almayanlarda ise pozitif yönlü ve orta düzeydedir ($r=0,007$; $r_{0,00}<r<0,29$).

Tablo 29. Girişimci Olma Korkusu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Yaş Faktörüne İlişkin Pearson Korelasyon Analizi

Değişken	Yaş	Pearson correlation	P	N
Girişimci olma korkusu ve Girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki yaşa göre farklılık göstermektedir.	17-25	-0,082	0,134	337
	26-33	-0,470	0,049	18
	34-41	0,876	0,320	3

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma korkusu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki 26-33 yaş arasında farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Buna nazaran 17-25 ve 34-41 yaş arasında bir farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$).

Bununla birlikte 17-25 yaş arasında negatif yönlü ve düşük bir düzeyde ilişki vardır ($r = -0,082$; $r < 0,30$).

26-33 yaş arasında negatif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır ($r = -0,470$; $r_{0,30} < r_x < 0,69$).

34-41 yaş arasında ise pozitif yönlü ve yüksek düzeyde bir ilişki vardır ($r = 0,876$; $r_{0,70} < r_x < 0,99$).

Yapılan analiz sonuçlarına göre girişimci olma korkusu ve girişimci olma eğilimi arasındaki ilişki diğer demografik özelliklere göre farklılık göstermemiş olup araştırma tablolarına yukarıdaki kadarına yer verilmiştir.

4.2 ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNE İLİŞKİN SONUÇLAR

H1: Girişimci Olma Motivasyonu Girişimci Olma Eğilimi etkilemektedir	KABUL
H1A: Girişimci Olma Motivasyonunun Bireysel Odak Boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.	KABUL
H1B: Girişimci Olma Motivasyonunun toplumsal Odak Boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.	KABUL
H1C: Girişimci Olma Motivasyonunun çalışma Odak Boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.	KABUL

H1D: Girişimci Olma Motivasyonunun ekonomik Odak Boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.	KABUL
H2: Girişimci Olma Korkuları Girişimci Olma Eğilimini etkilemektedir.	KABUL
H2A: Girişimci Olma korkularının içsel Boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir.	KABUL
H2B: Girişimci Olma korkularının dışsal Boyutu girişimci olma eğilimini etkilemektedir	KABUL
H3: Girişimci Olma Eğilimi Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermektedir:	KISMEN KABUL
H4: Girişimci Olma Motivasyonu Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermektedir	KISMEN KABUL
H5: Girişimci Olma Korkusu Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermektedir	KISMEN KABUL
H6: Girişimci Olma Motivasyonu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişki Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermektedir.	RED
H7: Girişimci Olma Korkusu Ve Girişimci Olma Eğilimi Arasındaki İlişki Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermektedir.	RED

SONUÇ

Girişimci özellikleri ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkileri ölçen birçok çalışma vardır. Ancak birkaç çalışma dışında farklı ülkelerdeki öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri, motivasyonları ve iş yaratmanın önündeki algılanan engellerdeki farklılıkları inceleyen çok az çalışma vardır. Bu nedenle çalışmanın Türkiye ve Afyonkarahisar ölçeğinde üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti, motivasyonu ve engelleri bakımından durumunun belirlenmesi diğer ülkelerde yapılan araştırmalarla karşılaştırma yaparak farklılıkları ya da benzerlikleri ortaya çıkarabilme bakımından literatüre katkı sağlayabilecektir.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerin girişimci olma motivasyonları ve korkularının üzerinde durulmuş, bu faktörlerin öğrencilerin girişimci olma eğilimi üzerine etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın en temel bulgusuna göre bireylerin girişimci olma motivasyonları arttıkça girişimci olma korkuları azalmakta ve girişimci olma eğilimleri yükselmektedir. Araştırmaya bu noktadan bakıldığında öğrencileri girişimci olmaya motive eden unsurların üzerinde durulması ve bireylerin girişimci olma eğilimi ile ilgili konular üzerinde hem bireysel hem toplumsal hem de kamusal girişimcilik faaliyetlerinin artırılması büyük önem arz etmektedir. Bir diğer husus ise bireylerin girişimci olma korkularının araştırılması ve bireylerdeki korkuların azaltılması ya da ortadan yok edilmesi doğrultusundaki araştırmalar da girişimcilik eğiliminin gelişiminde önemli ve belirleyici bir konudur bu bağlamda (Choo ve Wong, 2006, s. 49) Girişimci adaylarının, girişimci olma motivasyonu konusunda karşılaştıkları girişimci olma engelleri ile girişimci olma eğilimi arasında bir bağ olduğunu savunmaktadır.

Girişimci olma motivasyonu değişkeni; içsel girişimci korkuları ile negatif yönde ve düşük düzeyde korelasyon gösterip, dışsal girişimci korkuları ile pozitif yönde ve düşük düzeyde korelasyon göstermiş olup, girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde yüksek ve çalışma boyutu ekonomik boyut, toplumsal boyut, bireysel boyut değişkenleri ile de pozitif yönde ve mükemmel düzeyde korelasyon göstermiştir.

Girişimci olma korkuları değişkeni; girişimcilik eğilimi ekonomik odak, bireysel odak değişkenleri ile negatif yönde ve düşük korelasyon göstermiştir. Bunu yanında girişimci korkuları ile negatif yönde ve orta düzey korelasyon, girişimci motivasyonu çalışma odağı toplumsal odak ile pozitif yönde ve düşük düzeyde korelasyon göstermiş

olup, içsel girişimci korkuları ve dışsal girişimci korkuları değişkenleri ile de pozitif yönde mükemmel düzeyde korelasyon göstermektedir.

Girişimci olma eğilimi değişkeni; dışsal girişimci korkuları ile negatif yönde ve düşük düzeyde korelasyon gösterirken, içsel girişimci korkuları ile negatif yönde ve orta düzey korelasyon göstermiş olup, girişimci motivasyonu girişimci korkuları, çalışma odağı, ekonomik odak toplumsal odak, bireysel odak değişkenleri ile de pozitif yönde ve yüksek düzeyde korelasyon göstermektedir.

Bağımsız değişken olan girişimci olma motivasyonu boyutları ile bağımlı değişken olan girişimci olma eğilimi arasında kurulan modele göre; girişimci olma eğilimi, girişimci olma motivasyonu üzerinde meydana gelen değişimleri %26 oranında açıkladığı tespit edilmiştir ($R^2=0,26$). Bireysel odak boyutu değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimini 1,653 oranında artırmaktadır. Toplumsal odak değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan diğerkâmlığı 1,692 artırmaktadır. Bu bağlamda girişimci olma motivasyonu ve alt boyutları girişimci olma eğilimini etkilemektedir ($p<0,05$).

Bağımsız değişken olan girişimci olma korkuları boyutları ile bağımlı değişken olan girişimci olma eğilimi arasında kurulan modele göre; girişimci olma eğilimi, girişimci olma motivasyonu üzerinde meydana gelen değişimleri %0,9 oranında açıkladığı tespit edilmiştir ($R^2=0,09$). İçsel korku boyutu değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimini 3,983 oranında artırmaktadır. Dışsal korku değişkeninin bir birimlik artışı bağımlı değişken olan eğilimi 3,750 artırmaktadır. Girişimci olma korkuları girişimci olma eğilimini negatif yönde etkilemektedir. Girişimci olma korkuları artarken girişimci olma eğilimi azalmaktadır. Shinnar vd., (2012) ve Sandhu Sidique ve Riaz (2011) ile benzer sonuçlar göstermektedir (Marangoz & Aydın, 2018).

Araştırmanın diğer sonuçlarına bakıldığında, bireylerin girişimcilik eğilimini artıran unsurların başında finansal etmenler geldiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan ise sahip olunan yaratıcı yetenekleri değerlendirmek ve istihdam sağlamak gibi unsurların girişimci olma motivasyonunu yükselttiği tespit edilmiştir (Samuel vd., 2013).

Fatoki ve Chindoga (2012) ise iyi bir fikre sahip olmamak en önemli bariyer olarak görülürken birikim olmaması ikinci sırada gelmektedir. Patzelt ve Shepherd (2011) ise girişimci korkularını kişilerin duygu durumlarıyla ilişkili olduğunu savunmaktadır. Bu

noktada da maddi koşulların önemli bir engel olarak değerlendirildiği görülebilir. Sandhu ve Sidique (2011) erkek öğrencilerin kadınlara göre daha yüksek girişimcilik niyetine sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmamızda da bu bulgular desteklenmektedir. Bununla birlikte çalışmadaki bir diğer önemli bulgu ise kadınların girişimcilik korkuları ilişkin algılarının erkeklere göre daha yüksek olduğudur. Bu sonuç Wagner (2007) ve Köllinger vd. (2013) ile aynı sonuçları göstermektedir. Bu durum kadınların, en azından algı seviyesinde, iş yaşamına giriş engellerine ilişkin olumsuz durumun girişimcilik özelinde de görüldüğü şeklinde değerlendirilebilir.

