

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI

**KÜÇÜK (MİKRO) VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME
SAHİPLERİNİ GİRİŞİMCİLİĞE İTEN MOTİVASYON
SÜRECİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Nesibe ŞENTÜRK

İstanbul, 2015

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI

**KÜÇÜK (MİKRO) VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME
SAHİPLERİNİ GİRİŞİMCİLİĞE İTEN MOTİVASYON
SÜRECİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:

Nesibe ŞENTÜRK

Öğrenci No:

130703076

Danışman:

Prof. Dr. Ahmet Güner SAYAR

İstanbul, 2015

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Küçük (Mikro) ve Orta Ölçekli İşletme Sahiplerini Girişimciliğe İten Motivasyon Süreci**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 07.10.2015

Nesibe ŞENTÜRK



T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

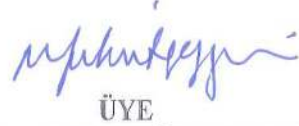
17.10.2015

Enstitümüz *İşletme Yönetimi* Anabilim dalı *İşletme* Programı yüksek lisans öğrencilerinden 130703076 numaralı *Nesibe ŞENTÜRK*'ün "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Küçük(mikro) ve Orta Ölçekli İşletme Sahiplerini Girişimciliğe İten Motivasyon Süreci*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 15.09.2015 tarih ve 2015/37 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin (c) bendi gereğince (55) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oybirliği~~ *oybirliği* ile *Kabul/Red* ~~kararı~~ *kararı* verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.


DANIŞMAN

PROF.DR. AHMET GÜNER SAYAR
(BEYKENT ÜNİVERSİTESİ)


ÜYE

PROF. DR. MEHMET FİKRET GEZGİN
(BEYKENT ÜNİVERSİTESİ)


ÜYE

PROF.DR. MUHİTTİN KAPLAN
(İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ)

Adı ve Soyadı : Nesibe ŞENTÜRK
Danışmanı : Prof. Dr. Ahmet Güner SAYAR
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2015
Alanı : İşletme
Anahtar Kelimeler : Girişimcilik, Kobiler, Motivasyon

ÖZ

KÜÇÜK(MİKRO) VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME SAHİPLERİNİ GİRİŞİMCİLİĞE İTEN MOTİVASYON SÜRECİ

Günümüzde yoğun olan ilişkiler ağı, sürekli olarak yaşanan değişimler ve bu değişimlere ayak uydurma gerekliliği küreselleşmenin önemini ortaya koymaktadır. Bu manada ülkelerin en etkin varlıklarının işletmeler olduğu düşünüldüğünde takip edilmesi gereken birden fazla durumla karşılaşmak mümkündür. Nitekim küresel manada meydana gelebilecek gerek sosyal gerek politik gerekse ekonomik anlamdaki herhangi bir durum bütün ülkeler için kaçınılmaz bir etkilene alanı meydana getirecektir. Eski anlamından çok uzaklaşarak bugün dünya ekonomisini ayakta tutan bir öneme sahip en değerli varlıklar işletmelerdir. Özellikle küçük(mikro) ve orta ölçekli işletmelerin ülkelerin ekonomik varlığı ve dengesinin sağlanmasındaki etkin rolü onları daha yakından tanıma gerekliliğini doğurmuştur.

Bu çalışmanın amacı küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme(KOBİ) sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci hakkında tespitler yaparak elde edilen tespitleri değerlendirmektir. Bu sebeple yukarıda belirtilen durumlar dahilinde; küçük(mikro) ve orta ölçekli işletmeler, girişimcilik ve motivasyon kavramlarının literatür incelemesi ile birlikte; tanım kavram ve kapsamı açıklanmaya çalışılmıştır. Küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme sahibi olan toplam 100 işletme ve işletme sahibine 51 soruluk bir anket çalışması uygulanmıştır.

Araştırmada sosyo-demografik değişkenlere göre katılımcı dağılımları ve istatistik tabloları ile ölçeklerin madde ve güvenilirlik analizleri, faktör analizi, regresyon ve korelasyon analizleri, t testi ve Anova analizi yöntemleri ile SPSS 22.0 uygulanmıştır. Esas olarak küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkartılması doğrultusunda bir çalışma yürütülmüştür.

Name and Surname : Nesibe ŞENTÜRK
Supervisor : Prof. Dr. Ahmet Güner SAYAR
Degree and Date : Master, 2015
Major : Business
Key Words : Entrepreneurship, SMEs, Motivation

ABSTRACT

MICRO AND MEDIUM-SIZED BUSINESS OWNERS MOTIVATION PROCESS FOR ENTREPRENEURSHIP

Today dense network of relations, changes that took place and reveals the importance of continuously adapting to the changing requirements of globalization. This means that businesses in the country that must be followed when considering the most effective being possible to encounter multiple stops. Indeed, global sense of social need that might occur should the political and economic situation in any sense inevitable for all countries affected area will bring about. The most valuable assets a very important holding standing away from the old sense of the world economy today are businesses. Especially small (micro) and medium-sized enterprises active role in ensuring the economic existence and stability of countries has led to the necessity to recognize them more closely.

The aim of this study was small (micro) and medium-sized enterprises (SMEs) have to evaluate the findings obtained by making determinations about the motivation that pushes entrepreneurship process. Therefore, within the above-mentioned conditions; small (micro) and medium-sized businesses, along with a literature review of the concept of entrepreneurship and motivation; It tried to explain the concept and scope of the definition. Small (micro) and medium-sized business owners with a total of 100 enterprises and enterprises with a 51-question survey was administered.

According to socio-demographic variables in the study participants distributions and substance of scale with statistical tables and reliability analysis, factor analysis, regression and correlation analysis, t test and ANOVA analysis methods using SPSS 22.0 it was applied. Working mainly in small and medium-sized enterprises with the identification of factors that influence the motivation process that pushes entrepreneurship and removal were carried out according to the relationship between the factors.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZ

ABSTRACT

TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME (KOBİ) TANIM, KAVRAM VE KAPSAMI

1.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ) Kavramı.....	4
1.2. KOBİ'lerin Özellikleri	5
1.2.1.KOBİ'lerin Nicel Özellikleri.....	5
1.2.2. KOBİ'lerin Nitel Özellikleri	7
1.3. KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri.....	8
1.4. Dünyada KOBİ'ler.....	10
1.5. Türkiye'de KOBİ'ler	13
1.5.1. Türkiye'de KOBİ'lerin Karşılaştığı Avantajlar.....	16
1.5.2. Türkiye'de KOBİ'lerin Karşılaştığı Dezavantajlar	16
1.6. Türkiye'de KOBİ'lere Verilen Destekler	17
1.6.1. Türkiye'de KOBİ'lere Yönelik Bazı KOSGEB Destekleri	18
1.6.2. Türkiye'de KOBİ'lere Yönelik Bazı TÜBİTAK Destekleri.....	21
1.7. KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP).....	22
1.8. KOBİ'lerin 2014'te Dış Ticaret Performansı.....	23

İKİNCİ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ,
DÜNYA VE TÜRKİYEDE GİRİŞİMCİLİK

2.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimciliğin Kapsamı	25
2.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	28
2.3. Girişimciliğin Özellikleri	31
2.3.1. Kendine Güven Özelliği	31
2.3.2. Kontrol Merkezi Olma Özelliği	32
2.3.3. Risk Alabilme Becerileri.....	32
2.3.4. Belirsizliğe Karşı Hoşgörü Özelliği	33
2.3.5. Yenilikçilik Anlayışı.....	33
2.4. Girişimci Türleri.....	34
2.4.1. Kamu Girişimciliği	35
2.4.2. Piyasa Ekonomisi Girişimciliği.....	36
2.4.3. Büyük Girişimciler, Orta ve Küçük Girişimciler	36
2.4.4. Kurumsal, Yenilikçi, Girişimci, İç Girişimci, Tepkisel ve Orjinal Girişimcilik	37
2.5. Girişimcilerin İş Kurma Süreci Ve Aşamaları	38
2.5.1. İş Fikri.....	38
2.5.2. İş Kurma Süreci ve Temel Adımları.....	39
2.5.2.1. Motivasyon, Motivasyon Kaynakları, Motivasyona Sahip Olmak	40
2.5.2.2. İş Fikri, Ön Değerlendirmesi, Yapılabilirlik Araştırması.....	40
2.6. İş Planı	41
2.6.1. İş Planı Geliştirme	41
2.6.2. İş Kurma.....	42
2.7. Türkiye’de Girişimcilik	42
2.7.1. Özel Girişimciliğe Teşvik(1923-1929).....	44
2.7.2. Devletçilik ve Yansımaları (1930-1946 yılları arasında)	45
2.7.3. Liberal Ekonomiye Geçiş (1946-1960 yılları arasında)	46
2.7.4. Planlı Ekonomi Denemesi (1960-1980 yılları arasında)	47
2.7.5. Dışa Açık Liberal Ekonomi (1980’den günümüze)	48

2.8. Türkiye’deki Girişimciliğe Yönelik Küresel Girişimcilik Platformu(GEM) Araştırma Verileri.....	51
2.9. Türkiye Onuncu Kalkınma Planınca Girişimcilik ve KOBİ’lere İlişkin Gelişmeler ve Hedefler	56

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MOTİVASYON KAVRAMI, MOTİVASYON KURAMLARI, GİRİŞİMCİ MOTİVASYONU

3.1. Motivasyon.....	58
3.2. Motivasyon Çeşitleri.....	60
3.2.1.Fizyolojik Motivelere	60
3.2.2. İç Motivelere	60
3.2.3. Psiko-Sosyal Motivelere	61
3.3. Motivasyon Teorileri	61
3.3.1. Kapsam Teorileri.....	62
3.3.1.1. Maslow’un Gereksinimler Hiyerarşisi Kuramı.....	62
3.3.1.2. Herzberg’in Çift Faktör Kuramı	64
3.3.1.3. Alderfer’in ERG Kuramı	64
3.3.1.4. McClelland’ın Başarı Güdüsü Kuramı.....	65
3.3.2. Süreç Teorileri.....	65
3.3.2.1. Vroom’un Beklenti Teorisi.....	65
3.3.2.2. Lawler-Porter Modeli	66
3.3.2.3. Eşitlik Teorisi.....	66
3.3.2.4. Amaç Teorisi.....	67
3.4. Girişimci Motivasyonu	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
KÜÇÜK(MİKRO) VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME SAHİPLERİNİ
GİRİŞİMCİLİĞE İTEN MOTİVASYON SÜRECİ HAKKINDA BİR
ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Genel Değerlendirilmesi	69
4.1.1. Araştırmanın Amacı	69
4.1.2. Araştırmanın Hipotezleri	71
4.1.3. Araştırmanın Yöntemi	71
4.1.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları	72
4.1.5. Kullanılan Ölçekler ve Verilerin Toplanması	73
4.2. Araştırmanın Bulguları	73
4.2.1. Frekans Tablolarının Yorumlanması	73
4.2.2. Faktör Analizi	77
4.2.3. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	82
4.2.4. Demografik Değişkenlere Göre Farklılık Analizi	85
4.2.5. Korelasyon Analizi	112
4.2.6. Regresyon Analizi	125
SONUÇ	128
KAYNAKÇA	131
EKLER	144
Ek 1. Anket Formu	144

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1. AB ve Seçilmiş Diğer Bazı Ülkelere İlişkin Küçük ve Orta İşletme Bilgileri.....	12
Tablo 2. AB ve Seçilmiş Diğer Bazı Ülkelere İlişkin Küçük ve Orta İşletme Ölçek Dağılımları	12
Tablo 3. Türkiye’de KOBİ’lerin Kriterlere Göre Ayrımı	14
Tablo 4. Türkiye’de Kullanılan KOBİ’ Tanımları	14
Tablo 5. Türkiye’deki KOBİ’lerin Sayısal Dağılımı	15
Tablo 6. KOBİ’lere Yönelik Verilen Destekler	17
Tablo 7. Çalışan Sayısının İhracat ve İthalat Girişimlerine Oranı.....	24
Tablo 8. Girişimcilik Çeşitleri.....	35
Tablo 9. Türkiye’deki GEM Erken Dönem Girişimcilik Endeksi(2006-2012).....	52
Tablo 10. 2006-2012 Yılları GEM araştırma sonuçları (Türkiye verileri ve kategori ortalamaları) ..	54
Tablo 11. Girişimcilik ve KOBİ’lere İlişkin Gelişmeler ve Hedefler.....	56
Tablo 12. Demografik Değişkenlere Ait Frekans Dağılımı.....	74
Tablo 13. Ailenizde girişimci var mı? Var ise kaç yıldır girişimci?	75
Tablo 14. Girişimcilik ile ilgili Değişkenlere Ait Frekans Dağılımı.....	76
Tablo 15. KMO ve Bartlett's Test Sonuçları	78
Tablo 16. Ölçeğe Ait Toplam Açıklanan Varyans.....	79
Tablo 17. Ölçeğe Ait Faktör Yükleri	80
Tablo 18. Ölçeğe Ait Güvenirlilik Analizi	83
Tablo 19. Ölçek ve Alt Boyutlarına Ait Betimleyici İstatistikler	84
Tablo 20. Cinsiyete Göre Farklılık Analizi.....	85
Tablo 21. Medeni Duruma Göre Farklılık Analizi.....	88
Tablo 22. Ailede Girişimci Olma Durumuna Göre Farklılık Analizi.....	91
Tablo 23. Yaş Değişkenine Göre Farklılık Analizi	94
Tablo 24. Eğitim Durumuna Göre Farklılık Analizi.....	98
Tablo 25. Yabancı Dil Bilgisi Durumuna Göre Farklılık Analizi	102
Tablo 26. İşletmenizde Size Bağlı Olarak Çalışan Sayısı Değişkenine Göre Farklılık Analizi	105
Tablo 27. İşletme Süresi Değişkenine Göre Farklılık Analizi.....	109
Tablo 28. Korelasyon Analizi	112
Tablo 29. Regresyon Analizi	125

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. 2005-2014 Dönemi Destek Bütçesi ve Gerçekleşmeleri (Milyon TL)	20
Şekil 2. Destek Türlerine Göre Gerçekleşme Dağılımı (Milyon TL)	21
Şekil 3. Çalışan sayısına göre girişimlerin dış ticaretteki payı, 2014	23
Şekil 4. Girişimcilerin Özellikleri	34
Şekil 5. Maslow Hiyeerarşi Piramidi.....	62
Şekil 6. Araştırmanın Modeli	70

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma- Geliştirme
CİLT	: Cilt
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EUREKA	: Avrupa Araştırma Koordinasyon Ajansı
FMKD	: Faktör Maliyetli Katma Değer
GEM	: Global Entrepreneurship Monitor
GSMH	: Gayri Safı Milli Hasıla
IMF	: Uluslar arası Para Fonu
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSEP	: Kobi Strateji Eylem Planı
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
S	: Sayı
SBE	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
SPSS	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi
T.C	: Türkiye Cumhuriyeti
TDK	: Türk Dil Kurumu
TL	: Türk Lirası
TUBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜRKOFED : Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu

UK : United Kingdom

YDT : Yayınlanmamış Doktora Tezi

YYLT : Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi

GİRİŞ

-Çalışmanın Amacı: Çağımızın durmaksızın ilerleyen en önemli olgusu değişim ve bu değişimin yarattığı sosyal, kültürel ve ekonomik yaşam içerisinde var olabilmek ve bu mevcudiyeti devam ettirebilmektir. Günümüzde değişimin anlamı; geniş alanlardan bireysel alanlara kadar doğru algılanıp; yaşanan bu süreci gerek toplumsal gerekse bireysel avantajlara çevirmek yönünde hareket edilmelidir. Bu değişim hareketlerinin en başta ülkeler bazında doğru algılanması ülkenin çeşitli alanlarında refah sağlayabilmesi açısından değerlidir.

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de değişim olgusunun yarattığı zeminde gerek yeni işletmeler gerekse varlığını sürdüren işletmelerin sürdürebilir bir hal alması ülke ekonomisindeki dengenin sağlanmasında büyük rol oynamaktadır.

Türkiye için küçük(mikro) ve orta ölçekli işletmelerin varlığı yadsınamayacak yere sahip olup bu işletmelerin kapsamı, onları ticari hayata adım atmaya hangi şartların ittiği ve girişimci olarak çıktıkları yolda nasıl motive olduklarına dair araştırma ve verileri bir arada içeren araştırmaların sayısı kısıtlıdır. Oysa Türkiye gibi önemli genç nüfus oranına sahip ülkemizde ekonominin ayakta durmasını sağlayan KOBİ'ler ve bu işletmeleri kuranların girişimci özelliklerinin motivasyon süreçleri hakkında oluşturulan çalışmalardan yön gösterici nitelikte faydalanılabilir.

Bu bağlamda hazırlanan bu çalışmanın amacı öncelikle küçük(mikro) ve orta ölçekli işletmeler hakkında bilgi sahibi olmak, girişimcilik olgusunu kavramak ve KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecini hakkında bir yargıya ulaşmak olacaktır.

-Çalışmanın Önemi: Türkiye'de küçük(mikro) ve orta ölçekli işletmelerin varlığı ekonominin can damarı niteliğinde olup bu işletmeler hakkında çeşitli çalışmaların ve araştırmaların yapılmasını ülkemizin iktisadi yaşamına yön verecektir. Çalışmada ele alınacak olan KOBİ kavramı ve kapsamı ile birlikte günümüzde ekonomik sahada aktif bir rol oynayıcı olan girişimcilik üzerinde güncel ülke verilerinin ele alınması ve motivasyon unsurlarına değinilmesi; ülkemizdeki

KOBİ'leri ve sahiplerini ekonomik yaşamda girişimci olarak var eden girişimcilik özelliklerini ve motivasyon unsurlarını ortaya koymak konuya bakış açısı getirecek ve ışık tutacaktır.