Annesi çalışanların annesi çalışmayanlara göre girişimci motivasyonunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Babası çalışmayanların babası çalışanlara göre girişimci motivasyonunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Girişimci korkuları yakın çevre tanıdıklarından kendi işletmesini kuran bireylerde azalmaktadır.

Buna göre girişimci olma motivasyonu ve korkuları okul dışında alınan girişimcilik eğitimi durumuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre okul dışında alınan girişimcilik dersleri bireylerin girişimci olma motivasyonlarını artırırken girişimci olma eğilimlerini azaltmaktadır.

Girişimci olma korkuları ve girişimci olma eğilimi katılımcıların fakültelerine göre farklılık göstermektedir. Girişimci olma motivasyonu daha yüksek olan fakülteler İİBF ve Turizm fakültesidir. Girişimci olma motivasyonu en düşük olan fakülteler ise Veterinerlik ve Mühendislik olarak tespit edilmiştir.

Bu durum, işletme bölümü müfredatının girişimcilik ve işletmecilik ile ilgili derslere sahip olması ve bu bölüm öğrencilerinin girişimcilik ile ilgili derslere ve eğitimlere katılmaları ile açıklanabilir. Dolayısıyla bu bulgular, girişimcilik ile ilgili farkındalığın geliştirilmesinin girişimcilik niyetine olumlu yönde etki edeceğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Ekici ve Turan (2017: 213), benzer şekilde girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine olumlu yönde etkisine vurgu yaparken girişimcilik ders müfredatlarının iyileştirilmesi, uygun girişimcilik eğitimi programlarının düzenlenmesi, girişimcilik ile ilgili derslerin eğitimin ilk dönemlerinden itibaren yer alması, üniversite ve diğer kurumlarda girişimciliği teşvik etme yönünde faaliyetler düzenlenmesi yönünde önerilerde bulunmaktadırlar. Bu bağlamda devlet ve üniversiteler girişimciliği teşvik etmek için birlikte çalışmaya devam etmelidir. Devlet, yeni girişimciler için altyapı,

imkân ve destek sağlarken üniversiteler de bu girişimleri başlatacak olan girişimcileri yetiştirmekte ve motive etmektedir (Robertson, 2003: 314). Özellikle girişimci olma eğilimi ile çeşitli üniversitelerde farklı çalışmalar: (Balkan, 2017; Kuzu, 2018; Damar, 2015; Tas, 2016; Karakaş, 2012; Kazaferoğlu, 2017; Özcan, 2019; Rençber, 2019; Koç, 2016; Özbay, 2016; Doğan, 2018) çalışmalar Afyon Kocatepe Üniversitesindeki Çalışma ile benzer sonuçlar vermektedir.

Bu araştırma Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencileri ile kısıtlı olduğu için araştırma sonuçları potansiyel girişimci adayları olan, tüm üniversite öğrencilerine genelleme yapılamaz. Fakat bu çalışma girişimci olma motivasyonu ve korkularının Girişimci olma eğilimi üzerine etkileri konu alınarak yapılabilecek başka çalışmalara ışık tutabilir. Bundan sonraki araştırmalarda Türkiye ve dünyadaki diğer potansiyel girişimci adaylarına da yönelik yapılarak, daha büyük bir örneklem seçilerek, elde edilen sonuçlar üniversiteler arası ya da ülkeler arası sonuçlara göre karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- TDK, (2021). Genel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 15.01.2021).
- A. Bandura, A. (. (1977). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191. .
- A.Sandybayev. (2017). Entrepreneurial Motivations As Determinants Of Youth Entrepreneurship Challenges: A Case Of Business College İn Uae. *International Conference On Education And Workplace Development At Hct Abu Dhabi's Women's College, Uae*, 14(1), 14-28.
- Ağca, V., ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik Ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı.29, Ss. 83-112 .
- Akel, S., ve Akarsu, G. (2001). *İşletme Yönetiminde Liderin Fonksiyonları Ve Etkinliği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi.
- Aksoy, B., Koçancı, M., ve Namal, M. K. (2019). Girişimcilik Motivasyonu:Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları Örneği. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F*, 26/1 109-129.
- Aktürk, E. (2012). *Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi*, Düzce Üniversitesinde Bir Araştırma. Düzce: Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Alıcı, A. (2008). *Hayata Yönveren Öyküler*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Altuntaş, B. (2012 Age25). *Otobüsten İndim Bmv'ye Bindim*. İstanbul: Destek Yayın Ev.
- Antalyalı, Ö. L., ve Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (Tmk) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik Ve Geçerlik Analizi. *Aibü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 83-114.
- Apospori, E., Papalexandris, N., ve Galanaki, E. (2015). Entrepreneurial And Professional Ceo!S, Differences İn Motive And Responsibility Profile. *Leadership And Organization Development Journal*, Vol 26, No.2, 141-162.
- Apospori, E., Papalexandris, N., ve Galanaki, E. (2015). Entrepreneurial And Professional Ceo!S, Differences İn Motive And Responsibility Profile. *Leadership And Organization Development Journal*, 141-162.
- Aracıoğlu, Y. D., Demirhan, D. D., Tatarlar, A. G., ve Zalluhoğlu, A. G. (2016). *Tüm Boyutlarda Girişimcilik*. İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Arenius, P., ve Minniti, M. (2005). Perceptual Variables And Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24: 233-247.
- Arslan, E. T. (2018). Girişimcilerde Yaşanan Başarısızlık Korkusu. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Geybulla Ramazanoğlu Özel Sayısı, S.707-725.
- Asar, F. (2019). *Girişimcilerin İşkurma Motiasyon Nedenlerinin Araştırılması Ve Taksonomisi:Karabük İli Örneği*. Karabük: Karabük Üniversitesi.
- Ateş, M. R. (2009). *Şirket Doktoru*. İstanbul: Hayat Yayıncılık Sf.195.
- Atkinson. (1957). Motivational Determinants Of Risk-Taking Behaviour. *Psychological Review*, , 64, 359-372 Sf 360.
- Atkinson, J., ve Feather, N. (1966). *A Theory Of Achievement Motivation*. New York,: Ny: Wiley.
- Atkinson, J., ve Litwin, G. (1973). Achievement Motive And Test Anxiety Conceived As Motive To Approach Success And Motive To Avoid Failure. In: McClelland, D.C., Steele, R.S. . (Eds.), *Human Motivation: A Book Of Readings. General Learning Press, Morristown, Nj*, , 145-163.