-Çalışmanın Planı: Bu çalışmanın ana konusu; küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecidir. Bu manada küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme(KOBİ), girişimcilik ve motivasyon kavramları ve bu kavramların birbirine etkisini saptayan bir çalışma planı oluşturulmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde; küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme tanım kavram ve kapsamına yer verilmiş olup bununla birlikte KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP) ve KOBİ'lerin 2014'te Dış Ticaret Performansı ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde; girişimcilik kavramı, özellikleri, tarihsel gelişimi, dünyada girişimcilik, Türkiye'de girişimcilik ve GEM(Küresel Girişimcilik Raporu)'in Türkiye değerlendirmelerine yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümüne gelindiğinde; motivasyon, motivasyon çeşitleri, motivasyon kuramları ve girişimci motivasyonuna değinilmiş olup son bölüm olan dördüncü bölümde ise; küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci başlığı altında bir alan araştırması yapılmış ve bu araştırmanın; modeli, verilerinin toplanılması ve analizlerine yer verilmiştir.

-Kullanılan Metot ve Teknikler: Bu tez çalışması kapsamında konuyla ilgili literatür taraması yapılmış; alan çalışması kısmında anketlerin değerlendirilmesinde 5'li Likert ölçeği tercih edilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır.

Örnekleme İstanbul'da faaliyet halinde bulunan 100 küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme sahibini kapsamaktadır. Örnekleme kapsamında oluşturulan anket; işletme sahiplerinin büyük bir kısmı ile yüz yüze görüşülerek sınırlı bir kısmı ile ise e-mail yoluyla anket çalışması uygulanarak gerçekleştirilmiştir.

-Karşılaşılan Zorluk ve Sınırlamalar: Küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci adı altındaki çalışma 100 KOBİ sahibi ile yapılan anket çalışması dahilinde yürütülmüştür.

İşletme sahiplerine randevusuz ulaşmanın engel teşkil ettiği bizzat deneyimlenerek gözlemlenmiştir. Bununla birlikte işletme sahiplerinin mevcut çalışanların çalışma saatlerine tabi olmaması ve toplantıları, yurtdışı seyahatleri gibi çeşitli nedenlerle işletmenin fiziki ortamında bulunamaması da gözlemlenen diğer zorluk olarak ele alınabilir. Özellikle e-mail ile ulaşılan kısıtlı orandaki işletme sahiplerinin araştırmanın gizliliği hakkında aşırı hassasiyet gösterdikleri ve yüz yüze görüşülen işletme sahiplerine oranla daha zor bir iletişim gerçekleştiği kanısına varılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME (KOBİ) TANIM, KAVRAM VE KAPSAMI

1.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ) Kavramı

KOBİ'ler geçmiş süreçlerden günümüze kadar olan dönemde; ülkelerin ekonomik istikrarında ticari faaliyetlere sahip değerli varlıklar olmuştur. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin bugünkü anlamına kavuşmasında birçok zaman diliminden geçmesi ve bu zaman dilimleri içerisinde şekillenmesinin çok büyük önemi vardır.

KOBİ'ler geçtiği ve geçmekte olduğu dönemler içinde kesin bir tanıma tabi tutulmamıştır. Bu durum ilk bakışta bir kavram tanımsızlığı ve dezavantaj gibi algılanmasına sebep olmuştur. Ancak günümüzün en sabit olmayan kavramının değişimler olduğu göz önüne alındığında hakkında kesin bir yargı olmaması dezavantaj bir yana sağlıklı bir durumu yansıtır.

Ekonomi düşünürü olan İngiliz bilimci E.F. Schumacher yazmış olduğu 'Küçük Güzeldir' eserinde; KOBİ'lere farklı perspektiflerden bakmamızda bir sav oluşturmuştur (Tomur 2004, 1). Schumacher bugünkü dünya insanının isteklerinde küçük işletmelerin yerini şöyle ifade etmektedir; fiyat bakımından herkese ulaşılabilir olması sebebiyle bu işletmelerin cazip olduğunu ve kişilerin doğalarına uygunluğundan ötürü becerilerinde, üretimlerinde, tekniklerinde ve yöntemlerinde küçük işletmelerin önemli ölçüde ihtiyaç yaratan varlıklar olduğu şeklindedir (Schumacher 2010, 21).

KOBİ'ler ülkelerin Gayri Safi Millî Hâsıla (GSMH) içerisinde olan paylarıyla Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerindeki toplam olan firma sayısının % 97'sinden daha fazlasını kapsamaktadır (Turpçu 2014, 5).

Avrupa Birliği (AB)'ne mensup ülkeler ve bu ülkelerde mevcut olan çeşitli sektörler ile bu sektörlerdeki ayırt edici özellikler; çalışanların sayısı doğrultusunda sektör ve ülkeler bazında bazı ayırt edici KOBİ tanımına sahip olmayı önermekte ve bunu şöyle ifade etmektedir (Karabulut, Ersungur ve Kızıltan 2005, 327) ;

- “10-49 kişi aralığında çalışanı olan işletmeler; küçük işletmeler,
- 50-249 kişi aralığında çalışanı olan işletmeler; orta boy işletmeler”.

Bu oranlar genel bir kanı yaratmak için var olmakla birlikte bugün kendi ülkemizde KOBİ’lerin bu başlıklara sahip olmasını sağlayacak sayısal aralıklar bu ifadeden farklı olacaktır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun tanımına göre; çalışanlar sayılarına göre 1-19, 20-49, 50-99, 100-249, 250+ olarak gruplandırılmış olup çalışan sayısı 250’den az teşebbüsler KOBİ olarak tanımlanmıştır (www.tuik.gov.tr).

KOBİ’ler hakkında çeşitli ülkelerin birbirinden farklı tanımlamaları ve bu işletmeler hakkında değerlendirmelerine rastlamak mümkündür. Bu noktada işletmeleri yalnızca tanım bazında ele almaktan çıkartıp tüm özellikleri ile değerlendirmek onların mevcudiyetini sürdürdüğü ülkelerin hangi alanlarına ne ölçüde etki ettiklerini gözlemlememiz açısından faydalı olacaktır. KOBİ’lerin tüm özellikleriyle değerlendirilen etkilerden doğacak durumlar ve bu durumlar karşısında ülkelerin belirleyeceği sosyal, politik ve ekonomik politikalar sürdürülebilir ülke yaşamı için vazgeçilmez öneme sahip olacaktır.

1.2. KOBİ’lerin Özellikleri

KOBİ’ler ele alınırken önemli olan diğer unsurlar; ölçülebilen (nicel) özellikler ve ölçülemeyen (nitel) özelliklerin bütünüyle değerlendirilmesidir. Ölçülebilen özellikler kadar ölçülemeyen özellikler de aynı öneme sahip olup; işletmeyi bu çoklu yönleriyle tanımlayıp kendilerini var eden işletmelerin sahipleri girişimci kişilikler bu işletmelerin varlığının temeli olacaktır (Müftüoğlu 1998, 141).

1.2.1.KOBİ’lerin Nicel Özellikleri

KOBİ’ler açıklanırken nicel başka bir ifadeyle teknik olarak adlandırılan özellikler en rağbet gören unsurlar olarak görülmektedir.

Bunun nedeni gerek ekonomik hayatın içinde gerekse işletme yaşamının içinde bulunduğu konjektürde ölçülebilen teknik bazlı durumların daha kolay açıklanabilmesi ve açıklanan durumların işletmelerin içinde bulunduğu ekonomik yaşama yön verebilme özelliğindendir.

Nicel özelliklerin ölçütleri belirlenirken; ölçme işleminin yer verileceği bilgilerin elde edilebilirliğinin zor olmaması, bu ölçüt özelliklerinin işletme ve işletmeye ait potansiyel üretme gücünü açıklayabilir özellikte olması, parasal ölçütlerin esas alınmaması ve nicel ölçütlerin fiziki birimler esas alınarak ölçülmesi böylelikle parasal iniş çıkışlardan en az etkilenecek hale dönüşmesi esas alınmalıdır (Müftüoğlu 1998, 142-143).

İşletme büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılan nicel ölçütler (Uçkun 2009, 122);

- “İşletmelerin pazar payı
- İşletmelerin sahip olduğu üretim kapasiteleri
- İşletmede çalışan personel sayısı
- Teknik olarak sahip olunan makine sayısı
- Kullanılabilir alanlar ve hacimler
- İşletmede sabit olunan varlıkların değeri
- Satışların tutarı
- Katma değer
- Makine parkı ve değeri gibidir”.

KOBİ’ler için yapılan nicel tanımlamalarla devletten alınacak teşvik ve bu teşviklerin özellikleri belirlenecektir. Bu noktada ülkelerin işletmeleri yansız olarak değerlendirebilirliğinde nicel özelliklerden faydalanması işletmelerin eşit koşullarda değerlendirilmesi açısından önem arz eder.

Doğru işletmeye doğru teşvikin verilmesinin; objektif bir analiz sonucu gerçekleşmesinin önemi büyüktür. Nitekim tüm bu tarafsız değerlendirmeler sonucunda; işletmelerin var olduğu alanda onları destekleyici kapılar açacak önemli fırsatlar ortaya çıkacaktır. Böylelikle başta işletmelerin gelişmesi ve sonrasında ekonominin vazgeçilmez öğeleri haline gelmesinde büyük pay sahibi olacaktır.

1.2.2. KOBİ'lerin Nitel Özellikleri

KOBİ tanımlanmasında etkili olan niteliksel özellikler genellikle sosyolojik ölçütlerin ele alındığı değerlendirmeleri içeren özelliklerdir. KOBİ'ler tanımlanmaya çalışılırken nicel özellikler mutlak önemli paya sahip olacak fakat yeterli olmayacaktır. Kapsamlı bir tanımlama çalışmasının ele alınmasında bu işletmelerin nitel özelliklerini bilmek tamamlayıcı bir unsur olacaktır.

KOBİ'lerin nitelik yönünden değerlendirme kriterleri şu şekilde sıralanabilir (Özgül 2005, 2-3);

- “İşletmedeki hedef olan pazarın kapsadığı alan
- İşletmenin sahibi ve işletmenin kendi yapısının özdeşleşme seviyesi
- İşletme yönetiminin ilkelerinin ve tekniklerinin uygulanabilirlik seviyesi
- İşletmenin sahipleri olan şahısların işletmede reel çalışması
- İşletmenin yönetim şekillerinin bireysellik derecesi
- İşçi ve işveren arasında kurulan ilişkilerin yakınlığı
- İşletme içi iş bölümünün ve uzmanlaşma eğilimlerinin düzeyi
- Sermayenin kısıtlı olması
- Sermaye piyasalarına katılma düzeyi
- Kaynak olan finansmanların ulaşabildiği genişlik”.

Gelişme düzeyinde önde giden ve henüz bu düzeyi yakalamaya çalışan ülkelerin kalkınmışlıkları, sosyal, politik, ekonomik ve coğrafi özellikleri birbirinden farklı olsa dahi; işletmelerin sayısı, istihdamları, yatırımları ve ortak yönlerinin ortaya çıkmasında; KOBİ'lerin ülke ekonomisinde sahip olduğu alan ve toplumun istikrarında yön veren olması rol oynayacaktır (Yalın 1987, 27).

KOBİ'lerin ifade edilen öneminden dolayı tanımlanması çok dikkatli yapılmalıdır. KOBİ vasıftaki işletmelerin tarif edilmesinde bahsettiğimiz birden fazla nicel ve nitel özellik yer almaktadır. İşletmeleri tüm yönüyle kavrayabilmenin yolu onları bütünsel olarak ele almaktan geçmektedir. İfade ettiğimiz nicel ve nitel KOBİ tanıma ölçütleri kendi içlerinde bir bütünlük oluşturmak koşuluyla KOBİ kavramının bütünleşmiş halini karşımıza çıkaracaktır.

1.3. KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri

Ekonomi dünya zemininde yer alan bütün ülkelerin yapısal olarak düzeni, bulunduğu alanda kendini gerçekleştirmesi ve ilerleme göstermesi açısından en önemli olgudur. Ekonominin can damarı işletmelerdir ve işletmelerin varlığını sürdürdüğü alan ve bu alanın istikrar ortamındaki yeri işletmeleri ekonominin en önemli aktörü yapacaktır. Bununla birlikte işletmeler için olmazsa olmaz kaynak olan insan ve insanların istihdam sorunlarının ekonomin içindeki yeri ve düzeyi geleceğe yön vermek açısından önemlidir. Ülkelerin ekonomilerinde KOBİ'lerin varlığı onların ekonomik istihdamın içindeki rolüne göre şekillenmektedir.

Tarih sahnesinde özellikle küçük işletmeler sanayinin ortaya çıkması sürecinde etkin varlıklar olmuştur. Sanayileşme ile birlikte kitle üretim ve ölçek ekonomisinin çeşitli olumlu yönlerinin devreye girmesi; KOBİ'lerin ülkeden ülkeye farklılıklara sahip olma özelliğiyle beraber varlıklarını ve önemlerini korumuştur (Taş 2010, 72).

Büyük işletmeler birçok ülke için belirleyici bir ekonomik alan sunmaktadır yalnız gelişmekte olan ülkelerin asıl belirleyici özellikleri sahip oldukları KOBİ'lerin kendilerini var etmeleri ve bu varlığı koruma çalışmaları ile şekillenmektedir. Bugün dünyada var olan ülkelerin büyük çoğunluğunun hedefi; günümüz dünyasının yoğun rekabet ortamında birbirlerinin arkasında kalmamak ve içinde bulundukları ticari dünyanın avantajlarını daha çok değerlendirmek yönündedir.

Ekonomi dünyasının en çok çekindiği ve korktuğu kavram; gerek küresel gerekse bölgesel temelde yaşanabilecek ekonomik krizlerdir. Kriz birçok araştırmacının farklı tanımlarla ele aldığı bir olgu özelliği taşımaktadır. Genel anlamda krizi ele aldığımızda; kriz, tehdit edici müdahale edilmede yetersiz kalma durumudur (Mitroff, Christine 1993, 21) . Globalleşme denilen dünyanın sınırlarını yerle bir eden olgu aslında birden fazla yarar sağlarken yanında riskleri de getirmektedir. Bu durum da günümüz örgütlerinde göz önünde bulundurulması gereken önemli bir faktördür.

KOBİ'lerin ekonomiye katkılarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Taş 2010, 74);

- “Oluşabilecek değişik ve yeni fikirler için önemli kaynaklar sağlar ve bu özelliği de endüstri ve sanayi için gerekli olabilecek esnek olma özelliğine fayda sağlayacaktır.
- Ülkelerin ekonomik yapısındaki gerek ekonomi ile ilgili gerekse sosyal açıdan olması gereken denge unsurunu doğru yönetmek için değerlidir.
- Ülkelerin sanayileşmesi ve üretim faaliyetlerin belli bir bölge içinden sıyrılıp geniş bir alana yayılmasına olanak sağlar.
- Yönetim ve işletmeyle ilgili olabilecek giderlerin düşük seviyede seyretmesi nedeniyle, hızlı üretme fonksiyonuna sahiptir.
- KOBİ'ler çoğu nitelikli elemanların ilk eğitimlerini aldıkları yerlerdir.
- Büyük olmayan tasarruflar dahi olsa sahip oldukları küçük çaplı tasarrufları ve ailelerin birikimlerini yatırımlara yönelterek oluşan sermayeyi tabana ulaşması ve yayılmasında çok önemli fayda sağlamaktadır.
- Çalışanların kişisel olarak karar vermelerine ve bu kararları hayata geçirmelerine olanak sağlayan kuruluşlar olup bu kişilerin istihdamına ve eğitimine verdikleri katkılarla onların kişisel gelişimlerinde önemli bir yere sahiptirler.
- Ülkelerin hayat standartlarında ve bu standartların gün geçtikçe olumlu yönde seyretmesinde destekleyicidir. Bunu sosyal açıdan ve politik açıdan tercih edilmeyen ekonomik iş güçlerini ve sermayeyi küçük hale getirerek kullanılmaya yönlendirmesi ile başarırlar.
- Ülkelerin yaşayabileceği savaş ortamı gibi kötü durumlarda varlığını koruyamayan büyük işletmeler yerine KOBİ'lerin üretime ve çalışma hayatına devam etmeleri bunun yanında oluşabilecek ihtiyaçlara cevap verebilecek özelliğe sahip olmaları işletmelerin önemini kavramamız açısından değerlidir”.

Ekonomik krizler belirsizlik ve değişimi hızla meydana getiren süreçlerdir. Seçme, yönlendirme ve farklılaştırmayı doğru yönetmek işletmeler için yetenek ve yeteneksizliğin belirleyici deneyimidir (Gladwell 2009, 24). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin değişim ve yenilikler konusunda bakış açılarının geniş olduğu ve bu esnek yaklaşımların işletme çalışanları ile olan ilişkilerde de aynı doğrultuda yürütülerek değişimi doğru algılayıp ekonomik ilerlemede dinamik olmayı ve canlılığı kazandırdığı söylenebilir (Bağrıaçık 1991, 139). Bu noktada değişim ve rekabet ortamını doğru kavrayan KOBİ'lerin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

1.4. Dünyada KOBİ'ler

KOBİ'ler; girişimciler, fikirleri ve tüm bu durumlardan elde edilen başarıların doğru yönde sürdürölmesi için yapılan bir takım çalışmalar etrafında var olmaktadır.

Sanayi devrimi tüm dünya için yeni başlangıçların eşiği olmuştur. Bu eşikten atlayıp ilerleme arzusunda olan dünya ölkeleri gerek sosyal gerekse ekonomik alanlarda meydana gelen değişimlere ayak uydurmak zorunluluğunu benimsemişlerdir.

Büyük işletmelerin ekonomik pastadan daha çok faydalandığı dönem olan endüstri devriminin ilk yıllarında küçük ve orta düzeydeki işletme faaliyetleri kısıtlı ve değer açısından düşük seviyelerde varlığını ve önemini korumuştur. İlerleyen dönemlerde çeşitli alanlarda yaşanan ekonomik krizlerle birlikte küçük ve orta seviyeli işletmelerin öneminin kavranması açısından önemli süreçler olmuştur.

Günümüz dünyasında hala önemini yitirmeyen en önemli kaynak insan ve insan gücü olduğundan; meydana gelen yenilik ve değişim sürecinden ilk önce etkilenecek yine bu insan gücü ve bu güç ile varlığını sürdüren ekonomik güç sağlayıcı işletmelerdir. KOBİ'lerin esnek olan yapısı ile ekonomide meydana gelen olumsuzluklar KOBİ ve çalışanlarının bu olumsuzluklardan doğan değişime daha çabuk adapte olmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle bakıldığında ekonomide istihdam oluşturmak ve rekabet ortamına uyum sağlamada KOBİ'lerin rolü giderek artmıştır (İraz 2008, 227).