- Ay, Z. (2007). *Sanayi İşletmelerinde Motivasyon Ve Ülkemizdeki Motivasyon Uygulamaları*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Aytaç, B. (2008). *Ticaret Meslek Liselerinde Okuyan Öğrencilerin Yüksek Öğretime Yönelik Motivasyon Düzeylerinin Araştırılması*: Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Bain, J. (1956). Barriers To New Competition: Their Character And Consequences In Manufacturing Industries. *In Manufacturing Industries (Vol. 3)*. Cambridge, Ma: Harvard University Press, Vol.3.
- Bakan, İ. (2015). *Girişimcilik, Kobiler Ve Strateji*, . Ankara: Gazi Kitabevi.
- Balkan, S. (2017). *Bartın Üniversitesi Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü mezunlarının Girişimcilik Eğilimi*. Bartın: Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Barba-Sanchez, V., ve Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial Motivation And Self-Employment: Evidence From Expectancy Theory. *Int. Entre. Manag*, 13, 1097-1115.
- Barbosa, S., Gerhardt, M., ve Kickul, J. (2007). The Role Of Cognitive Style And Risk Preference On Entrepreneurial Self-Efficacy And Entrepreneuria Intentions. *Journal Of Leadership ve Organizational Studies*, 13(4), 86-104.
- Bastian, B., ve Zali, M. (2016). Entrepreneurial Motives And Their Antecedents Of Men And Women In North Africa And The Middle East. *Gender In Management: An International Journal*, 31(7), 456-478.
- Başer, H., ve Büber, R. (2012). İş Kurma Amacı Olan Adayların Girişimcilik Özelliklerinin Ölçülmesi: Aydın İlinde Bir Uygulama. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 135-143.
- Bates, T. (1985). Entrepreneur Human Capital Endowments And Minority Business Viability. *Journal Of Human Resources*, 20(4), 540-554.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive And Destructive. *Journal Of Political Economy*, 98, Pp. 893-921.
- Bilim, Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı. (2021, 01 12). Bilim, Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı: [Http://Www.Sanayi.Gov.Tr/Pages.aspx?PageId=710veLng=Tr](http://www.sanayi.gov.tr/Pages.aspx?PageId=710veLng=Tr)
Adresinden Alındı(20.04.2021)
- Blanchflower, G., ve Oswald, A. (1998). What Makes An Entrepreneur? . *Journal F Labor Economics*, 16(1), 26-60.
- Borgia, D. (2005). The Motivation To Become An Entrepreneur. *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour ve Research*, Vol. 11 No. 1, 42-57.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E., ve Levie, J. (2007:11). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 Executive Report*. London: London Business School.
- Boyd, N., ve Vozikis, G. (1994). The Influence Of Self-Efficacy On The Development Of Entrepreneurial Intentions And Actions. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 18(4), 63-77. .
- Boyd, N., ve Vozikis, G. (1994). The Influence Of Self-Efficacy On The Development Of Entrepreneurial Intentions And . Entrepreneurship Theory. . *Entrepreneurship Theory And Practice*, , 18(4), 63-77.
- Bozkurt, C. (2015). RveD Expenditures And Economic Growth Relationship In Turkey. . *International Journal Of Economics And Financial Issues* , 5(1), 188 – 198.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi . *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Bozkurt, Ö. (2011). *Dünyada Ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Brockhaus, R. (1975). İe Locus Of Control Scores As Predictors Of Entrepreneurial Intentions. *Paper Presented At The Academy Of Management Proceedings*.
- Bryant, E, A. T., ve Bryant. (1998). Wetlands And Entrepreneurs: Mapping The Fuzzy Zone Between Ecosystem Preservation And Entrepreneurial Eppportunity., *Journal Of Organizational Change Management*,, 11 (2), 112-134.
- Büyük, Ö. (2014). *Girişimcilik Üzerine Notlar*. Edirne: Paradigma Akademi Yayınları.
- Cacciotti, G., ve Hayton, J. (2015). Fear And Entrepreneurship: A Review And Research Agenda. *International Journal Of Management Reviews*, 17(29):165–190. .
- Cacciotti, G., ve Hayton, J. (2017, 02 25). *Fear Of Failure And Entrepreneurship: A Review And Direction For Future Research*. Erc Research Paper No. 24,: [Www.Enterpriseresearch.Ac.Uk](http://www.Enterpriseresearch.Ac.Uk) Adresinden Alındı
- Cacciotti, G., Hayton, J., Mitchell, J., ve Giazitzoglu, A. (2016). A Reconceptualization Of Fear Of Failure İn Entrepreneurship. *J. Bus. Ventur*, 31 (3), 302–325.
- Cansız, E. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi .
- Carland, J., Hoy, F., Boulton, W., ve Carland, J. (1984). *Differentiating Entrepreneurs From*.
- Carraher, S. M. (2010). Entrepreneurial Need For Achievement İn China, Latvia, And The Usa. *Baltic Journal Of Management*,. *Baltic Journal Of Management*,, 5(3), 378-396. .
- Caselli, F., ve Gennaioli, N. (2005). Credit Constraints, Competition, And Meritocracy. *Journal Of The European Economic Association*, 3(2-3),679-689.
- Caves, R., ve Porter, M. (1977). From Entry Barriers To Mobility Barriers: Conjectural Decisions And Contrived Deterrence To New Competition. *The Quarterly Journal Of Economics*, , 91(2),241-261.
- Ceylan, A., ve Demircan, N. (2002). Girişimcilerin Başarı, Güç Ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’ler de Bir Araştırma. *21. Yüzyılda Kobi’ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, (S. 1-19). Kıbrıs: Doğu Akdeniz Üniversitesi.
- Chen, C. C. (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers? , . *Journal Of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Christopher, J., Hanges, P. J., ve A.Locke, E. (2004). *The Relationship Of Achievement Motivation To Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis*,. [Http://Www.Tandfonline. Com/Doi/Abs/ 10.1207/S15327043hup1701_5](http://Www.Tandfonline.Com/Doi/Abs/10.1207/S15327043hup1701_5),11.5.2015,, 95-117.
- Cin, H., Yumuk, G., ve Gülsevim. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 2-3.
- Clercq, D., ve Arenius, P. (2006). The Role Of Knowledge İn Business Start-Up Activity. . *International Small Business Journal*, 24(4), 339-358.
- Coleman, S. (2000). Access To Capital And Terms Of Credit: A Comparison Of Menand Women-Owned Small Businesses. *Journal Of Small Business Management*, 38(3), 37.
- Collins, D. (2007). *Entrepreneurial Success: The Effect Ff Fear On Human Performance*, . Kanada: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Capella University. .
- Conroy. (2001b). Progress İn The Development Of A Multidimensional Measure Of Fear Of Failure: The Performance Failure Appraisal Inventory (Pfai)”,. *Anxiety, Stress,veCoping*,, 4(4): 431-452.
- Conroy, ve Elliot. (2004). Fear Of Failure And Achievement Goals İn Sport Addressing The Issue Of The Chicken And The Egg. *Anxiety Stress Coping*, 17(3): 271-285.

- Conroy, D. (2001). Fear Of Failure: An Exemplar For Social Development Research In Sport. . *Quest* , 53 (2), 165–183. .
- Conroy, D., Kaye, M., ve Fifer, A. (2007). Cognitive Links Between Fear Of Failure And Perfectionism. *Journal Of Rational-EmotiveveCognitive-Behavior Therapy*, 25(4): 237–253. .
- Conroy, D., Willow, J., ve Metzler, J. (2002). Multidimensional Fear Of Failure Measurement: The Performance Failure Appraisal Inventory. *Journal Of Applied Sport Psychology*, 14(2): 76-90. .
- Çalışma Alanları Ve Girişimcilik* . (2021, 9 13). [Http://Www.Tusiad.Org/Tr/](http://Www.Tusiad.Org/Tr/): [Http://Www.Tusiad.Org/Tr Adresinden Alındı\(18.02.2022\)](http://Www.Tusiad.Org/Tr/AdresindenAlindi(18.02.2022))
- Çelik, H. (2016). *Türkiye’de Genç Girişimciliğin Önündeki Engeller Ve Çözüm Önerileri* . Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi .
- Çiçek, B., ve Karakaş, Y. E. (2020). Girişimcilerin Gözünden Girişimciliği Etkileyen İçsel Ve Dışsal Faktörler . *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal Of Society Researches*, 1850-1884.
- Çöğenli, M. Z. (2019). Girişimcilik Psikolojisi. B. Özkara, ve S. Özafşarlıoğlu İçinde, *Girişimcilik Temel Ve Yeni Yaklaşımlar* (S. 15). Ankara: Nobel Yayınları.
- D.Pisturi, Huang, W., Oksoy, D., Zhao, J., ve Welsch, H. (2001). Entrepreneurship İn China: Characteristics, Attributes, And Family Forces Shaping The Emergingprivate Sector. *Family Business Review*, 14(2), 141-152.
- D.Watson, ve Clark, L. (1994). *The Panas-X. Manual For The Positive And Negative Affect Schedule-Expanded Form*. Iowa: Ames: The University Of Iowa.
- Daft, R. (2000). *Management*. 5th Edition, U.S.A: The Dryden Press.
- Damar, A. (2015). *Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesive Selçuk Üniversitesi’nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davidsson, P., ve Honig, B. (2003). The Role Of Social And Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Journal Of Business Venturing*, 18(3), 301-331,
- Dej, D. (2008). The Nature Of Entrepreneurial Motivation.In J. A. M. León, M. Gorgievski Ve M. Lukes (Eds.) *Teaching Psychology Of Entrepreneurship: Perspective From Six European Countries*. *Madrid Universidad Nacional De Education A Distanci*, 81-102.
- Demircan, N. (2000:24). *Girisimcilik Ve Girisimcilerin Kisilik Özellikleri Konusunda Bir Uygulama*. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kocaeli: Gebze Yüksek Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirel,E.(2022,052).*Erg-Teorisi*/.Wordpress.Com:
[Https://Elifdemirel.Wordpress.Com/2018/02/06/Erg-Teorisi/](https://Elifdemirel.Wordpress.Com/2018/02/06/Erg-Teorisi/) Adresinden Alındı
- Derneği, T. E. (2012). *Türkiye’de İlköğretim Sistemi Temel Sorunlar Ve Çözüm Öneriler*. Ankara: Adım Yayınları.
- Deshields, O., O.W, Kara, A. A., ve Kaynak, E. (2005). Determinants Of Business Student Satisfaction And Retention In Higher Education: Applying Herzberg’s Two-Factor Theory. *International Journal Of Educational Management*, 19 (2):28-139.
- Don, H., Slocum, W, J. J., Woodman, W., R., ve Sarıtaş, A. M. (1976). *Organizational Behavior: Contingency Viewvs*. New York: Vvest Pub Co.
- Döm, S. (2015). Girişimcilik Eğitimi Alan Kişilerin Girişimci Kişilik Özellikleri Ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. S. Döm İçinde, *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yöneticiliği* (S. 8). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dracke, F. (2014). *Entrepreneurial Motivation İn Change*. *Copenhagen*. Copenhagen Business School.

- Dracke, F., Uygun, A. M., Güner, E., ve Mete, S. (2014). Girişimcilik Eğitiminin Gençlerin Girişimcilik Motivasyonlarının Gelişimindeki Rolü Yönetim Ve Ekonomi. *Entrepreneurial Motivation İn Change, Copenhagen: Copenhagen Business School-*, 25(3) (2018) 879-.
- Dutta, N., ve Sobel, R. S. (2021). Entrepreneurship, Fear Of Failure, And Economic Policy. *European Journal Of Political Economy*, 2-12.
- Elagöz, İ. (2015). Kosgeb'in Girişimcilere Sağladığı Destekler. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 152-181.
- Elçi, Ş. (2007). *İnovasyon Kalkınmanın Ve Rekabetin Anahtarı*. Ankara. Sf35: Nova Yayınları.
- Erdem, A. R. (1998). Süreç Kuramlarının Eğitim Yönetimine Katkıları. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 51-57.
- Erdoğan, B. Z. (2009). *Girişimcilik Ve Kobi'ler: Teori Ve Uygulama*. Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Erdoğan, İ. (1994). *İşletmelerde Davranış*. İstanbul.: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. 4. Basım. 241.
- Eren, E. (2004). *Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: 8. Baskı Beta Yayınevi.
- Erkocaoğlu, E., ve Özgen, H. (2009). Kurumsal Girişimcilik İle Örgüt Yapısı Arasındaki İlişki. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 203 – 214.
- Eroğlu, F. (2011). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Eroğlu, F., İrmış, A., ve Aksel, İ. (2003). Girişimcilerin İşletmelerinin Gelişmesinde Etkili Olarak Gördükleri Faktörler. 11. *Yönetim Organizasyon Kongresi*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Eyüboğlu, D. (2004). *Girişimciliğin Geliştirilmesi*. İstanbul: Milli Prodütivite Merkezi Yayınları,.
- Fayolle, A., ve Gailly, B. (2008). From Craft To Science: Teaching Models And Learning Processes İn Entrepreneurship Education. . *Journal Of European Industrial Training*, 32(7), 569-593.
- Finkle, T. (2012). Corporate Entrepreneurship And İnnovation İn Silicon Valley: The Case Of Google Inc. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 36(4), 863 – 884.
- Finnerty, J. F., ve Krzystofik, A. (1985). Barriers To Small Business Formation. *Journal Of Small Business Management*, , 23(3), 50-58.
- G.Ramaswamy. (2013). Psychosocial And Psycho-Entrepreneurial Predictors: An Exploratory Study On Indian Women Entrepreneurs. . *Women's Studies*, , 42,163-192.
- Galloway, L., ve Brown, W. (2002). Entrepreneurship Education At University: A Driver İn The Creation Of High Growth Firms? *Education+ Training*, 44(8/9), 398-405.
- Gelderen, M. V., Bosma, N., Thurik, R., Aksoy, A. B., Koçancı, M., ve Namal, M. K. (2005). Success And Risk Factors İn The Pre-Startup Phase. *Small Business Economics*, 365-380.
- Gelderen, M. V., Brand, M., Praag, M. V., Bodewes, W., Poutsma, E., ve Gils, A. V. (2008). Explaining Entrepreneurial Intentions By Means Of The Theory Of Planned Behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538 – 559.
- Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Giacomin, O., Janssen, F., ve Pruett, M. (2011). Entrepreneurial Intentions, Motivations And Barriers:Differences Among American, Asian And European Students. *Int Entrep Manag Journal*, 7:219–238.
- Gilad, B., ve Levine, P. (1986). A Behavioral Model Of Entrepreneurial Supply. *Journal Of Small Business Management*, 24(4): 45-54.

- Girisimcilik-Ve-Yenilikcilik-Yarisma-Programi.(2021,1110).
Destekler/Girisimcilik/Ulusal-Destek-Programlari/Icerik-:
[Http://Www.Tubitak.Gov.Tr/Tr](http://www.tubitak.gov.tr/tr) Adresinden Alındı
- Godin, S. (2007). *Mor İnek Farklı Olun, İşinizi Geliştirin (9. Baskı)*, . Ankara: Çeviri: Serpil Demirci, Elma Yayınevi, Ankara Sf.41.
- Greve, A., ve Salaff, J. (2003). Social Networks And Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 28(1), 1-22.
- Güney, S. (2012). *Örgütsel Davranış*. İstanbul: Nobel Yayınevi.
- Güney, S., ve Arman, N. (2007). “*Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan Ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma*”. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Gürol, Y., ve Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights For Entrepreneurship Education And Training In Turkey. *Education+ Training*, , 48(1), 25-38.
- Hafer, R. (2013). Entrepreneurship And State Economic Growth. . *Journal Of Entrepreneurship And Public Policy*, 2(1), 67 – 79.
- Hancock, J., ve Teevan, R. (1964). Fear Of Failure And Risk-Taking Behavior . *Journal Of Personality*, 32(2), 200-209.
- Hansemark, O. (1998). The Effects Of An Entrepreneurship Programme On Need For Achievement And Locus Of Control Of Reinforcement. . *International Jour Nal Of Entrepreneurial Behavior ve Research*,, 4(1), 28-50. .
- Hasan, I., ve Tucci, C. (2010). The İnnovation Economic Growth Nexus: Global Evidence. *Research Policy*,, 39(10), 1264 – 1276.
- Helms, M. (2003). Japanese Managers: Their Candid Views On Entrepreneurship. *Competitivenessreview*,, 13(1), 24-34.
- Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R., ve Zwan, P. V. (2011). . Entrepreneurial Exit And Entrepreneurial Engagement. . *Journal Of Evol. Econ*, 21, 447-471.
- Hisrich, R., ve Michael, P. (1995). *Entrepreneurship-Starting , Developing And Managing A New Enterprise*. New York: Sage.
- Hisrich, R., Peters, M., ve Publishing, I. (1989). *Entrepreneurship: Starting, Developing And Managing A New Enterprise, 2nd Edition*. Usa: Irwininc.
- Holland, J. L., ve Bozkurt, A. Ö. (1973). Making Vovational Choices: A Theory Of Careers. *New Jersey, Prentice- Hall Lnc., Engliwood Cliiffs*.
- Hsu, C., Tan, K., Jayaram, J., ve Laosirihongthong, T. (2014). Corporate Entrepreneurship, Operations Core Competency And İnnovation İn Emerging Economies. . *International Journal Of Production Research*, 52(18), 5467 – 5483.
- [Http://Tusiad.Org/Tr/Calisma-Alanlari#Girisimcilik](http://Tusiad.Org/Tr/Calisma-Alanlari#Girisimcilik). (2015, 821). [Http://Tusiad.Org/Tr/](http://Tusiad.Org/Tr/).
Tusiad: [Http://Tusiad.Org/Tr/Calisma-Alanlari](http://Tusiad.Org/Tr/Calisma-Alanlari) Girisimcilik Adresinden Alındı
[Http://Www.Ttgv.Org.Tr/Ticarilestirme/E+Proje+Desteği](http://Www.Ttgv.Org.Tr/Ticarilestirme/E+Proje+Desteği).(2021,1112).
/Ticarilestirme/E+Proje+Desteği: [Http://Www.Ttgv.Org.Tr](http://Www.Ttgv.Org.Tr) Adresinden Alındı
[Https://Btm.İstanbul/Blog/Girisimcilik-Motivasyonlari-Nelerdir-Nasil-Artirilir-Oneriler](https://Btm.İstanbul/Blog/Girisimcilik-Motivasyonlari-Nelerdir-Nasil-Artirilir-Oneriler)
Girişimcilik Motivasyonları Nelerdir? Nasıl Artırılır? - Öneriler. (2022, 05 12).
Blog/Girisimcilik-Motivasyonlari-Nelerdir-Nasil-Artirilir-Oneriler:
[Https://Btm.İstanbul/Blog/Girisimcilik-Motivasyonlari-Nelerdir-Nasil-Artirilir-Oneriler](https://Btm.İstanbul/Blog/Girisimcilik-Motivasyonlari-Nelerdir-Nasil-Artirilir-Oneriler)
Oneriler Adresinden Alındı
- Hughes, A. (2003). Knowledge Transfer, Entrepreneurship And Economic Growth:Some Reflections And Implications For Policy İn The Netherlands. *Esrc Centre For Business Research, University Of Cambridge* , Working Paper No. 273. .