KOBİ'lerin dünya ekonomisinde yer edinirliği ve etkileri sayısal karşılaştırmalar ile daha elle tutulur kanıtlara ulaşmayı sağlayacaktır.

Toplam istihdam içerisinde KOBİ'lerde çalışan işçi sayısı (Karabıçak, Altuntepe 2001, 365);

- “Japonya’da toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %81
- Batı Almanya’da toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %64
- ABD’de toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %54
- Şili’de toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %51.6
- Kanada’da toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %42
- Tayland’da toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %40
- Avrupa Birliği’nde toplam istihdam içinde KOBİ’lerde çalışan işçilerin oranı; %62,4”.

KOBİ'leri sahip oldukları işçi çalıştırma sayısına göre sınıflandırmada ve ülkelere katkıları bazında değerlendirmede de yukarıdaki oranları destekleyici sayısal değerlerle karşılaşmanın mümkün olduğu görülmektedir. Bu değerler ülkelerin uluslar arası alandaki ekonomik gücünün simgesi niteliği taşıyan ihracat oranlarına da olumlu etkiler sağlamaktadır.

Küçük ve orta işletmeler varlığını sürdürmekte olan bütün kuruluşların içinde yer edindiği pay, istihdama katkı ve sağladığı katma değerler çeşitli ülkeler için işletmemeler hakkında değerlendirme yapmanın ölçütleridir. Buradan yola çıkıldığında dünyadaki bazı KOBİ'lerin güncel dağılımlarını tablo yardımıyla daha net gözlemleyebiliriz.

Tablo 1. AB ve Seçilmiş Diğer Bazı Ülkelere İlişkin Küçük ve Orta İşletme Bilgileri

Ülke	Yıl	Kobi Sayısı	İstihdam	GSKD
AB28	2013	21,571 Milyon	88,844	3.667
ABD	2011	18,2 Milyon	48,7	3.300
Brezilya	2011	4,2 Milyon	23,3	600
Hindistan	2011	24,5 Milyon	73	-
İsrail	2011	370 Bin	1,2	45
Japonya	2012	3,9 Milyon	33,5	-
Norveç	2013	282 Bin	1	156,2
Rusya	2011	1,7 Milyon	11,4	700

Kaynak: KOSGEB, 2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, 2015, s.40

KOBİ'lerin Türkiye için olduğu gibi Avrupa ve Avrupa ekonomisi açısından da vazgeçilmez unsur olma özelliğini taşıdığı göz önünde bulundurulduğunda Tablo 1'deki verilerin de desteğiyle bir takım analizler yapmak mümkün olacaktır. Buna göre 88,844 çalışanı iş yaşamına katan AB28 ülkelerinin 2013 yılında 21,571 Milyon KOBİ faaliyetine rastlanmaktadır. Bunun sonucunda da 3.667 Trilyon katma değere ulaşmıştır. Değerlerin analiz edilmesi ülke, yıl, KOBİ sayısı, istihdam ve katma değere göre sınıflandırılmıştır. Analizden de görüldüğü üzere AB28'in faaliyette olan KOBİ'leri ülkemizden yaklaşık olarak 7 kat daha fazla olup çalışan istihdam oranı da ülkemizin yaklaşık olarak 9 katına denk gelmektedir.

Avrupa Birliği ve diğer dünya ülkelerinde KOBİ'lerin ölçek olarak dağılımları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. AB ve Seçilmiş Diğer Bazı Ülkelere İlişkin Küçük ve Orta İşletme Ölçek Dağılımları

ÜLKE	YIL	MİKRO	KÜÇÜK	ORTA
AB28	2013	92,6	6,4	1,0
ABD	2011	95,4	3,8	0,8
İsrail	2012	86,0	10,8	3,2
Kore	2010	96,5	3,3	0,2
Norveç	2010	81,6	16,1	2,3
Rusya	2012	95,8	3,9	0,3

Kaynak: KOSGEB, 2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, 2015, s.40

Bu veriler doğrultusunda gelişmiş ülkelerin ölçek dağılımlarında KOBİ'lerin oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bu değerlendirmelere ek olarak göz önünde bulundurulması gereken en önemli husus KOBİ'lerin tanımsal temelde ülkeden ülkeye değişiklik göstermesidir.

1.5. Türkiye’de KOBİ’ler

KOBİ'ler varlığını sürdürdüğü dünyanın tüm ülkeleri için gerekli olan ekonomik istihdam sağlayıcı özelliği ile bugün için vazgeçilmez ekonomik kaynak olma niteliği sürdürmektedir. Bu doğrultuda ele alındığında KOBİ'lerin ülkemiz için de kıymetli finansal zeminin oluşmasında aktif varlıklar olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye’de KOBİ tanımı Bakanlar Kurulu tarafınca 2005 yılında 9617 sayılı karar ile kabul edilmiş ve ‘Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Sınıflandırılması ve Nitelikleri Hakkında Yönetmelik’ resmi gazetelerde 18 Kasım 2005 tarihi ile yayımlanıp bu tarihten altı ay sonra yürürlüğe girmiştir (Erol 2010, 171).

Yönetmelik çerçevesinde KOBİ’ler bu yönetmeliğin 4. Maddesi gereğince şu şekilde tanımlanmaktadır (29 Aralık 2005 tarih ve 26038 Sayılı Resmi Gazete);

- “Mikro İşletme: Yıllık olarak elde ettiği hasılatı ya da mali olarak sahip olduğu bilançosunda görülen rakam 1 milyon TL’yi aşmayan ve yıllık olarak 10 kişiden az çalışan istihdam eden oldukça küçük işletmelerdir.
- Küçük İşletme: Net olan satış miktarı ve sahip olduğu mali bilançoda gözüken rakam 5milyon TL’yi aşmayan, 50 kişiden az yıllık çalışan gücüne sahip işletmelerin sahip olduğu vasıftır.
- Orta İşletme: Bu işletmeler yıllık iş gücüne katılan sayısı olarak 250’den az çalışan barındıran bununla birlikte 1 yıllık hasılatı ya da bilançosu 25 milyon TL’yi aşmayan işletmelerdir”.

04.11.2012 tarih ve 790 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ile KOBİ tanımı revize edilmiştir (<http://www.kobi.org.tr/>). Bu tanıma göre, KOBİ’ler Tablo 3’de sınıflandırılmaktadır.

Tablo 3. Türkiye’de KOBİ’lerin Kriterlere Göre Ayrımı

Kriter / KOBİ	Mikro	Küçük	Orta
Çalışan Personel Sayısı	< 10	< 50	< 250
Yıllık Net Satış Hâsılatı	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	≤ 1 Milyon TL	≤ 8 Milyon TL	≤ 40 Milyon TL

Kaynak: Kobi Bilgi Sitesi, TOBB Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği “Türkiye’de KOBİ Tanımı (<http://www.kobi.org.tr/>)

KOBİ’ler sahip olduğu bu tanımların yanında ülkemizde bulunan ve onların gelişmesi, varlığını sürdürmesi için çeşitli maddi ya da manevi imkânlar tanıyan kuruluşlarca da çeşitli vasıflarla tanımlanabilmektedir. İşletmelerin sahip oldukları işletme yapısına ve sundukları hizmetler çerçevesinde meydana gelen tanımlar aşağıda bulunan tablodaki gibidir (Ertan 2010, 9-10):

Tablo 4. Türkiye’de Kullanılan KOBİ’ Tanımları

Kuruluş	Kriterler	Mikro	Küçük	Orta	Tanım Kapsamı
KOSGEB	İşçi	-	1-50	51-150	İmalat Sanayi
	Yatırım	-	-	-	
Halkbank	İşçi	-	-	1-250	İmalat, Sanayi, Turizm, Yazılım
	Yatırım	230.000	230.000	230.000	
Hazine Müsteşarlığı	İşçi	1-9	10-49	50-250	İmalat, Turizm, Eğitim, Sağlık, Yazılım
	Yatırım	350.000	350.000	350.000	
Dış Ticaret Müsteşarlığı	İşçi	-	-	1-200	İmalat Sanayi
	Yatırım	-	-	1.830.000	
EXİMBANK	İşçi	-	-	1-200	İmalat Sanayi
	Yatırım	-	-	-	

Kaynak: Ertan, F., (2010) “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ)’lere Sağlanan Kamusal Ar-Ge Teşvikleri: Kamusal Ar-Ge Teşviklerinin Kobiler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Anket Çalışması” YYLT, Ankara Üniversitesi SBE, Ankara, s. 10

Türkiye gelişmekte olan ÷lke sınıflandırmasına tabi olup böyle ÷lkeler için geçerli olan sanayileşme ve sanayileşme ile politikaları tek yönlü olmamış karma bir sanayileşme sürecini benimsemiştir. Bu yargı ile ilgili çeşitli süreçler Osmanlı döneminden cumhuriyet dönemi ve sonrası döneme kadar karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 19. yy itibarı ile kurulan Hereke Fabrikası, Beykoz ayakkabı fabrikası ve ilerleyen dönemlerde karşımıza çıkan madencilik, yakıt sanayisi, denizcilik tesisleri gibi örnekler gerek kamu gerekse özel sektörün öncülüğünde meydana gelmiştir (Çoşkun 2005, 851-852).

Geçmişteki geleneksel görüşlerin, KOBİ'leri; büyüemeyen ya da büyüme başarısı gösteremeyen kurumlar olarak ele alma taraftarı olduğu ve bu yönde ifadelerle tanımladığı gözlemlenmektedir. Bu noktada bu görüşün geçerliliğini korumadığı gerek dünya bazında gerekse ÷lkemiz bazında KOBİ'ler üzerinde yapılan araştırmalar ve bu çalışmalar sonucu ortaya çıkan rakamlarla karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'nin sanayi yaşamı Avrupa Birliği ÷lkelerine göre küçük ve orta ölçekli yapıda olup, genel manada Türkiye'de bulunan KOBİ'lerin mevcut bütün firmaların büyük bir yüzdesini kapsamaktadır. KOBİ'lerin 2014 girişim istatistiklerine bakıldığında bu durum net olarak gözlemlenebilir. TÜİK güncel verilerince sanayi ve hizmet sektöründe 2 646 117 girişimin faaliyetine rastlanıp; KOBİ'lerin toplam girişim sayısının %99,8'ini, istihdamın %75,8'ini, maaş ve ücretlerin %54,5'ini, cironun %63,3'ünü, faktör maliyetiyle katma değerin (FMKD) %54,2'sini ve maddi mallara ilişkin brüt yatırımın %53,2'sini oluşturduğu gör÷lmektedir (.http://www.tuik.gov.tr/).

Tablo 5. Türkiye'deki KOBİ'lerin Sayısal Dağılımı

Ölçek (Kişi)	Girişim Sayısı	Yüzdesi (%)
Sadece İşletme Sahibi	23.762	1,38
1-9	1.633.509	94,94
10-49	53.246	3,09
50-99	5.080	0,3
100-150	1.804	0,1
151-249	1.387	0,08
Toplam	1.718.788	99,89

Kaynak: TÜRKONFED "KOBİ'lerde Finansmana Erişim", 2009, s.19

1.5.1. Türkiye’de KOBİ’lerin Karşılaştığı Avantajlar

KOBİ’lerin sağladığı avantajlar ve bu avantajlardan doğan ekonomik katkılar; bölgesel olarak sanayinin gelişmesi, teknik olarak tamir ve bakım işlerinin yapılması, özel yetenek gerektiren ürünlerin üretiminde etkili olması ve büyük sanayi işletmelerin yardımcısı olmasıdır (Akgemci 2001, 19). İşletmeler tarafından doğru algılanabilen ve yönetilebilen bu kritik süreçler avantajlar ile gelen bir başarı unsuru olma özelliği gösterecektir.

Esnek ve dinamik bir yapıya sahip işletmeler; uyum sürecini kolay tamamlamakta böylelikle de büyük işletmeler için girilmesi zor olan alanlarda faaliyet gösterebilmektedir (Erkan, Eleren 2001, 1). Faaliyet alanı genişleyen işletmeler birden fazla destekleyici unsurun etkisi ile çok yönlü işletme stratejileri geliştirecektir. Türkiye’de KOBİ’lerin kapsadığı alanın genişliği nedeniyle; gelişmede meydana gelebilecek farkların ortadan kalkmasına, mülki hakların alanının genişlemesine, istihdam oranlarında olumlu etkilere ve ülkelerin demokratik yapısına önemli avantajlar sağlamaktadır (Akgemci 2001, 5-7).

1.5.2. Türkiye’de KOBİ’lerin Karşılaştığı Dezavantajlar

KOBİ’lerin finansal yapıları günümüzde dahi oldukça korumacı ve muhafazakâr anlayış biçimiyle yönetilmektedirler (Yıldıran 2009, 16). Bu açıdan ele alındığında sahip oldukları yapının özellikle finans oluşumları ve krizleri yönetme becerileri düşük seviyede seyrettiğini söylemek mümkündür. KOBİ’lerin sermaye yapılarındaki yetersizlik, işletme yönetiminde profesyonelleşmenin eksikliği, yeni teknolojilerdeki ilerlemeleri takip etmelerinin yavaş seyretmesi en önemlisi de ihracat yapmamaları karşılaşılabilecekleri dezavantajlardan sayılmaktadır (Erkan, Eleren 2001, 1).

KOBİ’lerin işletme içi düşük seviyeli çalışma durumları, tedarikle ve stoklamayla ilgili sorunlar, gelişebilen teknik problemlerin yanı sıra pazarlama odaklı sorunları barındırmaktadır (Karabıçak, Altuntepe 2001, 370). Vasıflı çalışan istihdamı KOBİ’ler için zorluk çıkarabilen bir diğer dezavantaj olarak karşısına çıkmaktadır.

KOBİ'ler varlıklarını sürdürebilmek için gerekli olan reklam yapma, satış ve sonrasındaki hizmetlerden olması gerekenden daha az faydalanabilmektedir ve bu durumun özellikle de ihracattaki pazarlamada alanında olumsuz etkileri gözlemlenmektedir (Müftüoğlu 1998, 62).

1.6. Türkiye’de KOBİ’lere Verilen Destekler

KOBİ'lerin dünya koşullarında varlık gösterebilmeleri ve ileriye dönük başarılı faaliyetlerde bulunmaları için bireysel becerilerinin üstünde güçlere ve bu güçler tarafından iş yapmaya özendirici desteklere ihtiyaçları vardır. Aşağıda yer alan tabloda ülkemizde çeşitli sivil ve kamu kuruluşlarca birbirinden değişik amaçlar doğrultusunda KOBİ'lere verilen destekler sınıflandırılmıştır (Ar 2009, 48-49);

Tablo 6. KOBİ’lere Yönelik Verilen Destekler

Deste Tipi	Veren Kuruluşlar
Finansman	Halk Bankası, Eximbank (İhracat Kredisi), TKB, Dünya Bankası, Kredi Garanti Fonu
Yatırım	Hazine Müsteşarlığı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), KOSGEB, Halk Bankası, TKB, TSKB
Pazar	TOBB, KOSGEB, İstanbul Ticaret Odası (İTO), İKV
Bilgi	TOBB, KOSGEB, Halk Bankası, AB, İKV, İGEME, TESK
Yarım Kalmış Yatırımlar	LİMLER ENSTİTÜSÜ, T. Vakıflar Bankası, TKB
Ortak Kullanım Atölyeleri	KOSGEB, Bölgesel Kalkınma Enstitüsü (BKE)
İstihdam	KOSGEB, DTM, İGEME
Eğitim	İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV), TOSYÖV, İGEME, KOSGEB, Milli Prodüktivite Merkezi (MPM)
Danışmanlık	KOSGEB, Hollanda Yönetim İşbirliği Programı, TOSYÖV, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Milli Prodüktivite Merkezi, Halk Bankası
İhracat	Türk Standartları Enstitüsü (TSE), İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME), Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), KOSGEB
Ar-Ge	TTGV, TÜBİTAK, İGEME, KOSGEB, DTM, Hazine Müsteşarlığı, Türk Patent Enstitüsü (TPE)
İşbirliği	KOSGEB, İKV, Serbest Bölgelere Destekler
Fuar Katılımı	İGEME Fuar Destekleri, Devlet Yardımları
Elektrik Enerjisi	Hazine Müsteşarlığı, TEAŞ, TEDAŞ

Kaynak: Ar, M., (2009) “KOBİ’lere Verilen Teşvik ve Destekler KOSGEB Konya Örneği,” YYLT, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBE, Karaman, s.48

KOBİ'lere verilen destekler; işletme kurma fikriyle yola çıkmış kişileri veya hali hazırda bir işletmenin sahibi olan kişileri kapsayan ve bu işletmelerin başarısında etkin rol oynayan desteklerdir. Bu özendirici faaliyetler; yatırımlarla, pazarla, finansmanla, Ar-Ge destekleriyle, eğitim destekleri ve benzer çeşitli başlıklar altında sunduğu danışmanlıklar ile mevcut işletmeler için sürdürülebilirlik sağlayacaktır. Bununla birlikte aksi bir olumsuzluk durumunda onlara bu başlıklar altında öğrendiklerini yaşadıkları olumsuzlukları pozitif yöne çekebilecek hale getirmede yardımcı unsur olacaklardır.

Günümüzde hayatımızın her alanında kendini gösteren rekabet ortamı ile birlikte artık işletme kurmak veya var olan işletmeyi devam ettirmek süreci ciddi sorumluluk gerektiren bir hal almıştır. Türkiye'nin ekonomisinde etkili varlıklar olan KOBİ'ler kendi süreçlerini doğru analiz etmeli ve kendileri için en gerekli teşviklere yönelmelidir.

KOBİ'ler ekonomik destek olarak Türkiye için önemli bir değere sahip olmakla birlikte; 'Yeni iş düşüncesi olan girişimci adaylarının, iş düşüncelerini reel hayata uygulamada yeterli girişimci kültürü ve bilgi donanımına sahip olmaksızın ve doğru alan çalışması ve planı yapmadan işi kurması' gibi sorunlarla karşılaşabilmektedir '(KOSGEB 2011, 50). KOBİ'ler ve onların girişimciliğini olumsuz yönde etkileyebilecek bu durumlara karşı çeşitli destek programları oluşturulmuş olup bu destek programlarının KOBİ ve girişimcilik alanında büyük önemi vardır.