- Hughes, K. (2006). Exploring Motivation And Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal Of Small Business ve Entrepreneurship*, , 19(2),107-120.
- Hull, C. (1943). *Principles Of Behavior*. New York: Appletoncentury-Crofts.
- Hull, C. E., Hung, Y.-T. C., ve Neil Hair Ve Victor Perotti (2007). (2007). "Taking Advantage Of Digital Opportunities: A Typology Of Digital Entrepreneurship. *International Journal Of Networking And Virtual Organisations*, 4(3); 290-303.
- Hynes, B. (1996). Entrepreneurship Education And Training-İntroducing Entrepreneurship İnto Non-Business Disciplines. *Journal Of European İndustrial Training*, , 20(8), 10-17.
- İlbars, Z. (1987). Kişiliğin Oluşumunda Ki Kültürel Etmenler. *Ankara Üni-Versitesi, D.T.C.F . Dergisi.*, 201-211.
- İnceler, H. (1998). *Teknoloji Yönetimi*. İstanbul: Deset Yayınları.
- Indeed.Com. (2021, Mayıs 12). *Indeed.Com. Career-Advice/Career-Devel Opment/Types-Of-Entrepreneurship*: . <https://İn.Indeed.Com/Career-Advice/Career-Devel Opment/Types-Of-Entrepreneurship> Adresinden Alındı
- Isenberg, D. (2010). How To Start An Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Jain, R., ve Ali, S. (2013). Self-Efficacy Beliefs, Marketing Orientation And Attitude Orientation Of Indian Entrepreneurs. *Journal Of Entrepreneurship*, 22(1), 71-95.
- Johnson. (1990). *Toward A Multidimensional Model Of Entrepreneurship: The Case Of Achievement Motivation And The Entrepreneur*. Spring, [Http://Web.A.Ebscohost.Com/Ehost/ Pdfviewer/Pdf Viewer?Sid=D2530766-9e20-446e-Ba10-6fda21f01561%40sessionmgr4004veVid=0veHid=4106](http://Web.A.Ebscohost.Com/Ehost/ Pdfviewer/Pdf Viewer?Sid=D2530766-9e20-446e-Ba10-6fda21f01561%40sessionmgr4004veVid=0veHid=4106), 11.5.2015, 39-54.
- Kalkınma Ajansları*. (2020, 01 22). [Http://Www.Kalkinma.Gov.Tr/Pages-Kalkinma-Ajansi-İ.aspx](http://Www.Kalkinma.Gov.Tr/Pages-Kalkinma-Ajansi-İ.aspx), : [Http://Www.Kalkinma.Gov.Tr/Pages-Kalkinma-Ajansi-İ.aspx](http://Www.Kalkinma.Gov.Tr/Pages-Kalkinma-Ajansi-İ.aspx), Adresinden Alındı
- Kaplan, M. (2007). *Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi Ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.: Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, .
- Karadal, H. (2016). *Girişimcilik İçinde Geliştirilmiş 4. Baskı*. İstanbul: Beta Basım Aş.
- Karahan, M., ve Bilgin, R. (2016). *Girişimciliğin Yerel Kalkınmaya Etkisi Ve Kobi Yöneticilerinin Girişimcilik Düzeyinin Belirlenmesi*. Ünidap Bölgesel Kalkınma Konferansı "Sosyal Kalkınma" (Unidap International Regional Development Conference (S. 244-25). Muş: Muş Alparsalan Üniversitesi.
- Karakeçe, E. (2020). *Girişimcilik Zihniyetinde Korku Ve Önyargıların Etkilerinin Araştırılması: Kavramsal Model Önerisi*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İnovasyon, Girişimcilik Ve Yönetim Programı Yüksek Lisans Tezi .
- Kaya, N. (2006.). *Alt Beyin'in Deşifresi*. İstanbul: Destek Yayınevi.
- Khyareh, M., ve Mazhari, R. (2016). The Effec Of Diffirent Age Groups On Entrepreneurship: Evidences For İran. *Iup J. Entrepreneurs. Dev*, 13,(3),56-63.
- Kilmann, R., O'hara, L., ve Strauss, J. (2010). Developing And Validating A Quantitative Measure Of Organizational Courage. *Journal Of Business And Psychology*, 25(1): 15-23.
- Kıray, İ. (2019). *Motivasyon Faktörlerinin Satış Personelinin Motivasyonu Ve Performansı Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*. Çanakkale: Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

- Kobi Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı. (2021,09,11). [Http://Www.Kobias.Com.Tr/Hakkimizda](http://www.kobias.com.tr/hakkimizda): [Http://Www.Kobias.Com.Tr](http://www.kobias.com.tr) Adresinden Alındı
- Koçel, T. (2013). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları Üçüncü Basım 303-304.
- Konur, D. (2006). *İş Yerlerinde Motivasyon Teorileri Ve Uygulamalarına İlişkin Bir Araştırma*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Kotler, P., Brady, M., Goodman, M., ve Hansen, T. (2009). *Marketing Management*. İngiltere: Pearson Education Limited.
- Kourilsky, M. L., Esfandiari, M., ve Ulucan, S. (1997; 2012). Entrepreneurship Education And Lower Socioeconomic Black Youth: An Empirical Investigation. *The Urban Review*, 29(3)207-209.
- Kristiansen, S., ve Indarti, N. (2004). Entrepreneurial İntention Among Indonesian And Norwegian Students. . *Journal Of Enterprising Culture*, 12(01), 55-78. .
- Krueger, J., F, N., Reill, M., ve Carsrud, A. (2000). Competing Models Of Entrepreneurial Intentions. *Journal Of Business Venturing*, 15(5(411-432).
- Krueger, N., ve Carsrud, A. (1993). “Entrepreneurial Intentions: Applying The Theory Of Planned Behavior”,. *Entrepreneurship And Regional Development*, 1993 Vol: 5, (315-330) Sf.316.
- Kunday, Ö. (2014). Girişimci Olma Nedenleri İle Karşılaşılan Engeller Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 309-322.
- Kuratko, D. (2005). The Emergence Of Entrepreneurship Education: Development, Trends, And Challenges. *Entrepreneurship Theory And Practice*, , 29(5), 577-597.
- Kuratko, F., D., ve Ulucan, S. (2005; 2012). The Emergence Of Entrepreneurship Education: Development, Trends, And Challenges. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 29(5), 582-585.
- Küçük, O., ve Kocaman, G. (2014). Müşteri Yönlülük, İnovasyon Yönlülük Ve İşletme Performans İlişkisi: Bir Uygulama. *International Journal Of Social Science* , 29, 37 – 52.
- Küçüközkan, Y. (2015). Liderlik Ve Motivasyon Teorileri: Kuramsal Bir Çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, , 1 (2), 86-115.
- Küçüktekin, K. (2006). *Girişimcilik Politikası Çerçevesinde Avrupa Birliği`Nin Kobi Politikası Ve Avrupa Birliği Müktesebatına Uyum Çerçevesinde Türkiye`Nin Kobi Politikası*. Ankara: Yüksek Lisans Tezi Ankara Atılım Üniversitesi.
- Ladzani, W., ve Vuuren, J. V. (2002). Entrepreneurship Training For Emerging Smes İn South Africa. . *Journal Of Small Business Management*, 40(2), 154-161.
- Larson, A. (1991). Partner Networks: Leveraging External Ties To İmprove Entrepreneurial Performance. . *Journal Of Business Venturing*, , 6(3), 173-188.
- Lerner, J. S., ve Keltner, D. (2000). Beyond Valence: Toward A Model Of Emotion-Specific İnfluences On Judgement And Choice. *Cognition And Emotion*, 14 (4), 473-493 Sf.483.
- Li, Y. (2011). Emotions And New Venture Judgment İn China. *Asia Pac. J. Manag.*, 28, 277–298. Sf.280.
- Linan, F. (2008). Skill And Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions? *International Entrepreneurship And Management Journal*, 257-272.
- M.Earnings, T. (1996). Independence Or Unemployment: Why Become Self-Employed? *Oxford Bull. Econom. Statist.*, 58(2),(253-266).

- Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial Intentions And Entrepreneurial Motivation Of South African Rural Universty Students. *Journal Of Economics And Behavioral Studies* 6(9), 709-726.
- Marangoz, M. (2013). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları. Marangoz, M. (2013). Girişimcilik, İstanbul: Beta Yayınları. Adresinden Alındı
- Marangoz, M., ve Aydın, A. E. (2018). Girişimcilik Motivasyonları Ve Engellerine İlişkin Algıların Ggirişimcilik Niyetine Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi Journal Of Entrepreneurship And Development*, Cilt:13 Sayı:1, 69-78 Summer 2018, Volume:13 Number:1, 69-78.
- Martin, A., ve Marsh, H. (2003). *Fear Of Failure: Friend Or Foe?* Australian Psychologist, 38. 31-38.
- Martin, M., Picazo, M., ve Navarro, J. (2010). Entrepreneurship, İncome Distribution And Economic Growth. *International Entrepreneurship Management*, 6(2), 131 – 141.
- Mcclelland, Atkinson, ve Clark, R. ve. (1953). *The Achievement Motive*. Appleton-Century-Crofts, East Norwalk, Ct. East Norwalk, Ct.
- Mcclelland, D. (1965). N Achievement And Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal Of Personality And Social Psychology*, , 1(4), 389. .
- Mcclelland, D., ve Yılmaz, A. S. (1961). *The Achleving Society*. Princeton, Ny:Van Nostrand.
- Mcgregor, H., ve Elliot, A. (2005). The Shame Of Failure: Examining The Link Between Fear Of Failure And Shame. ., *Personal Sociology Psychology Bulleten*, 31, 218-231. Sf.219.
- Merriam, S., ve Caffarella, R. (1998). *Learning İn Adulthood: A Comprehensive Guide*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Minniti, M., ve Bygrave, W. (1999). The Microfoundations Of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory And Practice*, , 23(4), 41-52.
- Minniti, M., ve Nardone, C. (2007). Being İn Someone Else's Shoes: The Role Of Gender İn Entrepreneurship. . *Small Bus. Econ.*, 28, 223–238.
- Mitchell, J., ve Shepherd, D. (2010). To Thine Own Self Be True: İmages Of Self, İmages Of Opportunity, And Entrepreneurial Action. *J. Bus. Ventur*, 25 (1), 138–154.
- Mitchell, J., ve Shepherd, D. (2011). Afraid Of Opportunity: The Effects Of Fear Of Failureon Entrepreneurial Decisions. *Front. Entrep. Res.*, 31(1).
- Moon, Z., Farmer, F., Miller, W., ve Abreo, C. (2014). *Identification And Attenuation Of Barriers To Entrepreneurship Targeting New* .
- Morgan, ve Sisak, D. (2015). The Power Of Negative Thinking: A Model Of Entrepreneurship,. Aspirations, And Fear Of Failure, *Journalof Business Venturing* 9.
- Morgan, J., ve Sisak, D. (2016). Aspiring To Succeed: A Model Of Entrepreneurship And Fear Of Failure. *Journalof Business Venturing*, 1-21.
- Morris, M., Kuratko, D., Schindehutte, M., ve Spivack, A. (2012). Framing The Entrepreneurial Experience. *Entrepreneurship Theory And Practice* , 36 (1), 11–40. .
- Mueller, S., ve Thomas, A. (2001). Culture And Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study Of Locus Of Control And İnnovativeness. . *Journal Of Business Venturing*, 16(1), 51-75. .
- Müsiad Hakkında. (2021,428). [Http://Www.Musiad.Org.Tr/:](http://www.musiad.org.tr/)
[Http://Www.Musiad.Org.Tr](http://www.musiad.org.tr/) Adresinden Alındı
- N.Langowitz, ve Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity Of Women. . *Entrepreneurship Theory And Practice* , 31 (3), 341–364.
- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Neumeyer, X., ve Santos, S. C. (2019). Entrepreneurship Ecosystems And Women Entrepreneurs: A Social Capital And Network Approach. *Small Business Economics*, 53(2), 475-489.,
- Ng, L., ve Jenkins, A. (2018). Motivated But Not Starting: How Fear Of Failure İmpacts Entrepreneurial İntentions. . *Small Enterp. Res.*, 25 (2), 152–167.
- Nişancı, Z. N. (2014). *Göçmen Girişimcilik Üzerine: Pittsburgh'daki Türk Girişimciler* . Girişimcilik Kongresi. İzmir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İibf, İşletme Bölümü.
- Norman, M., ve Zimmer, W. (1996). *Effective Small Business Management-Anentrepreneurial Approach*. Upper Saddle River: Prentice Hall. .
- Özdevecioğlu, M., ve A.Cingöz. (2009). Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 81-95.
- Özer, S., ve Topaloğlu, T. (2007). Girişimci Ve Yöneticilerin Öğrenilmiş Gereksinimleri İle Kontrol Odaklarının Kıyaslanmasına Yönelik Bir Araştırma, . *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, , Cilt 16, Sayı 2, 2007, S.439-456.
- Özkara, P. D., ve Özafşarlıoğlu, D. Ö. (2019). *Girişimcilik Temel Ve Yeni Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Özkul, G., ve M.A. Dulupç, M. A. (2007). Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya – Isparta İllerinde Bir İnceleme. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 89 – 92.
- Öztürk, A. (2012). Kamu Örgütlerinde Girişimcilik, İş, Güç. *Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14 (4), 153 – 169.
- Pathak, S., Xavier-Oliveira, Laplume, ve O., A. (2013). Influence Of İntellectual Property, Foreign İvestment, And Technological Adoption On Technology Entrepreneurship. . *Journal Of Business Research*, 66(10), 2090-2101. .
- Perry, C., Macarthur, R., Meredith, G., ve Cunnington, B. (1986). Need For Achievement And Locus Of Control Of Australian Small Business Owner Managers And Super-Entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 4(4), 55-64. .
- Pervin, A., ve Akt.Sarıtaş, M. (1970). *Personality*. New York: John Wiley And Sons, Inc.
- Peterman, N., ve Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions Of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory And Practic*, 28(2), 129-144.
- Polat, D. (2011). Girişimcilik Motivasyonu Ve İşletme Yenilikçiliği Arasındaki İlişkinin Araştırılmasına Yönelik Turizm İşletmelerinde Bir Araştırma. . *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 227-254.
- Putnam, R., Leonardi, R., ve Nanetti, R. (1994). *Making Democracy Work: Civic Traditions İn Modern Italy: Princeton University Press*. İtalya: Princeton University Press.
- Rees, H., ve Shah, A. (1986). An Empirical Analysis Of Self-Employment İn The Uk. *Journal Of Applied Econometrics*.
- Robbins, S. P., ve Coulter, M. (2012). *Management*. Eleventh Edition.
- Robbins, S. P., Judge, T., Özsoy, A. E., ve Yıldız, G. (2012). *Örgütsel Davranış*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Robinson, P., ve Haynes., M. (1991). Entrepreneurship Education İn America's Major Universities. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 15(3), 41-52. .
- Roth, G., Assor, A., Kanat-Maymon, ve Kaplan, H. (2007). Autonomous Motivation For Teaching: How Selfdetermined Teaching May Lead To Self-Determined Learning. *Journal Of Educational Psychology*, 99, 761–774.