1.6.1. Türkiye'de KOBİ'lere Yönelik Bazı KOSGEB Destekleri

Türkiye'de KOBİ' destekleri denildiğinde akla ilk gelenlerden biri KOSGEB (KOBİ'leri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) 'dır. KOSGEB 1990 senesinde 3624 Sayılı Kanun ile İmalat Sanayi İşletmelerinin ekonomideki yerlerinin geliştirilmesi amacıyla kurulmuş bir kamu kuruluşudur (İslamoğlu, Namal ve Köroğlu 2014, 29). KOSGEB Sanayi ve Ticaret Bakanlığı yapısında faaliyet göstermekte olup; KOBİ'ler için çeşitli programlar oluşturmak, teknolojilerini geliştirici çalışmalar yapmak, bilgi ve eğitim seviyelerinin yükseltilmesi, KOBİ'lere

yönelik gerekli ekonomik zemini ve yönetsel alt yapı çalışmalarının iyileştirilmesinde varlığını göstermektedir (Narin, Akdemir 2005, 52).

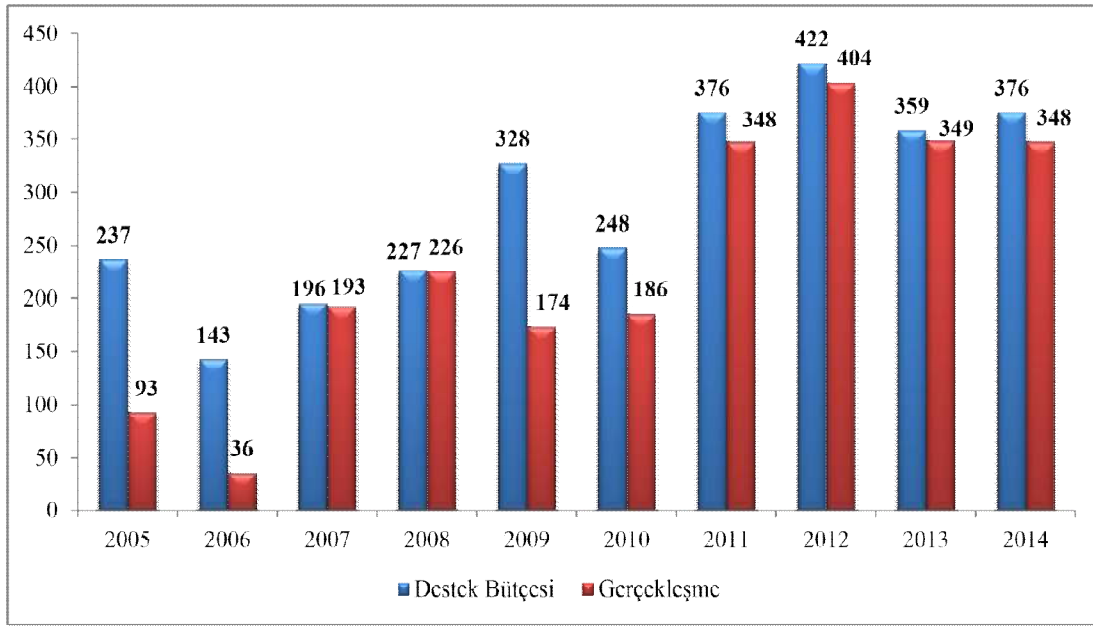
KOSGEB'in KOBİ'lere verdiği destekler çok yönlü olup; ülkemiz ortamında sahip olunan kıt kaynakların en elverişli şekilde kullanılmasını sağlayabilecek yapıda olduğu gibi bundan doğacak bölgesel kalkınma ve istihdam oluşturma gibi olumlu durumlara da alan açacak özellikte olduğu söylenebilir.

KOSGEB destekleri KOBİ'leri rekabet ortamında güçlü kılacak düzeyde olmak amacıyla birçok konu hakkında karşımıza çıkmaktadır. KOSGEB'in KOBİ destekleri şunlardır (Ar 2009, 57- 98);

- “Banka Kredi Faiz Desteği: Kayıtlı Eleman İstihdamını Destek Kredisi, KOBİ İhracat Destek Kredisi, Deri Sektörü OSB'ye Taşınma Destek Kredisi, Gıda Sektörü Makine-Teçhizat Destek Kredisi
- Bilişim Desteği: Bilgisayar Yazılımı Desteği, Elektronik İmza Desteği, E-Ticarete Yönlendirme Desteği, E-KOBİ Bilişim Destek Kredisi
- Danışmanlık ve Eğitim Desteği: KOSGEB Danışmanlık Desteği, KOSGEB Özel Eğitim Desteği, KOSGEB Genel Eğitim Programları
- Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Desteği: Teknoloji Araştırma ve Geliştirme Destekleri, Sınai Mülkiyet Hakları Desteği, Gıda Sektörü Makine - Teçhizat Destek Kredisi
- Bölgesel Kalkınma Desteği: Ortak Kullanım Amaçlı Makine Teçhizat Desteği, Nitelikli Eleman Desteği, Yerel Ekonomik Araştırma Desteği, Altyapı ve Üstyapı Uygulama Projesi Desteği
- Girişimciliği Geliştirme Desteği: Genç Girişimci Geliştirme Programı, Genel Girişimcilik Eğitimi, Yeni Girişimci Desteği, İş Geliştirme Merkezi Desteği
- Pazar Araştırma ve İhracatı Geliştirme Desteği: Milli Katılım Düzeyindeki Yurtdışı Fuarlara Katılım Desteği, Milli Katılım Dışındaki Yurtdışı Fuarlara Katılım Desteği, Yurtiçi Uluslararası Sanayi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği, Yurtiçi Sanayi Fuarlarına Katılım Desteği, Tanıtım Desteği, Markaya Yönlendirme Desteği

- Uluslararası İşbirliği Geliştirme Desteği: İhracat Amaçlı Yurtdışı İş Gezisi, Eşleştirme Desteği”.

KOSGEB’in desteklerini yürüttüğü bu geniş alanda KOBİ’lerin bu desteklerden ne oranda yararlandıklarına gerek KOSGEB’in yıllık olarak yapmış olduğu faaliyet raporlarından gerekse belli yıllar arası baz alınarak ele alınan KSEP (Kobi Strateji ve Eylem Planı)’nda detaylarıyla erişmek mümkündür.



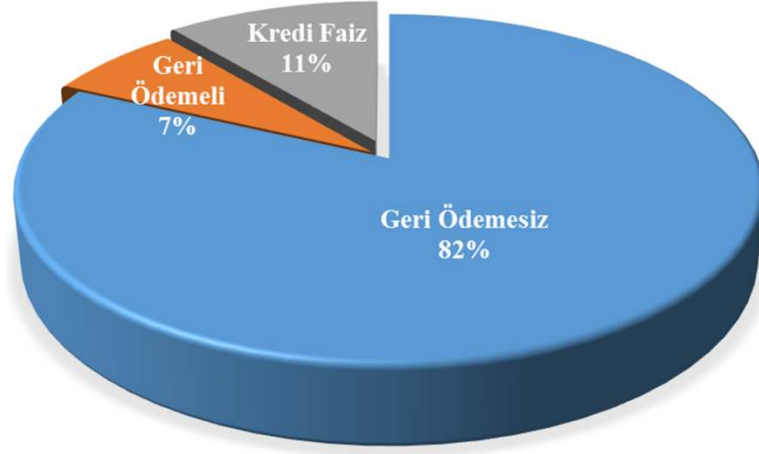
Şekil 1. 2005-2014 Dönemi Destek Bütçesi ve Gerçekleşmeleri (Milyon TL)

Kaynak: KOSGEB Faaliyet Raporu 2014

KOSGEB’in 2005-2014 yılları arasında KOBİ’ler için ayrılan destek bütçesi ve gerçekleşme oranları ve 2014 yılında türüne göre gerçekleşme oranlarının sayısal verilerinin şekillerdeki anlatımı KOBİ’ler için bu destekleri önemini ortaya koymaktadır.

2005-2014 Dönemi Destek Bütçesi ve Gerçekleşmeleri Şekil 1’de verilmiş olup, destek bütçesi; 2012 yılında 404 milyon TL, 2013 yılında 349 milyon TL, 2014 yılında 348 milyon TL olarak gerçekleşmiş olduğu gözlemlenmektedir (KOSGEB 2014 Faaliyet Raporu, 33). 2014 yılında yapılan destek türlerine göre ve bu desteklerin gerçekleşme yüzde dağılımlarına Şekil 2 ‘de yer verilmektedir.

Desteklerin %82'sini geri ödemesiz destekler olarak karşına çıkarken, %37'sini kredi faiz destekleri, %25'ini ise geri ödemeli destekler olarak görülmektedir (KOSGEB Faaliyet Raporu 2014, 35).



Şekil 2. Destek Türlerine Göre Gerçekleşme Dağılımı (Milyon TL)

Kaynak: KOSGEB Faaliyet Raporu 2014

1.6.2. Türkiye’de KOBİ’lere Yönelik Bazı TÜBİTAK Destekleri

Hızlı değişim ve yeniliklerin yaşandığı ve işletmeler açısından bu değişime adapte olma gerekliliğinin doğduğu günümüzde; küçük ve orta işletmelerine destek sağlayan önemli diğer bir kuruluşta Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)’dır.

Araştırma ve geliştirme(Ar-Ge) çalışmalarının kapsamlı yapıldığı alanlar genellikle büyük ölçekli işletmelerin tekelinde sürdürülmekte olup; KOBİ’ler sanayinin büyük bir alanına nüfus etmelerine rağmen Ar-Ge durumlarını bu doğrultuda yürütememektedirler. Bu olumsuz durumda yola çıkılarak stratejik amaçlarla, KOBİ’ler için TÜBİTAK farklılaştırılan destek programı planlanmış ve faaliyete geçirilmiştir (www.tubitak.gov.tr).

TÜBİTAK’ın vermiş olduğu ulusal sanayi destekleri arasında KOBİ’lerin yararlanabilecekleri 3 farklı destek var olmakla birlikte; bahsedilen bu desteklerden 1501(Sanayi Ar-Ge Projesi), 1507 (KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programları) ve

1509 (Uluslararası Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı (EUREKA&EUROSTARS)Ar-Ge projeleri hazır olanlar için bu projeleri sunup KOBİ olarak destek alınabilecek programlardır (Türk 2011, 140).

Türkiye’de küçük ve orta işletme olmanın verdiği dezavantajları olumlu yöne çevirmek amacıyla büyük çaba sarf edilmektedir. Desteklerin kapsamının bu denli geniş alana yayılması ve iş yapmaya özendiriciliği KOBİ’lerin ülkemizin ekonomik kalkınması için ne denli gerekli ve vazgeçilmez olduğunun kanıtıdır. Desteklerin ve desteklerle ilgili oluşturulan politikaların öncüsünün KOSGEB’dir. Bunun yanında Türkiye’de özellikle bilim ve teknoloji alanında yapılan çalışmalarla sürdürülebilir bir refah sağlama için bilimsel destek veren TÜBİTAK gibi kurumlarda KOBİ’lere verilen desteklerle onlar için hayati öneme sahip araştırma geliştirme faaliyetlerini geliştiren destekçilerdir. Bununla birlikte desteklerin diğer büyük bölümünü bankalar, özel sektör ve çeşitli meslek odaları tarafınca da sağlanmaktadır (Akgemici 2001, 39).

KOBİ’lerin geliştirilmesi ve sürdürülebilir bir hal alması amacıyla ülkemizde uzun vadeli planlar ve bu planları uygulama biçimleriyle ilgili çalışmalar faal bir hal almıştır. Gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye’de bu yönde planların olması ülkemizi istikrar yolunda çaba sarf eden bir konuma getirecek ve böylelikle hem ülkemiz sınırları içerisinde hem de uluslararası alanda güç kazandıracaktır.

1.7. KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP)

Türkiye için ilk olan KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP); KOBİ’lerin stratejilerinin belirlenmesi ve gerçekleştirilmesi gayesi ile KOBİ’leri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve çeşitli önemli kuruluşlar tarafından 10 Kasım 2003 tarih ve 2003/57 sayılı kararları ile onay verilerek, yürürlüğe girmiştir (2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, 2005, 1).

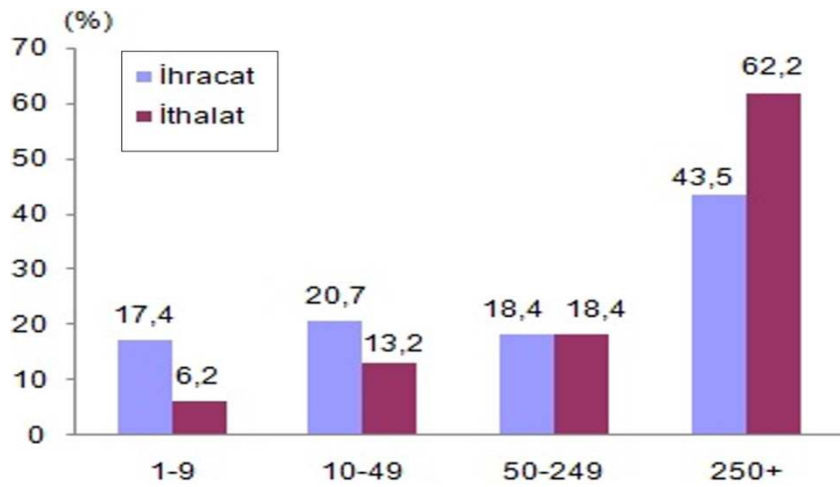
2015-2018 KSEP, genel hedeflere varmak için 5 önemli stratejik alanda ve 17 hedef etrafında konuları ile ilgili kuruluşlarca küçük ve orta işletmelere yönelik faaliyet ve projelerden oluşmaktadır (2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı 2005, 4). Proje ve faaliyetleri açısından belirli alanlara dokunulmuş olması bu

projelerin uygulanabilirliğini olumlu yönde etkileyecek güç yaratacaktır. Ülkemizde dokunulması ve gelişiminin desteklenmesi gereken birden fazla alan mevcuttur. Bu çeşitli ihtiyaçları karşılamak amacıyla KSEP'ten ayrı girişimcilik konularını da destekleyen planlar oluşturulma gerekliliğini doğurmuş ve 2015-2018 yılları arasını ele alan 'Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP)' oluşturulmuştur (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018, 4).

KOBİ'ler üzerine yapılan çeşitli araştırma, plan ve çalışmalara bakıldığında; ülkemizin yeni dünyaya ve bu dünyanın getirisi olan rekabet ortamına hızlı bir giriş yaptığı gözlemlenmektedir. Türkiye'nin sahip olduğu genç nüfusun iş yapabilirliğini ve yapılan işin niteliğinin iyileştirilmesi konusunda ele aldığı destekleme programları ülkemizin rekabet ortamına uyumunu görmemiz için önemli çalışmalar olarak değerlendirilmektedir.

1.8. KOBİ'lerin 2014'te Dış Ticaret Performansı

KOBİ'lerin varlığı ülke içi teşebbüsler ele alınarak değerlendirmenin yanında dış dünyaya ne denli adapte olduğunun ölçütü olan kıstaslar ele alınarak da değerlendirilmesi gereken bir süreçtir. Türkiye'de KOBİ'lerin dış ticaretteki payı bu sürecin en belirleyici özelliklerini barındırmaktadır. Bu noktada ülkemizdeki KOBİ'lerin dış ticaretteki payını gösteren en güncel veriler aşağıdaki şekil ile verilmiştir (www.tuik.gov.tr);



Şekil 3. Çalışan sayısına göre girişimlerin dış ticaretteki payı, 2014

Kaynak: Girişim Özelliklerine Göre Dış Ticaret İstatistikleri, 2014

Şekilde karşımıza çıkan rakamlar KOBİ'lerin dış ekonomik düzlemde var olduğu alanı kavramamıza yardımcı olacaktır. Bu noktada KOBİ'lerin varlığını iki faktör altında toplamak mümkündür.

İhracat ve ithalat teşebbüslerinin payları çalışan sayısı bazında girişimlerin payı tablo 7'deki gibidir.

Tablo7. Çalışan Sayısının İhracat ve İthalat Girişimlerine Oranı

Pay	İhracat	İthalat
1-9 kişi çalışan mikro ölçekli girişimlerin payı	17,4	6,2
10-49 kişi çalışan küçük ölçekli girişimlerin payı	20,7	13,2
50-249 kişi çalışan orta ölçekli girişimlerin payı	18,4	18,4
250+ kişi çalışan büyük ölçekli girişimlerin payı	43,5	62,2

Türkiye İstatistik Kurumu(TÜİK)'in açıkladığı bu son veriler doğrultusunda 2014 yılında 62 bin 987 teşebbüs ihracat yaparken 66 bin 585 teşebbüsün ithalat gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. İhracatın yüzde 56,5'i, ithalatın ise yüzde 37,8'i küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) diye adlandırdığımız bünyesinde 1-249 çalışanı barındıran işletmelerce gerçekleştirilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ, DÜNYA VE TÜRKİYEDE GİRİŞİMCİLİK

2.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimciliğin Kapsamı

Girişimci kelimesi köken olarak Latince’ de bulunan ‘itare’ kelimesinden türemiştir. Bu kelime İngilizcede giriş anlamına gelen ‘enter’ yani giriş ve ilk anlamına gelen ‘pre’ kelime köklerinin birleşmesiyle oluşan ‘entrepreneur’ yani bir işe girişen ve başlayan kelimesinden gelmiştir (Demirel, Tilkici 2004, 51). Girişimcilik sözcüğü Fransızcada bir şey yapmak ve üstlenmek anlamında “entreprendre” kelimesi ile ifade edilmektedir (Yatmaz 2012, 12).

Girişimcinin Türk Dil Kurumu’nun İktisat Terimleri Sözlüğü’ndeki açıklaması; ‘Emek, sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecinin bir üretim faktörü olarak tasarlanması, örgütlenmesi ve onun tüm riskinin üstlenilmesi’ durumudur (tdkterim.gov.tr: 11.05.2015).

Girişimcilik ile ilgili literatür taramasında; bu kavramın tanımına ilk kez 18. yy. da rastlamak mümkündür. Fransa’da yaşayan ve bir İrlandalı olan ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılan tanıma göre; girişimci henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak ifade edilmiştir (Tosunoğlu 2003, 4-5). Cantillon’un girişimciliğinin risk üstlenme özelliği üzerine durmasına karşılık olarak Fransız iktisatçı olan Jean Baptiste Say ise; girişimciliğin risk üstlenme özelliği olduğu kadar, üretim girdilerini örgütleme ve yönetme özelliğinin olması gerektiğini ileri sürerek; girişimciliğin dördüncü üretim faktörü olduğunu belirtmiştir (Karadal 2013, 21). Bu manada bakıldığında Cantillon’nun risk üstlenme fikrinin Say tarafından riski üretim kanallarını doğru ve etkili koordine etmenin gerekliliği anlamında geliştirdiğini söylemek mümkündür.

Girişim olgusu; değişim, değişime ayak uydurma ve yenilikleri takip etme içinde var olmayı zorunlu kılan bir mekanizmadır. Avusturyalı iktisatçı ve siyaset bilimcisi olan ve iktisat alanında büyük katkıları bulunan Joseph Alois Schumpeter; yenilikçi olmayı ve bunun getireceği iktisadi kalkınmaya vurgu yapmıştır.

Girişimcilik düşüncesinin modernleşmesinde önemli katkıları bulunan Schumpeter girişimciliği; yeni birleşimlerin meydana gelmesi olarak tanımlamış ve bunun ekonomik kazanımlar olarak görmüştür. Meydana gelecek yeni birleşimlerin ortaya çıkması yalnızca girişimcilerin başvurabileceği etkili bir başarı olacaktır. Ona göre yeni ürün ya da hizmetler, yeni üretim, yeni pazarlar, yeni arz edilen kaynaklar ve yeni organize olma biçimleri; girişimle ilgili durumların başlatan olası bileşimlerdir (Schumpeter 1978, 74).

Girişimci; var olan çeşitli kaynakları, emeği ve hammaddeleeri var olduğu halden daha büyük değer yaratacak şekle getirip, değişiklik, yenilik ve bir düzen yaratan kişidir (Hisrich, Peters 2005, 9).

Girişimciler; geçmişi şimdi ile birleştiren ve bugünü yaratan yeteneklerdir. Bununla birlikte fikir üreten bu fikri doğru amaçla birleştiren ve olağan dışı yetenek sergileyerek var olan bir anlayıştır.

Girişimci kavramına genel bir bakış açısıyla baktığımızda birçok kişi bu kavramın doğuştan gelen bir özellik olduğunu düşündüğü gibi birçoğu da girişimci kavramının çalışma sonucu olduğu fikrindedir.

Girişimcilerin profillerine bakıldığında; girişimcilerin bazılarının babalarından kalan işletmelerle doğuştan işletmecisi olduğu bazılarının ise öğrenerek ve eğitimini alarak girişimci olduğu görülmektedir (Karadal 2013, 8). Girişimciler kurduğu hayallerle iş fırsatı oluşturan ve bu fırsata belli bir vizyon ve misyon yükleyerek gelecekte var olmayı hedefleyen çok boyutlu ve yönlü kişilerdir.

Girişimcilik; bireylerin fırsatları takip ederek olası riskleri alarak bu durumu iş fikrine çevirme ve bu kişilerin kendi işlerini kurmalarını ifade eden bir süreçtir (Uluhan 2012, 8).

Girişimcilik; günümüzün etkin varlıkları olan işletmelerin sürekli değişen ve farklılaşan dünyasında onların rekabet ortamındaki yerini ve sürdürülebilirliğini etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram yalnızca finansal alanda değil bununla birlikte sosyal, kültürel ve toplumsal alanda da çeşitli

risk faktörlerini göz önünde bulundurarak aldığı riski fırsata ve başarıya dönüştürebilir özellikte olmalıdır.

Girişimcilik; yenilik getirmek, risk almak ve proaktif olmak gibi üç önemli anahtar öğeyi barındırmaktadır (Karadal 2013, 23). Barındırdığı bu üç önemli öğe küreselleşen dünya yapısında inovasyon ve yenilikleri girişimcilik için vazgeçilmez kılmaktadır.

İnovasyon Latince bir kelime olup sözlükteki anlamıyla; ekonomik, toplumsal, kültürel ve idari alanlarda oluşturulacak yeni teknik ve yöntemlerin etkinliğini geliştirmek ve kullanılır hale getirmek olarak tanımlanmaktadır (Yavuz, Albeni ve Göze 2009, 67). Girişimciliğin önemli öğelerinden olan yenilik ve yenilik getirmek terimleri; tüketimin üretmenin önüne geçtiği günümüzün hızlı yaşam koşullarında bu önemli iki kavram arasında denge kurmayı gerektirmektedir. Bugün en hızlı üretilen ve aynı hızla tüketilenler bilgi teknolojileri ve inovasyon dünyasının bize yaşattığı değişimlerdir. Fikir üreten girişimciler; tüm bu fikirleri bu hızlı yenilik dünyasında en etkili biçimde kullanarak onların daha iyisi ve sürdürülebilir olanını üretmek için çaba sarf etmelidir.

Girişimciliğin bir diğer önemli unsuru olan risk almak; girişimcinin var olabilme durumlarında belirleyici görev üstlenmektedir. Nitekim girişimcinin risk almaya yatkın olması başkalarının göremediği çeşitli fırsatlara olumlu bakmayı cesaretlendirici kılar. Girişimcilikteki risk alma faaliyeti yalnızca ekonomik yönüyle değil sosyal yönüyle de var olan bir değerdir. Bu yönüyle de girişimcilik sosyoekonomik düzeyde zenginlik yaratma faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (Wickham, Philip 2006, 5).

Günümüzde globalleşme ile kalkan sınırlarla birlikte; eskinin sanayi topluluklarının yerini artık akla ve bilgiye dayalı toplulukların alması girişimciliğin itici gücünü toplumlar için değerli kılmaktadır. Bu noktada bilgiye sahip olmak onu işlemek ve yenilik haline getirmek zorunlu hale gelmektedir. Burada ortaya yaratıcı yıkım korkusu çıkmaktadır. Bu durum teknolojik yenilikler toplulukları diğerlerinden ayrıcalıklı kılabilir fakat aynı zamanda eskinin yenine yeninin geçmesiyle birlikte bir takım güçlerin yok olmasına da neden olabilmektedir (Acemoğlu, Robinson 2013,

173). Girişimciliğin risk sever ve fırsata çevirir gözü karalığı toplumların ekonomik refahları için her zaman öncü güç olacaktır. Nitekim bugün girişimcilerin, dünya ekonomisine yön vermekte olup ekonomik yönetimlerde de vazgeçilmez etkiye sahip oldukları görülmektedir (Özdevecioğlu 2011, 477-489).

Girişimci olmak ve girişimcilikle ilgili bir diğer anahtar öge olan proaktif olma özelliği; girişimciliği geleneksel yapıyı benimseyen aktörler karşısında başarılı kılmaktadır. Proaktif yaklaşımı benimseyen girişimci kişilik, olası tehditleri önceden görüp geleceğe yönelik tedbirler alan ve yeni fırsatlar yaratan özellikleri benimseyen kişilerdir. Meydana gelecek yeni fırsatları finansal boyutlarını sermayeye dönüştürülmesinde ve bu alanda kazanç sağlanıp ilerleme durumunda gerekli öğeleri öncelikle algılayan kişiler genellikle proaktif kişilerdir (Lee, Peterson 2000, 406).

Girişimcilik kavramının başarıya ulaşmasında ve benimsenmesinde dünya ile olan iletişim gücünün etkisi çok büyüktür. Ticari yaşamın canlanmasıyla birlikte önemli bir olgu haline gelen girişimciliği; küresel bazda algılamak ve değerlendirmek ekonomik hayatın devamlılığının ve etkinliğinin bir gereğidir.

2.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimciliğin tarihsel yolculuğunun çok uzun bir zaman döngüsünden geçtiğini söylemek mümkündür. Girişimcilik; sosyal, kültürel, politik ve ekonomik ortamdan geçerek bugünkü halini almıştır. Özellikle kentlerin ortaya çıkışı yalnızca toplumsal gelişimin kapıları aralamamış ekonomik canlanma ve sermaye gücünün de ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır (Pirenne 2011, 80). Dolayısıyla birden fazla boyutu olan girişimciliğin çıkış sürecinin insanlığın ekonomik ve ticari faaliyetleriyle doğrudan ilgisi olduğunu söylemek mümkündür.

Girişimciliğin küresel dünyanın vazgeçilmez değeri olması; dünyada girişimciliğin tarihsel döngüsü hakkında birden fazla dönemi karşımıza çıkaracaktır. Fransız sosyolog ve sosyolojinin kurucularından sayılan Émile Durkheim; yaptığı genetik sınıflandırmada toplumları gruplandırmıştır. Bunları girişimciliğin yaşadığı değişim dönemi içerisinde sınıflandırdığımızda; çobancılığa dayanan ev ekonomisinden başka bir söylemle ilkel toplumlardan başlatmak mümkündür. Daha

sonra sırasıyla; ilk toprak ve tarımla uğraşan toplumların bulunduğu dönem yani derebeylik dönemi, küçük el sanatlarına dayanan ev ekonomisini kapsayan feodal dönem, 15-16 yy.da ortaya çıkan bir takım fikirler sonrası girişimcilikte yaşananlar ve 20.yy.da gelişen ileri toplumlarda yaşanan girişimciliğe kadar olan süreci ele alabiliriz (Vural 2006, 40).

İnsanlığın ilkel dönemi; hepimizin tarihsel süreç okumalarından bildiğimiz ortak bir yaşama ve hayatta kalabilme becerilerine dayanan bir yapıya sahiptir. Bu topluluğun belirleyici özellikleri bu dönemdeki toplumun var olabilmek kaygısıyla ortak bir yapı kurması ve hayatta kalabilme becerileri geliştirmesine dayanmaktadır. Bu dönemde ortaklaşa üretmek ve tüketmek olgusu insanların ortaklaşa mülkiyetine yol açmıştır ve insanların özel mülkiyeti, diğer insanların tarımdan sömürülmesi ve sınıflara ayrılması gibi düşünceler bu süreçte söz konusu olmamıştır (Diakov, Kovalev 2008 11). Bu dönemin belirgin bir ekonomik ve ticari ortamında bahsedilemez. Sosyal ve kültürel açıdan kendini var etmeye çalışan toplum üyeleri bu iki önemli bileşen etrafında ekonomiyi birleştirme ve bir ticari atmosfer yaratma fırsatı bulamamışlardır. Çobancılığa dayanan ev ekonomisi sistemi olan ilkel toplumda; girişimcilik ruhuna katkısı olabilecek gelişmeler gerçekleşmemiştir.

İnsanoğlu ilkel topluluğun doğal sürecinde beslenme gereksinimi avcılık ve toplayıcılıkla karşılamış ve bu eylemi gerçekleştirirken de; toprağı işlemeyi ve bunu bir öğreni haline getirip yerleşik yaşama geçiş esnasında kullanmış ve tarım toplumu haline gelmiştir (Bayraç 2003, 45). Bu topluluklar toprağı kullanmış ve üretmeyi öğrenmiştir. Zamanla kendi ihtiyaçlarından fazlasını üretmişlerdir. Üretilen ürünlerin fazlalığı onlarda doğal bir takas yöntemi geliştirmiştir. Bu yeni öğrenilerin ticari faaliyet anlayışı getirdiğı bu yeni toplumda girişimcilik ruhundan reel bazda söz etmek mümkün değildir.

Derebeylik dönemi yani feodalite olarak da adlandırdığımız dönemde; sürecin ekonomik yapısı değerlendirildiğinde; basit bir yapı olarak karşımıza çıkar. Genellikle üretme faaliyeti soylunun sahip olduğu topraklarda gerçekleşir. Buna karşın bu üretimi yapan dinamik yapıyı köylüler oluşturmaktadır. En önemli üretim kaynağı ve gücü toprak olarak görülmüştür. Topraktan oluşan sermaye her şey demektir; ama bunun yanı sıra nakit sermayenin gücü de açıkça görünür hale

gelmiştir (Pirenne 2011, 162). Elbette derebeyliğin başlangıç dönemi ticaretin bugünkü güç gösteren halinden epey uzakta olan bir dönemdir. Feodalitenin son dönemlerine gelindiğinde bugünün yapısından taban tabana zıt olan kapalı ve bölgesel ekonominin yavaş yavaş etkisini yitirildiği gözlemlenmektedir. Bu oluşum ticaret faaliyetlerini filizleyen ve girişimciliği fiili olmasa da fikri olarak dile getirmeyi sağlamıştır. Bu dönemi takip eden süreçte yeni mesleklerin ortaya çıkmasına olanak sağlayan ve bu meslekleri niteliğine göre ayıran yeni ticari olaylar meydana gelmiştir. 12.13. ve 14 yy. da meydana gelen çalışanların el sanatları alanında ticari faaliyette bulunması bu alanı genişletmiş ve zamanla büyük fuarlar da sergilenen üretim ürünleri meydana gelmiştir. Bu durum kölelik denilen olgunun zayıflamasına neden olmuştur. Özellikle ilerleyen yüzyıllarda bankaların kurulması ile ekonomik zemin genişlemiş ve büyük aktörler ortaya çıkmıştır. Tüm bu süreçte kentsel yaşamın insanları bütünleştirdiği bağlamda şehirler herhangi bir bireyin sahip olduğu gücü aşan ekonomik ve ahlaki kaynaklar hakkında ortak bir bilincin doğması açısından belirgin merkezler haline gelmişlerdir (Poggi 1978, 57).

15-16 yy.da ortaya çıkan bir takım fikirler sonrası girişimcilikte yaşananlar ve 20.yy.da gelişen ileri toplumlarda yaşanan girişimciliğe kadar olan süreç ele alındığında; bugün karşılaştığımız girişimcilik olgusu ve girişimci birey özelliklerini şekillendiren döngünün bu süreç içerisinde tam manasıyla tanımlandığı ve oluştuğu görülmektedir. Gelişimde ve değişimde hızlı ve yeniliklerle dolu olan bu dönem; çeşitli alanda yeni buluşlar meydana getirmiştir. Para özellikle 18. ve 19.yy da her yerdedir; bu cümleden kasıt paranın sadece soyut bir olgu gücünden aynı zamanda hissedilebilir bir somut büyüklük olması durumunda olmasından dolayıdır (Piketty 2014, 111). 21. Yüzyıla gelindiğinde girişimciliğin uyması gereken zorunlu kavram olan yenilikler ve inovasyon dünyası girişimciliği parlak hale getirmiştir. Nitekim Avusturyalı yönetim bilimcisi olan Peter Drucker'ın "yenilikçi organizasyon" isminde oluşturduğu işletme yapısı, KOBİ'lerin de bu alanda varlığını etkili hale getirmesini sağlamıştır. Böylece iletişim toplumu işletme yapısını değiştiren yeni bir girişimcilik toplumu halini almıştır (Aytaç 1999, 30).

2.3. Girişimciliğin zellikleri

Girişimcilik gelişen ve değişen dünyanın oluşturduğu çalışma alanında vazgeçilmez bir öğe olmuştur. Bu terim ekonomi, iktisat, işletme gibi alanlarda ele alındığı gibi sosyal bilimlerin farklı kolları olan psikoloji ve sosyolojide kapsamlı bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Girişimciliğin bu çok yönlülüğünün fen bilimlerinden politik bilimlere kadar bir ilham kaynağı zinciri oluşturduğu söylenebilir.

Sosyal yaşamda toplumların gündelik etkinlikleri üzerinde baskı unsuru olan çalışma yaşamı; girişimciliği iktisadi ve ekonomik boyutuyla işletme var edebilme olgusu üzerinden değerlendirmektedir. Nitekim bu görüşü destekleyen en önemli unsur; girişimciliğin zihniyet yapısının temel taşı olan fırsat yakalama fikriyle başlar. Bu durum bir girişimciyi; yakaladığı fırsatı reel bir değere çevirip ekonomik düzlemde var edebildiği oranında başarıya ulaştırır. Ekonomik düzlemde var olan girişimciler bu süreçte karşılarına çıkabilecek her türlü kazanç ve zararlara karşı sahip oldukları var olma özelliklerini sürdürebilir kılmak zorundadırlar.

Girişimci ve girişimciliğin özellikleri oluşturan faktörlerin en başında psikolojik faktörler yer almakta olup, psikolojik faktörleri; kişinin kendine güveni, kontrol merkezi olma isteği, risk alabilme becerileri, olası belirsizliklere karşı hoşgörü gücü ve yenilikçilik anlayışı olarak sıralamak mümkündür.

2.3.1. Kendine Güven zelliği

Girişimci bireylerin girişimcilik olgusunu ortaya ıkartmaktaki en önemli özelliği giriştikleri işte kendilerine gvenmeleridir. Kişilerin sahip oldukları bütün davranışsal özellikleri etkisine alan özsaygı ve bu disiplinden doğan zgven, kişiler üzerinde ne kadar etkili ise; insanların çevresel unsurlardan etkilenmeden devamlılığını sürdüren önemli bir yapıya sahip olması da o kadar kalıcı olur (Gençtan 1984, 232). Kişilerin kendine olan güvenleri onları hayatta karşılaşabilecekleri herhangi bir umutsuzluk durumuna karşı dirençli kılar. Hayatın değişen döngüsünde özellikle girişimcilik ruhu için kendine güven başarının vazgeçilmez unsurudur.

2.3.2. Kontrol Merkezi Olma Özelliği

Kişilerin kontrol odağı olma eğilimi, özellikle girişimcilik atmosferinde girişimci bireyin yaptığı her adımı denetleme dürtüsü olarak ortaya çıkmaktadır. Daha geniş anlamda değerlendirildiğinde ise; bu kavram başa çıkma stratejilerini içermektedir (Folkman, Moskowitz 2004, 745-774). Kontrol merkezi olma ile ilgili en etkileyici ve yaygın olarak kullanılan çalışma; RİTKOÖ yani Rottler'in 'İç ve Dış Kontrol Odağı Olma Ölçeği' dir (Çırakoğlu, Tezer 2010, 34).