- Ryan, R., ve Deci, E. (2000). Self Determination Theory And The Facilitation Of Intrinsic Motivation, Social Development And Well Being. . *American Psychologist*, 55,66-78. .
- Sachua, D., Kılıç, A., ve Çoban, M. (2007). Resurrecting The Motivation-Hygiene Theory: Herzberg And The Positive Psychology Movement. *Human Resource Development Review*, 6 (4): 377-393.
- Sayın, M. (2010). *Yerel Kalkınma Modeli Olarak Gap-Gidem*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayınları.
- Sciascia, S., ve De Vita, R. (2004). The Development Of Entrepreneurship Re-Search Liuc Papers. *Serie Economicaaziendale*, 19-28 Sf 16.
- Segal, G., Borgia, D., ve Schoenfeld, J. (2005). The Motivation To Become An Entrepreneur. *International Journal Of Entrepreneurial Behavior ve Reseach*, Vol.11 No.1 Pp,42-57.
- Segal, G., Borgia, D., ve Schoenfeld, J. (2005). The Motivation To Become An Entrepreneur. *İnternational Journal Of EntrepreneurialveRresearch* , Vol. 1142-57.
- Sevi, E. S. (2019). *Psikobiyolojik Kişilik Modeli Ve Beş Faktör Kişilik Kuramı: Mizaç Ve Karakter Envanteri (Tcı) İle Beş Faktör Kişilik Envanterinin (5fke) Karşılaştırılması* Yüksek Lisans. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik (Uygulamalı) Psikoloji Anabilim Dalı.
- Shane, S., Locke, E. A., Collins, C. J., ve Çakır, A. S. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 527-279.
- Shinnar, R., Giacomini, O., ve Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions And Intentions:The Role Of Gender And Culture. . *Entrepreneurship, Theory And Practice*, 36, 465-493.
- Shiri, N., Alibaygi, A., ve Faghiri, M. (2013). Factors Affecting Entrepreneurial Motivation Of Agricultural Students: A Case From Iran. *Journal Of Educational Sciences ve Psychology*, 7(2), 66-71.
- Soriano, D., ve Huarng, K. (2013). Innovation And Entrepreneurship İn Knowledge Industries. *Journal Of Business Research*, 66(10), 1964 –1969.
- Soysal, A. (2008). Çalışma Yaşamında Kişilik Tipleri: Bir Literatür Taraması. *Ankara: Çimento İşverenler Dergisi*, 1:22, 1-19.
- Sözmez, A., ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik Ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F., Yönetim Ve Ekonomi*, Cilt:21 Sayı:2.
- Stel, A. V., Storey, D., ve Thurik, A. (2007). The Effect Of Business Regulations On Nascent And Young Business Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2-3),171-186.
- Stel, A., Carree, M., ve Thurik, R. (2005). The Effect Of Entrpreneurial Activity On National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311 – 321.
- Subanova, A. (2013). *Türkiye’deki Kırgız Ve Kazak Kökenli Göçmen Girişimciler Üzerine Bir Alan Araştırması*, . Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, M. Ş. (2014). *Davranış Bilimlerine Giriş Ve Örgütlerde Davranış*. Konya: Eğitim Yayınevi S.147.
- T.Bates. (1995). Self-Employment Entry Across Industry Groups. *Journal Of Business Venturing*, 10(2),143-156.
- Taymur, İ., ve Türkçapar, M. H. (2012). Kişilik: Tanımı, Sınıflaması Ve Değerlendirilmesi, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4 (2), 154-177.
- Tekin, M. (1999). *Girişimcilik, Kendi İşini Kurma*. Konya: Damla Ofset.

- Teknoloji* *Geliştirme* *Bölgeleri.*(2020,2,15).
[Http://Www.Biltek.Sanayi.Gov.Tr/Sayfalar/Tgb.AspX](http://Www.Biltek.Sanayi.Gov.Tr/Sayfalar/Tgb.AspX) Adresinden Alındı
- Tezuka, H. (1997). Success As The Source Of Failure? Competition And Cooperation İn Thejapanese Economy. . *Sloan Management Review*, , 38(2), 83-93.
- Tiryaki, A. (2008). *İşletmelerde Modern Liderlik Yaklaşımları Ve Çalışan Motivasyonu İlişkisine Yönelik Bir Uygulama*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Tobb *Hakkımızda*. (2021, 11 2). [Http://Www.Tobb.Org.Tr/](http://Www.Tobb.Org.Tr/) Hakkımızda: [Http://Www.Tobb.Org.Tr](http://Www.Tobb.Org.Tr) Adresinden Alındı
- Tuncer, D., Ayhan, D. Y., Varoğlu, D., ve Asar, A. F. (2011). *Genel İşletmecilik Bilgileri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Turanlı, R., ve Sarıdoğan, E. (2010). *Bilim – Teknoloji – İnovasyon Temelli Ekonomi Ve Toplum*. İstanbul: İto Yayınları.
- Turhan, M., ve Taşseven, Ö. (2010). Yönetim Fonksiyonlarının Uygulandığı Alanlarda Ortaya Çıkan Hata Değerlerinin Oluşturduğu Yeni İlişkilerin Panel Veri Modelleri İle İrdelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Ve İstatistik Dergisi*, 11, 128-153.
- Türkiye Girişimcilik Stratejisi Ve Eylem Planı 2014-2016 (2013, T. 8. (2016). *Türkiye Girişimcilik Stratejisi Ve Eylem Planı* . Ankara: 2014-2016 (2013, Taslak), 84.
- Türkiye Kadın Girişimciler Derneği*. (2021, 6, 7). [Http://Www.Kagider.Org.Tr/](http://Www.Kagider.Org.Tr/) Hakkımızda/: [Http://Www.Kagider.Org.Tr](http://Www.Kagider.Org.Tr). Adresinden Alındı
- Ugun, R. (2006-). *Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler Ve İbrahim Bodur Modeli*. Çanakkale: Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, 18 Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ulukoş, K. S. (2016). Motivasyon Teorileri Ve Lider Yöneticilik Unsurlarının Bireylerinin Motivasyona Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 247-262.
- Uygun, M., Çete, S., ve Güner, E. (2015). Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimlerinde Girişimciliğe Yönelik Motivasyonun Rolü. *İnternational Journal Of Social Sciences And Education Research*, 1327-1349.
- Vaillant, Y., ve Lafuente, E. (2007). Do Different İnstitutional Frameworks Condition The İnfluence Of Local Fear Of Failure And Entrepreneurial Examples Over Entrepreneurial Activity? *Entrepreneur Reg. Dev.* , 19, 313-337.
- Vijaya, V., ve Kamalanabhan, T. (1998). A Scale To Assess Entrepreneurial Motivation. *The Journal Of Entrepreneurship*,, 7(2), 183-198.
- Wagner, J. (2007). What Difference A Y Makes - Female And Male Nascent Entrepreneurs İngermany. *Small Bussness Economy*, 28, 1-21.
- Wayne Long. (1983). The Meaning Of Entrepreneurshipk . *American Journal Of Small Business*, Newyork, 216-229.
- Weber, J. (2012). From İdess To Exit: The Entrepreneurial Journey. *Triple Nickel Press*, Bloomington İn.
- Welpe, I., ve Spörrle, M. G. (2011). Emotions And Opportunities: The İnterplay Of Opportunity Evaluation, Fear, Joy, And Anger As Antecedent Ofentrepreneurial Exploitation. *Enterpreneur Theory Practice*, , 36, 69-96.
- Wennberg K., P. S. (2013). How Culture Moulds The Effects Of Self-Efficacy And Fear Of Failure On Entrepreneurship. *Entrepreneurship And Regional Development*, 25(9-10):756-780.
- Wennekers, S., ve Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship And Economic Growth. *Small Business Economics*, 13, 27 – 55.

- Wilson, F., Kickul, J., ve Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, And Entrepreneurial Career Intention Implications For Entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 31(3), 387-406.
- Wilson, F., Marlino, D., ve J.Kickul. (2004). Our Entrepreneurial Future: Examining The Diverse Attitudes And Motivations Of Teens Across Gender And Ethnic Identity. . *Journal Of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 177-197.
- Wood, M., ve Haynie, A. M. (2014). Making It Personal: Opportunity Individuation And The Shaping Of Opportunity Beliefs. *J. Bus. Ventur.*, 29 (2), 252-272.
- Wood, M., ve Pearson, J. (2009). Taken On Faith? The Impact Of Uncertainty, Knowledge relatedness, And Richness Of Information On Entrepreneurial Opportunity Exploitation. *Journal of Leadership Organizational Studies* , 12, 117-130.
- Wood, M., ve Rowe, J. (2011). Nowhere To Run And Nowhere To Hide: The Relationship between Entrepreneurial Success And Feelings Of Entrapment. *Entrepreneur Resources Journal*, 1(4).
- Wood, M., Mckelvie, A., ve Haynie, J. (2014). Making It Personal: Opportunity individuation And The Shaping Of Opportunity Beliefs. *Journal Of Bussiness Venture*, 29, 252-272.
- Wood, M., Mckinley, W., ve Engstrom, C. (2013). Endings And Visions Of New beginnings: The Effects Of Source Of Unemployment And Duration Of Unemployment On Entrepreneurial Intent. . *Entrepreneur Resources Journal*, 3, 171-206.
- Wu, S., Matthews, ve Dagher, G. (2007). Need For Achievement, Business Goals, And Entrepreneurial Persistence. *Management Research News*, , 30(12), 928-941.
- Www.Aksam.Com.Tr. (2007, 02 14). *Girişimcilik Motivasyonları*) Http://Www.Aksam.Com.Tr, Erişim Tarihi: 14.02.2007: Http://Www.Aksam.Com.Tr, Erişim Tarihi: 14.02.2007 Adresinden Alındı
- Www.İienstitu.Com. (2022, 04 02). *Girişimci olma nedenleri*. Www.İienstitu.Com: Https://Www.İienstitu.Com/02.04.2022 Adresinden Alındı
- Wyrwich, M., Stuetzer, M., ve Sternberg, R. (2016). Entrepreneurial Role Models, Fear Of Failure, And Institutional Approval Of Entrepreneurship: A Tale Of Two Regions. *Small Business Economics*, 46(3): 467-492. .
- Yakupoğlu, S. (2018). *Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri İle İlgili Bir Çalışma: Kars İli Örneği*. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yazıcı, E. (2010). *Küreselleşme Ve Ab Sürecinde Eğitim Sistemi*. Ankara: Birsan Yayınları.
- Yelkikalan, N. (2010). Dünya Ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Kmü Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 52-58.
- Yelkikalan, N., ve Akatay, A. (2014). Yeni Girişimcilik Modeli Ve Yeni Nesil Girişimci Profili. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 498-523.
- Zel, U. (2001). *Kişilik Ve Liderlik*. Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Zigarmi, D., Galloway, F., ve Roberts, T. (2018). Work Locus Of Control, Motivational Regulation, Employee Work Passion, And Work Intentions: An empirical Investigation Of An Appraisal Model. *Journal Of Happiness Studies*, 19(1), 231-256.
- Zimmerman, M. E., ve Chu, T. (2013). Motivation, Success, And Problems Of Entrepreneurs In Venezuela. *Journal Of Management Policy And Practice*, 76-90.