İç kontrol mekanizması; kişilerin kendine olan inançlarının geleceğe yön vermek noktasındaki önemiyle alakalıdır. Bu kontrol yönteminde kişiler yaşadıkları olaylarla ilgili deneyimlerde bireysel olarak sahip oldukları yetenekler ve dirayetin önemine inanmaktadır. Aynı zamanda sahip oldukları herhangi bir süreçte herhangi bir şans kader döngüsünün etkinliğinden çok kişisel becerilerin etkinliğini kabul ederler.

Dışsal kontrol mekanizması; kişilerin karşılaşabileceği herhangi bir süreçte kontrolün bireylerin iradesi çerçevesinde değil tamamıyla bu çerçevenin dışında gerçekleştiği ile ilgilidir.

Bireyler arası iletişim ve ilişkiler bağlamında içsel ve dışsal kontrol ele alındığında; içsel kontrol odağına yatkın bireylerde sosyal başarı ve yeteneklerin, dışsal kontrol odağına sahip kişilere oranla daha başarılı olduğu gözlenmektedir (Martin ve ark. 2005, 141-147). Bu noktada girişimci ve girişimcilik kavramlarını destekleyici olgu bireylerin içsel kontrol mekanizmalarındaki yeteneklerdir.

2.3.3. Risk Alabilme Becerileri

Girişimcinin sahip olduğu fikirlerin yatırım halini aldığı süreçte girişimci için en önemli aşama risk alma becerisi ve karşılaşacağı riskleri üstlenme yetisidir. Nitekim girişimcilik zemininde girişimci bireyin en çok karşılaştığı durum belirsizliktir. Bu belirsizlik ortamında girişimciler iş faaliyetlerini gerçekleştirirler (Karadal 2013, 127). Bu noktada risk başarı faaliyetinin ön koşulu olarak açıklanabilir (Korkmaz 2012, 14).

2.3.4. Belirsizliğe Karşı Hoşgörü Özelliği

Belirsizlik durumu çoğu zaman risk yönetimi anlayışıyla karşılaştırmalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumu riskle karşılaşmaktan farklı kılan özellikler vardır. Bu alanda araştırmalarıyla önemli varsayımlara ulaşan Budler belirsizliği farklı bir bakış açısıyla açıklamıştır. Budler'ın bakış açısına göre; herhangi bir emare içermeyen durumlarla karşılaşmak ya da birçok ipucunun var olduğu karmaşık problemle karşılaşmak en son olarak da farklı ipuçlarıyla karşımıza çıkan çelişkili bir süreçle karşılaşmak belirsizliği oluşturan tehdit unsurlarıdır. Kişiler var olan belirsizlik ortamında vermiş olduğu kararı daha fazla irdelemeksizin güvenebiliyorsa; bu durum bu kişilerin belirsizlik karşısındaki tahammül gücünü gösterir (Erdem 2001, 913-920).

2.3.5. Yenilikçilik Anlayışı

Toplumsal olarak geldiğimiz değişim halini ve hızını her alanda yaşayarak öğrenmekteyiz. Açıklaması çok kolay olmayan bu süreç özellikle ekonomiyi yönlendiren işletmelerin devamlılığı için önem arz etmektedir. Bugün global iletişimdeki patlama, teknoloji ile dünyanın telekomünikasyon altyapısındaki birden çok ilerleme tarafından kolaylaşmıştır (Giddens 2008, 84). Yeniliğe karşı ön yargısı olmayan ve bu duruma açık olan girişimciler, yeni ürün süreçleri, yeni organizasyon yapısı ve yeni bir şirket yapısı ile işe başlamaktadır (Korkmaz 2012, 14). Böylelikle yenilikler; ekonomik düzlemde girişimcilik faaliyetlerini olumlu etkileyecek ve ekonomik kalkınmada önemli rol oynayacaktır (Karadal 2013, 127).

Bugün başarılı girişimciler bireysel, psikolojik ve sosyal boyutlarıyla ele tüm ele alındığında; başarılı bir girişimcin ortaya çıkışında etkili olan faktörler aşağıdaki şekildeki gibi olacaktır.



Şekil 4. Girişimcilerin Özellikleri

Kaynak: Doğan, S., (2010) “Avrupa Birliğinin Girişimcilik Politikası, KOBİ Yaklaşımı ve Türkiye”
İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, s.30

Girişimcilik kavramı yalnızca bireysel özelliklerden gelen şansla değil bu durumun açığa çıkmasına önemli rol oynayan psikolojik, sosyal ve kültürel etkiler ile bütünlük kazanır. Girişimcilikte gidilecek yolu gösteren gidilen o uzun yolda karşımıza çıkan yol ışıkları ve kilometre taşlarıdır (Top 2012, 39). Girişimciliği bu özelliklerin bütünüyle kavrayan ve bu bilinçte olan girişimci kişilik ekonomide sıçrayış etkisi yapacak yeni fikirleri var etme yolunda önemli adımlar atacaktır.

2.4. Girişimci Türleri

Girişimciliğin var oluş misyonu çoğu zaman onun uzmanlık alanı olan türünü belirlemekte yardımcı olan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimciliği çeşitli üst başlıklar altında şekillendirmek mümkündür. Bu üst başlıklar genellikle girişimciliğin türüne göre ayrılmış olduğu çeşitli alanları ifade eden genel olgulardır. Genel olgular altında şekillenen girişimcilik tabloda çeşitli bölümlere ayrılmış haliyle karşımıza çıkar.

Tablo 8. Girişimcilik eşitleri

İşin Mülkiyet Durumuna Göre	İşin Büyüklük Durumuna Göre	İşin Niteliğine Göre
Kamu Girişimciliği	Büyük Girişimciler	Örijinal Girişimcilik
Piyasa Ekonomisi (Fırsat ve Yaratıcı Girişimcilik)	Orta ve Küçük Girişimciler	Yenilikçi Girişimcilik, Tepkisel Girişimcilik, İ Girişimcilik, Kurumsal Girişimcilik, Girişimci Girişimcilik

Kaynak: Özkul, G., (2008) “Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde (İBSS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi KOBİ’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme”, YYLT, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Isparta, 2008, s.15

2.4.1. Kamu Girişimciliği

Girişimciliğin var olduğu boyutlar incelendiğinde karşımıza ilk olarak işin mülkiyetine göre şekillenen; kamu girişimciliği ve piyasa ekonomisi başlığı altında şekillenen çeşitli boyutlar çıkmaktadır.

Girişimcilik kavramının daha çok özel sektörle bağdaşan bir kelime olarak karşımıza çıktığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte kamu sektöründe de ele alınmaya çalışılan bu kavram özel sektörün aldığı riskler ve yenilikleri daha bürokratik bir yapı içinde almak zorunda kalan bir hal almaktadır.

Kamu sektöründe, özel sektör içinde yer alan sistemler için kabul edilen "yüksek risk ve yüksek kâr" anlayışı kamu hizmeti sunan resmi kurumların yapısında geçerlilik gösterdiği düşünölmemelidir (Eggers, O’Leary 1995, 153).

Girişimciliğin en önemli özellikleri arasında yer alan risk almak ve yeniliklere karşı açık görüşlü olmak olduğu düşünöldüğünde kamu sektöründeki yavaş çalışma sisteminin kamu girişimciliğini özel sektör girişimciliğinin benimsediği değerleri aynı hızla benimseyemeyeceği ve aynı başarıyı yakalayamayacağını gözlemlerine ulaşmayı imkânlı kılar.

2.4.2. Piyasa Ekonomisi Girişimciliği

Girişimciliğin işin mülkiyetine göre sınıflandırılan diğer boyutu piyasa ekonomisi içinde var olan girişimcilik çeşitleridir. Günümüzde içinde varlığını sürdürdüğümüz ekonomik çevre bugünün serbest ekonomisi ya da başka bir söyleyiş ile piyasa ekonomisi içinde şekillenmektedir. Piyasa ekonomisi girişimcilik şablonunda fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak iki farklı boyutta incelenmektedir.

Fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik imkân yaratan girişimcilik durumunu kazançlı iş yatırımları ve görülebilir çeşitli fırsatlar olarak değeriendirilirken bununla birlikte bir diğer piyasa ekonomisi olgusu olan yaratıcı girişimcilik; pazara çıkarılan yeni düşünce veya icadın varlığı veya önceden var olan ürün veya hizmetlerin kalite gibi yönlerinin daha iyi hale getirilerek olası pazarda var olması durumudur (Ulaş 2006, 137).

2.4.3. Büyük Girişimciler, Orta ve Küçük Girişimciler

İşin büyüklüğüne göre sınıflandırılan girişimcilik türleri; küçük ve orta girişimciler ile büyük girişimcileri kapsamaktadır. Küçük ve orta girişimci kavramı KOBİ'leri ve onların faaliyetlerini kapsayan bir süreçtir.

Küçük ve orta boyutlardaki girişimci profillerinin sahip oldukları özellikler; işletmedeki yönetsel faaliyetleri, girişimcilik ve doğru planla yönetme kabiliyetlerinin sergilenebilmesidir. Küçük yapılar risk almaya daha yatkın ve bundan korkmayan girişimlerdir (Demirel 2003, 24). Orta ölçekli girişimcilikte ise küçük yapıya oranla daha fazla yeniliğe ve değişime açık olması ve bundan doğan özelliklerle riskli durumları daha kolay atlatmasıdır.

Büyük girişimciler; piyasaya hakim olan ve kurumsallığı benimsemiş yapılar olarak karşımıza çıkar. Yeni mal ve hizmet üretmek, yeni üretim yöntemleri geliştirmek, endüstride yeni organizasyonlar kurmak ve yeni kaynaklar bulmak gibi çağdaş girişimciliğin önemli görevlerini üstlenmeni büyük girişimciler için daha erişilebilir olduğu söylenebilir (Doğan 2010, 36).

2.4.4. Kurumsal, Yenilikçi, Girişimci, İç Girişimci, Tepkisel ve Orjinal Girişimcilik

Girişimcilikle ilgili literatürde sıklıkla kullanılan birden fazla alt başlığa rastlamak mümkündür. Girişimciliğin sınıflara ayrılmasında önemli olan bu kavramlardan birisi de işin niteliğine göre girişimciliği ve girişimci bireyi tanımlamaktır.

İşin niteliğine göre tanımlanan girişimcilik; kurumsal, yenilikçi, girişimci, iç girişimci, tepkisel ve orijinal girişimciler olmak üzere altı alt başlık altında incelenmektedir.

Kurumsal girişimcilik ve amacı; günümüzde hızla değişimin yaşandığı ortamda işletmelerin stratejik uygulamalarını için var olabilecek fırsatları değerlendirmekten kaçınmamak ve rakiplerinin bulunduğu ortamda dinamik bir yapıya sahip olabilmektir (Covin, Covin 1990, 35-50),Zahra, Covin 1995, 43-58).

Yenilikçi girişimcilik; sahip olunan yaratıcı önerileri ve yenilikleri hem kişisel hem de kurumsal bazda sahiplenilmeyi gerektirir. Bu sahiplenmeden doğan başarının; içinde bulunduğu sektörün rekabet ortamında sürdürülebilirliği için değişim olgusuyla barışık bir yapı benimseyen girişimcilik türüdür.

İç girişimcilik; bir işletme içinde var olan girişim faaliyetlerinin her biri ifadesiyle 1985 yılında ortaya atılmış bir kavramdır (Karadal 2013, 299).

İç girişimciliğin sahip olduğu başlıca özellikler şöyledir (Başar, Tosunoğlu 2006, 123-134):

- “Yenilikçi olması,
- Karşılaşılan herhangi bir problemi çözebilir nitelikler taşıması,
- Araştırmacı bir ruha sahip olması,
- Özgüven sahibi olması,
- İşletmede belirli bir düzen olmasını istemesi,
- Zamanlama konusunda hassaslığı,
- Kaynak kullanırken sınırlandırılmaya gelemeyişi,

- Özgürlükçüdür ve bu onun için güç simgesidir, statüye ait sembolleri sevmemesi,
- İşten atılma korkusunun olmaması bu durumun onun için sadece belirli bir risk olması,
- Çalıştığı kurumdan hem maddi hem de manevi destek beklemesi”.

Girişimci çeşitli risklerle girişmiş olduğu yeni iş ortamında fırsat yakalamış ve ekonomik güç oluşturmuş kişi ya da yapılardır. Bu kişi ve yapıların sahip oldukları bu durumdan vazgeçip girişimcilik deneyimini yeni olanaklar oluşturması ve değer haline getirmesi girişimci girişimcilik olarak adlandırmaktadır (Özkul 2008, 15).

Girişimcilikte işin niteliğini simgeleyen bir başka girişimcilik türü olan tepkisel girişimcilik; herhangi yeni bir süreç oluşturmak yerine takip ettiği girişimcilerin yarattıkları üzerinden varlığını sürdüren bir yapıdır.

Orijinal girişimcilik; Girişimcilerin sıfırdan başlayarak kurdukları; girişimcilere ait güç, beceri, algı, sezgi, ustalık ve yetenek özelliklerine göre kurulan girişimlerdir (Cin, Günay 2013, 10-11).

Günümüzde yeniliklere açılan kapıdan geçmişe göre daha hızlı geçen topluluklar artık kalıpları kırmakta ve gün geçtikçe her alana yeni terimler kazandırmaktadır. Yukarıda bahsedilen girişimcilik tür ve örnekleri dışında yeni girişimcilik türlerine de rastlamak mümkündür. Göçmen girişimciliği, sosyal girişimcilik, kadın girişimciliği, ekosistem girişimciliği ve gün geçtikçe yenileri eklenen birçok girişimcilik türü bu yeni girişimcilik türlerine örnek olarak verilebilir.

2.5. Girişimcilerin İş Kurma Süreci Ve Aşamaları

2.5.1. İş Fikri

Girişimciler giriştikleri girişimcilik sürecini ya bireysel girişimcilik ya da içinde çalıştıkları organizasyonu geliştirmek amaçlı kurumsal girişimcilik veya diğer girişimcilik yöntemlerine göre daha elde edilmiş avantajları kapsayan satın almalar başka bir anlamda franchising yöntemi gibi alternatif durumlarla sürdürürler. Tüm bu

süreci oluştururken ortaya çıkması gereken girişimcilerin başvurdukları başlıca iş fikri kaynakları; üretimde olan ürün ve hizmetler, tüketiciler, yönetim veya devlet faktörü, araştırma ve geliştirme faaliyetleri, dağıtım kanalları, çevredeki kişiler ve bilimsel kaynaklardır (Karadal 2013, 29).

Girişimcilerin iş fikri kaynaklarını tek tek ele aldığımızda; üretim aşamasındaki ürüne fikri olarak nüfus edip onu bir adım ileriye taşıması gerekmektedir. İyi bir girişimci tüketiciyi doğru gözlemlemeli ve ihtiyaçlarına yönelik fikir üretmelidir. Ülkelerin kendilerine özgü kültürlerine yönelik araştırmalar girişimciler için büyük önem arz eder. Nitekim; her ülkede yapılan bir takım icatlar ve bunların belgelenmiş özellikte olma durumları girişimciyi daha önce düşünülmemiş ve var edilmemiş fikirler üretmeye sevk etmede baskın bir güçtür. Araştırma ve geliştirme, çevresel unsurları daha iyi analiz etme yeteneği girişimciliği geliştirmeye yönelik bilimsel verilerin ışığını yakan önemli iş fikirlerinin kaynaklarıdır.

Girişimcilik sahip olması gerekli temel kaynaklar etrafında var edilmek istenilen girişim ortamında karar verilen iş ve bu işi var etme sürecinde yanıtlanması gerekli önemli soruların varlığından söz edilebilir. Girişimci kişilerin işi var etme aşamasında ilerlerken iş fikri hakkında cevaplaması gereken soruların özellikleri; girişim türü, zamanlama, başarı ölçütleri, asıl yetenekler, yeni ürün için piyasa talepleri ve rakip özellikleri kapsayıcı niteliktedir (Yıldız 2007, 47-48).

Girişimcilerin iş kurma sürecinde varmak istedikleri hedeflerinin belirlenmesinde iş fikri hakkında cevaplanması gerekli olan bu sorularla olan uyumları girişimci için önemli avantajların kapısını aralayacaktır.

2.5.2. İş Kurma Süreci ve Temel Adımları

İş kurma sürecinde kendi işini kurmak fikri kişiler için bağımsız olma güdüsü ve kariyer sahibi olma yolunda içinde önemli fırsatlar barındıran bir süreçtir. Bu süreçte atılması gereken önemli temel adımlardan bahsedecek olursak ilk olarak karşımıza motivasyon ve bu motivasyon olgusuna sahip olabilme yeteneği çıkmaktadır. Motivasyon girişimciler için öncelikli sahip olunması ve barındırdığı kaynakları doğru kullanılması gereken bir süreçtir. Doğru isteklendirme sürecini

başarılı bir iş fikri oluşturmak ve bu hususu ön değerlendirme, uygulanabilirlik çalışmaları ile pekiştirmek bunun yanında hazır bir iş planı uygulaması ile hedeflenen iş kurma sürecini yönetmek başarılı bir girişimcilik durumu yaratmakta etkili olacaktır.

2.5.2.1. Motivasyon, Motivasyon Kaynakları, Motivasyona Sahip Olmak

Motivasyon girişimciliğin ruhunu ve iş yapabilirliliğini belirleyen sahip olması gerekli en önemli iş kurma süreci adımıdır. Günümüzde küresel bir dönemden geçilmekte ve her alanda yenilik ve değişimler meydana gelmektedir. Değişim süreçleri etkileşimlere açık olup, tüm bu etkileşimlerle işletme, iş, iş grupları, bilgi ve teknoloji alanında değişikliğe gidildiği gibi, hali hazırda bulunan işler, tutumlar ve alışkanlıklarda da değişimler gerçekleşmek zorunda kalabilir (Yeniçeri 2002, 102). İş kurma sürecinden geçen girişimci bireyler değişim sürecindeki bu belirsizlikle karşılaştıklarında; güçlü motivasyon kaynaklarıyla desteklenmedikleri takdirde başarılı iş fırsatlarını kaçırabilir ve olumsuz koşullarla karşılaşabilirler.

Girişimciler için motivasyon kaynakları; ekonomik kazanç, patron olmak, prestij, bağımsızlık, kar, emir altında çalışmamak, becerileri kullanmak, diğer kişilerin fark edemedikleri ya da ilgilenmedikleri işleri keşfetmek ve bu durumdan kendileri için olumlu getiriler oluşturmaktır (Yerlikaya 2005, 133).

Motivasyon kaynaklarının doğru değerlendirilmesi girişimcilerin motivasyona sahip olması ve yola çıktıkları iş kurma sürecinde oluşturmak istedikleri misyon ve vizyonu etkili gerçekleştirmelerine olanak sağlayacaktır.

2.5.2.2. İş Fikri, Ön Değerlendirmesi, Yapılabilirlik Araştırması

İş kurma sürecinin davranışsal temelleri şekillenip motive olunmuş bir profile ulaşıldığında sürecin işleminde başarılı bir iş fikrinin varlığı ve sahip olunan fikrin ön değerlendirmesi ve uygulanabilirlik alanının doğru materyallerle araştırılması hayati öneme sahiptir.

Başarılı bir iş fikrine sahip olabilmek için; ekonomik ve sosyal olarak bütünleşmiş bir yapıyı benimsemek gereklidir. Ekonomik açıdan bütçe ve finansal

yapı incelenirken sosyal açıdan beyin fırtınası, oluşabilecek sorunlara karşı tedbirler ve insanların ihtiyaçlarını karşılayacak tedbirler gibi birden fazla özelliğin olduğu durumdan söz etmek mümkündür.

İş fikrinin ön hazırlık aşaması ve değerlendirmesi bu süreç içindeki adımlardan bir diğeridir. Bu adımda yasal düzenlemeler başta olmak üzere iş fikrinin bütün özellikleri ile bir taslak haline gelmesidir. İş fikrini tamamlayan son süreç iş fikrinin yapılacağı alanın, paylaşılacağı kişilerin ve kapsamının yapılabilirlik aşamasıyla son bulmaktadır.

2.6. İş Planı

Küreselleşmenin yarattığı rekabet atmosferi iş yapma niyetindeki bireyleri girişimcilik yolunda doğru iş planı yapma ve bu planı uygulama yönünde etkilemektedir. Nitekim doğru bir iş planı girişimcilerin varmak istedikleri amaç ve bu amaçlarda yakalanacak başarının planlı bir programla desteklenmesi anlamına gelip; girişimcileri sağlam adımlarla hedeflerine yöneltecektir.

Yaratıcılık süreci olarak tanımlanan girişimciliğin üzerinde durması gerekenler iş planı geliştirme ve iş kurma süreçleridir (Yurtseven 2001, 15-16).

2.6.1. İş Planı Geliştirme

Girişimcilik olgusu hedefleri belirlemeyi ve bu hedefleri üç önemli vadede ele almayı gerektirmektedir. Bu üç önemli vade; kısa, orta, uzun olarak tanımlanmaktadır. Kısa, orta ve uzun vadedeki hedefler; oluşturulan alt yapı, ihtiyaçlar ve gerekçeler için bir rehber olma özelliği taşımaktadır.

Girişimciliğin iş planını gerçekleştirme süreci; yapılacak iş kapsamınca tüm sürecinin ele alınıp ihtiyaçların belirlenmesi için izlenecek hedeflerdir. Bu bağlamda girilen pazardaki stratejiler, örgütsel yapı, pazarın özellikleri, üretim yöntemleri ve finansal olarak uygulanacak planlar iş planı geliştirme yönündeki önemli adımlardır (Yurtseven 2001, 15-16).

2.6.2. İş Kurma

Girişimcilikte iyi tanımlanan bir iş fikri başarılı teşebbüslerin iş kurmalarında etkili faktördür. Yaratıcılıkla bezenmiş girişimcilik adımları işi kurma evresinde karar vermekle desteklenmeli ve oluşturulan süreçteki son adım olan iş kurulmalıdır. İş kurma sürecinin en başında girişimcinin yapmak istediği iş hakkında bu işin doğru sektörde mi doğru ortaklar çevresinde mi ya da doğru ekipmanlarla mı yapıldığının analizi işin son evresi için belirleyici özellik niteliğinde olacaktır.

İş kurmak girişimcinin sözlü niyetinden çıkıp eyleme geçtiği süreçtir. Girişimcinin geldiği bu nokta; personel temini, iş yerinin fiziksel mekânının belirlenmesi, iş ile ilgili olan yasal prosedürlerin takibi, donanımlı ve ekipmanlı bir işletmenin kurulmasıdır (KOSKEB 2010, 10).

İş kurma süreci ve temel adımları girişimciliğe motivasyon sağlayan çeşitli kaynakların varlığı ile başlamaktadır. Buradan hareketle ilerleyen süreç bu destekleyici motivasyon adımlarının iş fikri oluşmasına ve bu iş fikrini değerlendirip yapılabilirliği hakkında araştırmalar yapılarak desteklenir. İlerleyen bu adımlar girişimciyi etkili bir iş planı hazırlayıp uygulamaya ve fiili olarak iş kurmaya hazırlar. Girişimcilikte iş kurma sürecinin elle tutulur bir hal alması ve ulaşmak istediği hedefe emin adımlarla ilerlemesi doğru bir iş kurma sürecinin etkin olarak uygulanması ile mümkün olacaktır.

2.7. Türkiye’de Girişimcilik

Dünya ülkeleri arasında gelişmekte olan bir ülke statüsünü koruyan ülkeler arasında yer alan Türkiye; geçmişten günümüze tarihsel aralıklar arasında önemli ekonomik yapılardan ve süreçlerden geçmiştir.

Ekonomik süreçler içerisinde girişimcilik ele alındığında; tarihsel dönem aralıklarının girişimcilik özellikleri üzerinde çeşitli perspektifler karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik olgusu salt bir bireysel yetenek ve becerileri başka bir söylemle insani sermaye türlerini temsil etmez bunun yanında tarihsel süreçlerde dengesizlikten dengeye doğru olan bir uyum oluşturma mekanizması olma özelliği durumunu da kapsamaktadır (Doğan 2010, 25).

Türkiye’de bugünkü girişimciliğin gelişmiş ülkelere kıyasla geri kalmışlığı arkasındaki sır perdesini aralamak için cumhuriyet dönemi ve cumhuriyet dönemi öncesini ele almamız gerekmektedir.

İktisadî faaliyetler, “ihtiyaç tatmini yolunda insanla madde, çevre ve zaman arasındaki çok yönlü ilişkilerin toplamıdır” (Sayar 1998, 30). Bu noktada kısaca cumhuriyet öncesi dönemden bahsedecek olduğunda; Osmanlı-Türk insanını Batılıdan ayıran özellik; her iki topluluğun maddeye karşı yaklaşımlarının farklılığındandır. Batılı toplumda yer alan insanlar maddeyi cihetinden çıkartıp hırpalarken, Osmanlı insanı; mesafeli davranmış; rengine, biçimine en ufak değişiklik yapmamış ve maddeye ondan istediği doğrultuda nüfus etmemiştir, bu durum Batılı toplumun maddeye bakış açısı ile Osmanlı toplumunun bakış açısı arasındaki farkı açıkça gözler önüne sermektedir (Sayar 2000, 105). Hal böyle olunca Osmanlı toplumu kendi döneminde genellikle askerlik ve çiftçiliği kendisi için uygun meslek olarak görmüştür (Aşkın, Nehir ve Vural 2011, 62).

İktisadi hayatın şekillenmesinde önemli bir yere sahip olan girişimciliğin Osmanlının maddeye bakış açısından ötürü bu tarihsel süreçte oluşum göstermekteki yetersizliği belirtilen sebeplere bağlamak yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla girişimcilik olgusu bu ortamda gelişmesinin mümkün olmamıştır.

Osmanlı Döneminin sona erip Cumhuriyet dönemine geçilen dönemde; girişimciliği birden fazla tarihsel aralık altında toplamak; günümüzdeki girişimciliğin geldiği noktayı doğru ve daha kolay anlamak açısından önemli bir yol olacaktır.

Girişimciliğin gelişimi bağlamında 1923’den günümüze kadar öne çıkmış 5 hayati dönemden bahsedilebilmektedir (Öztürk 2008, 10-11):

- “Özel Girişimciliğe Teşvik (1923-1929 yılları arasında)
- Devletçilik ve Yansımaları (1930-1946 yılları arasında)
- Liberal Ekonomiye Geçiş (1946-1960 yılları arasında)
- Planlı Ekonomi Denemesi (1960-1980 yılları arasında)
- Dışa Açık Liberal Ekonomi (1980’den günümüze)”.

2.7.1. Özel Girişimciliğe Teşvik(1923-1929)

Kurtuluş mücadelesindeki başarı sonrası; önceliğin bir devlet olmak ve bu devletin ekonomik temellerini inşa etmek için gereken koşulların sağlanması gerekliliğini doğurmuştur.

Kurulan Türkiye Devleti yapılandırması gereken iktisadi gereklilikleri oluşturmak gayesiyle İzmir İktisadi Kongresini düzenlemiştir, kongre liberal iktisadi politika temelinde var olmakla birlikte birçok iktisatçı kongre sürecinde oluşan kararların hayati önemde olduğunu ve ilkesel olarak yol gösterdiği doğrultusunda fikir birliğine varmıştır (Berkes 1965, 92).

Kongrenin sona ermesiyle birlikte alınan kararlar şu doğrultuda olmuştur (Danışık 2001, 27-28);

- “Sanayinin teşviki
- Demiryolları inşasının hükümetçe belli bir programa dâhil edilmesi
- Yerli malı teşviki
- Milli bankaların kurulması
- Amele denilen iş gücüne işçi denmesi ve bu işçi topluluklarına sendika haklarının tanınması”.

Bu dönemin önemli gelişmeleri; 1924 yılında İş Bankası kurulmuş, 1927 yılında Teşvik-i Sanayi kanunu yerli üretimi arttırmak amacıyla yeniden inşa edilmiş, 11 Temmuz 1930 yılında T.C Merkez Bankası kurulmuştur (Eroğlu 2007, 66-67).

Kongre’de oluşturulan kararlar doğrultusunda çeşitli diğer bankaların oluşumları; Türkiye sınaî ve Maadin Bankası, Emlak ve Eytam Bankası, Türkiye Sanayi Kredi Bankasının yeniden düzenlenmesinin yanında 29 adet mahali banka ve 9 adet yabancı bankanın oluşumlarının faaliyete geçtiği görülmüştür (Özçelik, Tuncer 2007, 257).

Kongrede alınan kararlar genel olarak; girişimciliği teşvik etme amaçlı kısıtlı olan bir liberal yapı oluşturmuş olmakla birlikte özel sektör alan teşviklerine rastlansa da içinde bulunduğu savaşın getirdiği etkilerle reel ve büyük etkide bir ekonomik düzlem yaratılamadığını söylemek mümkündür.

2.7.2. Devletçilik ve Yansımaları (1930-1946 yılları arasında)

1930-1946 dönemi ekonominin üzerinde devletin aktif itici güç olması gerekliliğini doğurmuş ve Türk Lirasının azalan etkisini ortadan kaldırmak için 1930'da Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu çıkarılmış aynı dönem T.C. Merkez Bankası oluşturulmuş, ilerleyen yıllarda ticaretin ülke dışı varlığını oluşturmak için yasalar oluşturulmuştur (Aktan 1998, 34-35).

1933 yılından başlayan ekonomi düzenlemelerinde devletin etkisinin artması gerekliliği doğmuş ve bu gereklilik doğrultusunda hareket etme istikametinde yol alınmıştır.

Sümerbank'ın 1933 yılında kurulmuş olmasının en temel nedeni halkın sahip olduğu tasarrufları ekonomik kalkınma düzleminde kullanmak yönündedir. Sümerbank'ın bu döneme etkisi siyasal kesimlerin ve özel sektör topluluklarının üzerinde mutabakat yaptığı devletçilik olgusu ve devletin etkinliği aracılığıyla sanayi oluşumları gerçekleştirmek ve programlamakta önemli rol üstlenmiştir (Yeşilay 2005, 125). Bankaya yüklenen en önemli misyon ' Ülkenin iktisadi kalkınması için değerli yatırımlarına elde olan sermayenin destekleyici olması ve ülkede milli bir sanayi oluşturma yolunda tedbirler almak' ifadesindeki görevdir (Baklacioğlu 1976, 118).

1935'de kurulan Etibank ülkenin yer altı kaynakları ve bu kaynakların üretim, pazarlama gibi faaliyetlerini doğru yönde ilerleterek ekonomik kalkınmada önemli bir oluşum haline gelmiştir.

1928-1946 yılları arasındaki dönemde üç önemli sanayi planlaması yapılmış olup bu planlamalar sanayi ile ilgili önemli bilgiler içermektedir. Bu dönemin talihsizliği İkinci Dünya Savaşı yıllarına denk gelmesi ve ülkenin içinde bulunduğu savaş koşullarının önce ekonomik yaşamı sonra bu ekonomik yaşam içinde varlık

elde etmeye çalışan girişimciliğe olumsuz etkileri olmuştur. İlerleyen dönemlerin analizi yapıldığında, özellikle 1940 tarihinde kişisel girişimciliği özendirici bir yasa olan Milli Koruma Kanunu'nun ortaya çıkması dönemin ekonomik zorlukları içerisinde düzenleyici rol üstlenmiştir (Aşkın, Nehir ve Vural 2011, 66).

Devletçiliğin önemli ve ülkeye özgü bir ekonomik kalkınma ve iktisat politikası olması savaş yılları itibari ile devletçiliğin gerekliliğini göstermekle birlikte potansiyel etkisinin azalmaya başladığı ve 1945 tarihi sonrasında yürütülen bu politikanın terk edildiği söylenebilir (Aykanat 2007, 32).

2.7.3. Liberal Ekonomiye Geçiş (1946-1960 yılları arasında)

1940 yıllarıyla başlayan devletçilikten liberal yapıya geçme serüveni ele alınırken bu süreç öncesindeki döneme dair önemli gelişmeler de unutulmamalıdır. Özellikle 1938'deki savaş olgusu dünya açısından varlığını gösteren bir hal almış olmakla birlikte Türkiye'de de bu hayati dönem nüfusun önemli bir kısmının silâh altına alınması gibi durumları beraberinde getirmiştir. Ortaya konulan 'İktisadi Savunma Planı' bu koşullar altında kişilerin iç tüketimlerinde artış görünmüş ve bu durum dolaylı olarak malın kıt hale gelmesini sağlamış ve beraberinde karaborsa gibi haklı olmayan yollardan elde edilen maddi kazançların varlığı kaçınılmaz olmuştur (Baytal 2007, 548).

1940'da 3780 numaralı 'Milli Koruma Kanunu' çıkarılmış ve bu kanun; ziraatla, sanayi ve madencilikle uğraşan topluluklar, emlak sahipleri, işçiler, nakliyeciler gibi birden fazla alanı esas alan düzenlemelerden oluşmuş olup; fevkalade ortamda kişilerin hareket serbestliğine ve haklarına imkân sağlayan devlet desteklerinin olduğu bir süreç oluşturmuştur (Şükrü 1939, 322-329).

Tüm bu gelişmeler ele alındığında devlet bu süreç zarfında özel girişimcilik adına destekleyici olmuştur. 1942 yılında ülkenin emlak sahipleri, tüccarları ve büyük çiftçilerinden vergi alma esasında Varlık Vergisi kanunu çıkarılmıştır (Aksanyar, Biçer 2008, 386).

Bu kanundaki keyfi uygulamalar savaş dönemi yaşanan kıtlık, pahalılık ve resmi olmayan ticari yolların kullanımının durdurulmasında beklendiği gibi etkili olamamıştır. Kanun iki yıl gibi kısa bir süre zarfında kaldırılmıştır.

1948 yılı girişimciliğin Türkiye topraklarındaki gelişim faaliyetleri açısından önemlidir. Nitekim bu dönemde Milli Ekonomi Kongresi özellikle devletçilik üzerinde çeşitli fikir ve görüşlerin dile getirildiği bir topluluğun bir araya geldiği önemli bir kongre olmuştur. Devletçilik tutumunun ülkenin hususi girişimciliği destekleyenler için engel teşkil ettiği fikirleri ortaya atılmıştır.

Türkiye’de 1950 ‘den başlayarak 10 yıllık süreçte meydana gelen birden çok değişim olmuştur. Tarımsal alana açılan topraklar, halkın büyük kısmının köylü ve çiftçilikle uğraşması onları yakından ilgilendiren buğday fiyat artışlarının tüketiciler üzerinde yansımalarının olmaması, makineleşmenin önemini arttırmış ve hızlandırmış böylelikle dış kaynak imkânlarıyla traktör ihracatına olumlu etkiler yansımış ve dönemin önemli bankalarından ziraat bankası çiftçilere uygun koşullu kredi vermiştir (Tokgöz 1997, 116). Devletçilik anlayışının popürlüğinin azaldığı bir dönem olan bu dönemde girişimciliğin desteklendiği birden çok durumun varlığından söz etmek mümkün olacaktır.

2.7.4. Planlı Ekonomi Denemesi (1960-1980 yılları arasında)

Türkiye’nin kuruluş anından itibaren mutlak istikrarla yoluna devam eden bir ekonomik düzlemde seyretmesi zaman almıştır. 1960’larda ülkede meydana gelen askeri darbe planlı ekonomiyi bununla beraber de kurumsal olarak Devlet Planlama Teşkilatını (DPT) anayasal bir zorunluluk olarak Türkiye’yi kalkınma sürecine sokar (Gönel 2010, 299).

1970 kadar olan dönemde özel müteşebbüslüğün ani girişimciliğin olumlu etkiler çerçevesinde şekillendiği söylenebilir. Tarımda ve ticarete endüstriye olan ilgi devam etmiş olup, serbest mesleklerden iş hayatına katılanların oranı da artmıştır (Müftüoğlu, Akbulut ve Özsoy 1996, 28).

1970'lerle başlayan dönem, gerek dış dünyanın düzensiz ekonomik ilerleyişi(en önemli olaylardan biri petrol krizleridir)gerekse kendi içimizde yaşadığımız sosyal ve politik çatışmalar, dış ticareti sekteye uğratacak ve enflasyon ortaya çıkacaktır (Altay 2000, 56). 1970 yılıyla ilerleyen bu dönemin girişimciliğin gelişim ve ilerleme sürecinde tıkanma yaşanmasına sebep olan bir süreç olduğu söylenebilir.