EKLER

Ek 1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

Değerli katılımcı bu anket formu Afyon Kocatepe Üniversitesi'ndeki Girişimcilik dersi alan öğrencilerin Girişimci Olma Motivasyonu ve Korkularının Girişimci Olma Eğilimi üzerindeki etkilerini belirlemek ve bilimsel faaliyetlerde kullanmak amacıyla yapılmaktadır. Verdiğiniz yanıtlar gizli tutulacak ve başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Bölümü Danışman : Dr. Öğr. Üye. Hülya ÖCAL

Hazırlayan : Fatma ATAY

DEMOGRAFİK SORULAR

1.Cinsiyetiniz?

Kadın()

Erkek()

2.Yaşınız?

17-25() 26-33() 34-41() 42 ve üzeri

3.Sınıfınız?

1.sınıf ()

2.sınıf ()

3.sınıf ()

4.sınıf ()

5 ve üzeri ()

4.Fakülteniz?

Fen-Edebiyat Fakültesi: ()

Güzel Sanatlar Fakültesi: ()

Hukuk Fakültesi: ()

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi: ()

Mühendislik Fakültesi: ()

Spor bilimleri fakültesi ()

Teknoloji Fakültesi: ()

Turizm Fakültesi: ()

Veterinerlik Fakültesi

5.Aylık ortalama gelir düzeyiniz?

1000 den az: () 1000-2000: ()

2001-3000: () 3001 ve üzeri ()

6.Nerede kalıyorsunuz?

Evde: ()

Yurtta: ()

Ailemin yanında: ()

7:Babanız Çalışıyor mu?

EVET ()

HAYIR ()

8: Eğer çalışıyorsa çalıştığı kurum:

Kamu: ()

Özel: ()

Kendi işi: ()

Diğer: ()

9.Anneniz çalışıyor mu?

EVET: ()

HAYIR: ()

10.Eğer çalışıyorsa çalıştığı kurum:

Kamu: ()

Özel: ()

Kendi işi: ()

Diğer: ()

11. 1.derece aile üyelerinizde kendi işini kuran var mı? EVET () HAYIR ()

12.Akraba ya da arkadaş çevrenizde kendi işini kuran var mı? EVET () HAYIR ()

13.Okul dışında girişimcilik eğitimi aldınız mı? EVET: () HAYIR: ()

Ek 2: Girişimci Olma Motivasyonu Ölçeği

GİRİŞİMCİ OLMA MOTİVASYONU ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Aklımdaki iş fikirlerimi uygulamak beni motive eder.	()	()	()	()	()
2.Kendime ait bir iş oluşturmak beni motive eder.	()	()	()	()	()
3.Kişisel bağımsızlık duygusu beni motive eder.	()	()	()	()	()
4.Bir organizasyonun başında olmak beni motive eder.	()	()	()	()	()
5.Mali olarak bağımsız olma fırsatı beni motive eder.	()	()	()	()	()
6.Kendi işletmeme sahip olunca yaşam kalitemin artacağı düşüncesi beni motive eder.	()	()	()	()	()

7.Kendi işletmemde çalışan insanları yönetme fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
8.Kendi işletmemde adil bir tazminat alma fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
9.Başka işletmelerde ücretle çalışmaktan daha fazla para kazanma fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
10.Profesyonel bir işte memnuniyetsizlik yaşamak yerine kendi işimde çalışmak beni motive eder.	()	()	()	()	()
11.Kendi işimde kendime ait kişisel bir servet oluşturma fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
12.Kendi işimde daha fazla boş zamana sahip olma fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
13.Kendi işimde yüksek sosyal statü kazanma fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
14.Kendime uygun doğru işi bulamayıp kendi işimdi kurma fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
15.Girişimci olan aile geleneğimizi devam ettirme fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()
16.Kendi işimde başkaları için de iş imkânı sağlama fikri beni motive eder.	()	()	()	()	()

Ek 3: Girişimci Olma Korkuları Ölçeği (İçsel-Dışsal Kaynaklar)

GİRİşİMCİ OLMA KORKULARI ÖLÇEĞİ (İçsel-Dışsal Kaynaklar)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Yeni bir işletme kurmanın aşırı riskli olması beni korkutur.	()	()	()	()	()
2. Girişimci yetkinliğine sahip olmamam beni korkutur.	()	()	()	()	()
3. Hangi işe başlayacağıma dair fikir eksikliği beni korkutur.	()	()	()	()	()
4.Başladığım işte başarısız olma düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()
5.Kişisel yeteneklerimdeki eksiklik düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()
6.Normalden fazla çalışmak zorunda olma düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()
7.Kişisel olarak yeterli bilgiye sahip olmama düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()
8.İş dünyası ve piyasa hakkında yeterli bilgiye sahip olmama düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()
9. Yönetim, muhasebe ve girişimcilik konusunda deneyim eksikliği düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()
10.Kendi işletmemi kuracak yeterli sermayeye sahip olmama düşüncesi beni korkutur.	()	()	()	()	()

11. Mali ücretler (vergiler, yasal ücretler, vb.) gibi unsurlar beni korkutur.	()	()	()	()	()
12.Kuracağım işin uygulanabilirliğini değerlendirmede mevcut yardım eksikliği beni korkutur.	()	()	()	()	()
13. Bir iş kurmak için resmi olarak yardım eksikliği beni korkutur.	()	()	()	()	()
14. Girişimcilere yardımcı olacak kuruluşların eksikliği beni korkutur.	()	()	()	()	()
15. Çalışanlar/sözleşmeli personel ile ilgili sorunlar beni korkutur.	()	()	()	()	()
16. Evrak ve bürokrasi işlerindeki yaşanan sıkıntılar beni korkutur.	()	()	()	()	()
17. Mevcut ekonomik durumun iyi olmaması beni korkutur.	()	()	()	()	()
18. Çevremdeki insanlardan (aile, arkadaşlar vb.) kişilerin olumsuz düşünceleri beni korkutur.	()	()	()	()	()
19.Salgın hastalık durumu beni korkutur.	()	()	()	()	()
20. Doğal afetler(deprem, sel, yangın, kuraklık vb.) beni korkutur.	()	()	()	()	()
21. Geleceğin belirsiz olması kendi işimi kurma fikrini olumsuz etkiler.	()	()	()	()	()

Ek 4: Girişimci Olma Eğilimi Ölçeği

GİRİşİMCİ OLMA EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Bir girişimci olarak kariyerimi şekillendirmek istiyorum.	()	()	()	()	()
2.Bir şirkette çalışan olmak yerine girişimci olmayı tercih ederim.	()	()	()	()	()
3.Girişimci olabilmek için her şeyi yapmaya hazırım.	()	()	()	()	()
4.Kendi işletmemi kurmak ve yönetmek için her türlü çabayı göstereceğim.	()	()	()	()	()
5.Eğitimimi tamamladıktan sonra kendi işimi kurmayı ciddi bir şekilde düşünüyorum.	()	()	()	()	()
6.Daha fazla para kazanabilmek için çaba gösterir ve girişimci olurum.	()	()	()	()	()
7.Kendimin patronu olmak istiyorum.	()	()	()	()	()
8.Kendi işimi kurmayı düşünmüyorum.	()	()	()	()	()
9.Önümüzdeki 5-10 yıl içinde kendi işimi kuracağım.	()	()	()	()	()