2.7.5. Dışa Açık Liberal Ekonomi (1980'den günümüze)

Türkiye ekonomik tarihi sürecinde 24 Ocak 1980 tarihinde kalkınma stratejilerinde değişikliğe gidilerek çeşitli ekonomik istikrarlar önlemleri ve bunun yanında serbest piyasa ekonomisine geçilmiştir. Bu dönem tarihe 24 Ocak kararları olarak geçmiştir.

24 Ocak kararları 1980 yılının başlangıç aşamasında alınmıştır. Bu yıllarda engellenemez enflasyonun ortaya çıkardığı olumsuz etkileri azaltmak, ülkede yapılan ihracatta meydana gelen aksamalara son vermek, ülkede yapılan ihracat durumlarında meydana gelen aksamaları azaltmak, ülke içi tasarruf tedbirlerinin eskiye oranla fazlaştıırılması, dış borç gibi bir yük sorumluluğunun aza indirilmesi, sanayideki döviz sıkıntılarının ortadan kaldırılması ve ekonomi ile ilgili hatalı kararları son vermek amacıyla oluşturulmuştur (Parasız 1998, 197).

IMF ortaklığı ile imza atılan 'stadbay' anlaşması 1980- 1983 seneleri arasında şekillenmiştir ve bu doğrultuda ortaya atılan önlemlerin bazıları şöyledir (Tokgöz 2001, 192-193);

- “İhracatta dövizde kullanım kolaylığı, daha ucuz kredi ve döviz kolaylığı ve bu durumunun istikrarlı desteği ile ihracata dayalı sanayileşmeye önemin artması,
- Türk Lirasında önemli bir değişim olarak büyük oranda devalüe yapılması,
- Yurt dışından gelebilecek sermaye girişi için çeşitli önlemlerin hızlıca alınması,
- Döviz kurunda günlük ve daha esnek uygulamaların yapılması,

- Bütçede meydana gelen ciddi açıkların ortadan kaldırılması için kamu alanındaki harcamaların sınırlandırılması,
- Serbest faize geçilmesi,
- Kamu İktisadi Teşebbüsleri(KİT)'lere çeşitli açıkları sone erdirmek amacıyla zam yapabilme imtiyazlarının verilmesi,
- Fiyatta yapılan kontrollerin azaltılması ve sübvasyonların asgariye düşürülmesi”.

Türkiye’de kalkınma ile ilgili düşüncelerdeki ana değişiklik 1980’ler sonrasında ihracata yönelerek bir strateji belirlemek ve bu stratejiyi sanayiye yönelterek ekonomik ve ticari politikalarla kalkınmayı dünya düzleminde ve rekabetçi ortamda yapma kararındadır (Gönel 2010, 300). 80’li yılların girişimcilik adına olumlu çıkarların varlığını barındırdığından bahsedilebilir.

1990’lı yıllar Türkiye açısından belli olmayan koşulların varlığını devam ettiren yıllardır. Bu dönemde meydana gelen terör olaylarına karşı güvenlik için yapılan harcamalar ülkenin sil baştan oluşturacağı istikrar amaçlı politikaların gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Parasız 2001, 376).

Türkiye ekonomisi bu dönemin ele alındığı dönemde dengesiz makroekonomik yapısı ve bu dengesizliğim içinde sürdürülebilirliğini kaybetmiş olduğu göz önünde bulundurularak 5 Nisan 1994 yılında günümüze 5 Nisan kararlarıyla geçen bir takım kararlar alınmıştır (DPT 1994);

- “Ekonomik istikrarı ve sürdürülebilirliği kalıcı kılacak reformların sağlanması,
- Rekabet gücü dikkate alınarak gelir olgusunun olumlu istihdam yapısını destekleyici hale getirmesi,
- Dış ticarete meydana gelen açığın dengelenmesi niyetiyle dolar ile TL arasında meydana gelen TL’nin dolar karşısındaki değer kazanımlarının azaltılması,
- Enflasyon denilen sürekli fiyat artışlarının ivedilikle düşürülmesi ve Türk Lirasına istikrar kazandırılması ve bunun yanında gerek ekonomik gerekse sosyal kalkınmayı destekleyici düzenlemeler yapılması,

- Kamudan elde edilen gelirlerin yeni ve ek olarak belirlenecek vergilerle arttırılması, ücretteki sürekli artışın enflasyonun altında tutulacak hale getirilmesi, kamu harcamaların kısıtlanarak kamu borçlanmaların önüne geçilmesi”.

Bu dönemde vadesi uzun olmayan bir istikrar ortamı yaşanmasına karşın 1994 senesinde meydana gelen krizle dönemin kısa süreli olması 5 Nisan tarihinde alınan kararları istenilen doğrultuda ilerletememiştir (Kaya 2013, 19-20).

1996 yılına gelindiğinde Ocak ayı itibarı ile Gümrük Birliği oluşturulmuş ve Avrupa Birliğinden ithalat yoluyla elde edinilen sanayi maddelerinden gümrük vergileri kaldırılması gibi hususlarda AB ve Türkiye arasında çeşitli alt başlıklarda şekillendirilen bir süreç başlamıştır.

Gümrük Birliği Kararı uyarınca Türkiye'nin politikalarını şu doğrultuda açıklayabiliriz: Ticari yaşamda alınacak ortak bütünlük, yönetebilir kotalar, uygulamaları, diğer üçüncü ülkelerden yapılacak olan ithalata yönelik ortak kurallar, ithalat aşamasındaki tekstil ürünlerine uygulanacak ortak kurallar, resmi kredilerde yapılan düzenlemeler, standardizasyonu sağlanmış olan bir dış ticaret, gibi çalışmalardır (www.dpt.gov.tr).

Gümrük Birliği genel manada ortaya çıkan olumlu kazanç ya da olumsuz kayıplardan (Walter 2002, 433);

- “Ölçek Ekonomileri
- Uluslararası Uzlaşma
- Ticaretin Hadleri
- Kaynak Dağılımı

Birliğin yarattığı şu durumları ise incelemeyiz;

- Faktör Verimliliği
- Gelir Dağılımı
- Ekonomik Büyüme”.

Gümrük Birliği kararlarının hayata geçmesiyle birlikte genellikle ortaya atılan olumsuz senaryoların büyük ölçüde karşılık bulmadığı ve özellikle vurgulanan KOBİ'lere yönelik kötümser senaryolar hayat bulamamış hatta günümüzde bile varlıklarını sürdüren en etkin varlıklar olmuştur (Arıkan 2004, 17).

2000'li yıllar ekonomik açıdan ve girişimcilik açısından ele alındığında hem zorlukların hem de fırsatların yaşandığı bir dönem olma özelliği taşımaktadır. Bu ifadeden kasıt özellikle Türkiye'nin yaşadığı Marmara Depremi ve sonrasındaki belirsizlik ve bununla birlikte 2001 kriziyle gelen ekonomik yıkımların yaşandığı bir döneme tanıklık ettiğimiz yıllardan geçmiş olmamızdan kaynaklıdır. Bunun yanında 2000'li yıllar için 21. yüzyıla adım atma serüveni ifadesi yanlış olmayacaktır. Nitekim bilgi, bilim ve teknoloji çağında küreselleşme ve rekabet ekonomiyi var edenler açısından önemli itici güç olmuştur. Bugün Türkiye'de girişimcilik olgusunun kavram olmaktan ziyade faaliyete geçen önemli bir ekonomik kalkınma aracı olduğu gözlemlenmektedir.

Girişimciliğin günümüz değerlendirmesine rakamsal olarak bakacak olduğumuzda; 2008 yılında faaliyette bulunan 'başlangıç aşama' girişimcilerin ülkenin yetişkin nüfusunun %3,19 unu oluşturduğu gözlemlenirken 2012 yılında bu değerin %4 olduğu görülmektedir küçükte olsa arma yönünde seyreden bu değerlerin farklı yönlerden daha büyük oranda artış gösterdiği gözlemlenmektedir (Karadal 2013, 135). Bu oranlardaki artışlar ülkedeki ekonomik büyümenin girişimcilik faktörüyle önemli ölçüde rol paylaşımı yaptığını göstermektedir (GEM, 2012).

2.8. Türkiye'deki Girişimciliğe Yönelik Küresel Girişimcilik Platformu(GEM) Araştırma Verileri

Küresel girişimcilik platformu (GEM) girişimcilik kavramı ve bu kavramın ülkeler üzerindeki yerini, aktivitelerini ve faaliyet gösterdikleri alanlardaki varlığını belirlemek amacıyla girişimcilik alanındaki en kapsamlı araştırma projesi olarak karşımıza çıkmaktadır (<http://www.gemconsortium.org/>). GEM 1997 yılında; Babson College(ABD) ve Londra Business School(UK)'un önde gelen bilim adamları liderliğinde başlamış olup 1999 yılında ilk GEM raporu hazırlanmış rapora 10 ülke dâhil olmuş ve 2010 yılı itibarı ile tüm kıtalardan toplamda 59 ülke GEM' e

katılmıştır (Karadeniz 2010, 17). Ülkeler için belirleyici durumların yer aldığı GEM verileri önemli oranda destekçi gördüğünü söylemek mümkündür. 2013 yılında GEM'in katılımcı sayısının 71' e yükseldiği gözlemlenmiştir.

Türkiye'nin GEM araştırmalarına 2006 yılı ile dâhil olmuştur, bu dahil oluşla birlikte; ülkemizdeki girişimcilerin gelişimine nelerin etkili olacağı, girişimciliğin nerede ve hangi ihtiyaçlardan yola çıkılarak teşvik edilmesi gerektiği ve girişimciliği kısıtlayıcı engellerin neler olabileceği gibi çeşitli konudaki bilgilere ulaşmak için projeye katılmanın ülke girişimciliği açısından GEM'in önemini göstermektedir (Türkiye'de Girişimcilik Endeksi Sunumu 2013, 2-7).

Tablo 9. Türkiye'deki GEM Erken Dönem Girişimcilik Endeksi(2006-2012)

Yıllar	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kuruluş Aşamasındaki Girişimci Oranı	2,2	1,9	3,2	-	3,7	6,28	7,25
Yeni Girişimci Oranı	4	3,7	3	-	5,1	5,95	5,36
Kuruluş Dönemi Girişimcilik Aktivitesi	6,1	5,6	6	-	8,6	11,87	12,22

Kaynak: Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016, s.38

GEM'in Türkiye hakkında hazırlanan 2006-2012'yi kapsayan erken dönem girişimcilik raporunda ülkemizdeki girişimciliğe ve girişimciliği etkileyen çeşitli unsurların bu olguya etkisine dair bir takım veriler karşımıza çıkmaktadır.

GEM'in erken dönemdeki girişimcilik indeksinin 2006-2007 ve 2008'deki ortalaması % 6 tabloda görüldüğü gibi yıl 2010'u gösterdiğinde bu oranın %8,59'a yükselmiş olduğu gözlenmekte olup 2011 ve 2012 yılında da belli yükselişlerin devam ederek 2012'de gördüğümüz rakam % 12'lere varmıştır. Buna göre ülkemizde bulunan her 100 kişiden 12'si son 1 yılda girişimcilik faaliyetlerine katılmayı düşünmüş veya faal biçimde bu duruma geçmiş olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle erken girişimcilik faaliyeti açısından sıralanan ülkeler arasında Türkiye 2006 ve 2008 sürecinde bu sıranın tam ortasında varlık sürdürenin altında kalmış fakat 2010 yılında 2 üste 2011 yılına gelindiğinde ise 8 sıra üste yerleşerek ciddi bir girişimcilik gelişmesine imza atmıştır.

Türkiye girişimcilik erken indeksi bakımından araştırma faaliyetlerine katılmış olan 30 faaliyet odaklı ekonomi içinde 17.sırayı almıştır. Ülkemizin uluslararası değerlendirme ve karşılaştırmasına gidildiğinde önemli bir yargı karşımıza çıkmaktadır. Nitekim 2012’de Brezilya’dan başka BRIC ülkelerinden girişimciliğin başlangıç ve kuruluş aşamasındaki faaliyetlerde yükseliş gösteren olmamıştır.

Türkiye’de yıl 2012’yi gösterdiğinde girişimciliğin çeşitli yöneltmelerinden olan fırsatları değerlendirmek hedefiyle girişimci olmak durumunda olanların sayısal olarak yükselişe geçtiği dönem olarak gözlemlenip; 2011’de %7.57’lik oranın 2012’de %8.17’ye yükselmiş olduğu görülmektedir. Girişimciliği ihtiyaçlar doğrultusunda gerçekleştirenlerin oranı % 3,75 ilen %3.77’ye yükselmiş ve fırsatlar ve ihtiyaçlar arasında bulunan fark oluşumu açıklarak sürmüştür.

2011 yılında kişilerin %26’lık oranı yeni bir iş kurmaktan çekinmezken Türkiye’de cesur girişimcilik ruhunun varlığına işaret etmektedir.

GEM’in Türkiye ile ilgili olan araştırmasından ortaya çıkan önemli sonuçları ele alındığında; çeşitli başlık ve kategorilerde karşılaştırılan olguda varılan nokta, girişimci olma algısı ve bakış açısının pozitif yönde seyretmesi ülkemizdeki girişimciliğin iyi yerlere varmasında önemli güç unsurları olarak görülmekte ve girişimciliği geliştireceği iyi yönde etkileyecek olduğu düşünülmektedir.

Tablo 10. 2006-2012 Yılları GEM araştırma sonuçları (Türkiye verileri ve kategori ortalamaları)

	2006	2007	2008	2009	2009*	2010	2010*	2011	2011*	2012	2012*
Fırsat Algısı		37	47	(-)	36	36,1	42,9	32,4	40,3	40	33
Girişimcilik Kapasitesi Algısı		45	44	(-)	54	54,2	55,9	42,1	52	49	42
Başarısızlık Korkusu		32	33	(-)	35	25	31,7	22,5	32,1	30	36
Girişimcilik Niyeti		19	21	(-)	21	19,4	23,2	8,5	24,7	15	14
Girişimciliğin Kariyer Görülmesi		(-)	72	(-)	71	71,2	72,8	(-)	70,1	67	62
Başarılı Girişimciler Bakış Açısı		(-)	(-)	(-)	71	76,4	69,8	(-)	69,2	76	66
Potansiyel Girişimci Oranı		(-)	63	(-)	62	61,7	62,5	(-)	60	57	52
Yeni Girişimci Oranı	2,2	1,9	3,2	(-)	6,1	3,7	6,7	6,3	8,4	7	4
Kuruluş Dönemi Girişimcilik (TEA)	4	3,7	3	(-)	5,3	5,1	5,2	6	5,9	5	3
Kurulu İşletme Oranı	6,1	5,6	6	(-)	11,2	8,6	11,7	11,9	14,1	12	7
Kapanma Oranı	12	5,5	4,8	(-)	7,9	10,7	7,6	8	7,2	9	6
Mecburiyete Dayalı(%TEA)		(-)	3,8	(-)	4,9	4,6	4,4	3,9	4,3	5	4
Fırsata Dayalı (%TEA)		(-)	(-)	(-)	32	37	31	32	28	31	34
Fırsata Dayalı (%TEA)		(-)	(-)	(-)	41	47	42	44,8	41,7	55	43

* kategori ortalaması

Kaynak:Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016, s.39

GEM'in güncellenmiş 2013 raporu ülkemizdeki girişimciliğin niteliği ve geldiği noktayı objektif olarak değerlendirebilmemiz açısından önemlidir. 2013 raporunda ülkemizin erken dönem girişimci indeksinin geçmiş dönemlerden farklı olarak ilk defa bölgesel temelde incelendiği gözlemlenmektedir. Türkiye'nin 2006 yılından başlayarak dâhil olduğu GEM ve verilerinin Türkiye'nin 2013'te geldiği noktada girişimcilik adına önemli mesajlar içermektedir.

GEM 2013 erken dönem girişimcilerde öne çıkan konular çok çeşitlidir. Bunlar; fırsatları değerlendirmek için girişimci olan kişilerin oranı, girişimciliğin yetişkin nüfus, genç girişimci, kadın girişimci oranları, ihtiyaç dolayısıyla girişimci olanlar ve girişimciliği kariyer hedefli görenler gibi başlıklar altında toplanmıştır ve verileri şöyledir (kosgeb.gov.tr):

- “Fırsatları Değerlendirmek İçin Girişimci Olanların Oranı; 2010'da %54 iken 2013'de bu oran %67'ye yükselmiştir. Bu manada fırsatları değerlendirmek için girişimciliği seçenek olarak gören kişiler oranının artışı olduğu gözlemlenmiştir.
- Girişimcilerin Yetişkin Nüfus İçindeki Oranı; 18-64 yaş arası; 2006-2008'de %6, 2010-2012'de %11 ve 2013' %9,95 bu oranlarda girişimcilikte bir düşüş görünmesine rağmen hazırlanan raporda girişimci niteliğinin olumlu seyretmesi durumuna bağlı olarak olumlu bir görüşe rastlamak mümkün olmaktadır.
- Genç Girişimcilerin Oranı; 18-24 yaşındaki girişimcilerin 2012'de %9 olan payının 2013 raporlarında %16 gibi oldukça olumlu oranlara yükselmiş olduğu gözlemlenmektedir.
- Kadın Girişimcilerin Oranı; 2006 raporlarında %29 olan oran 2013 güncellenmiş verilerde %32 oranına yükselmiştir.
- İhtiyaç Dolayısıyla Girişimci Olanlar; 2010'da %37,36 oranı 2013'de %30,25 oranına gerilemiştir.
- Girişimciliği Kariyer Hedefli Görenler; bu oran uluslar arası olarak ele alındığında ülkemizdeki %64,03 oranının, etkinlik güdümlü olan diğer ekonomilerde %67,92 oranında bizden daha yüksek bir oranda seyrettiği gözlemlenmiştir”.

2.9. Türkiye Onuncu Kalkınma Planınca Girişimcilik ve KOBİ'lere İlişkin Gelişmeler ve Hedefler

Türkiye’de planlı bir döneme geçişte 1960 yılında kurulan Devlet Planlama Teşkilatı (DTP)’nin ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel olarak gelişmesi ve bu gelişme çerçevesinde devletin yapması gereken çeşitli planlar ve politikaları üretmesi ülkenin sürdürülebilir kalkınma sağlama çabalarına önemli ölçüde katkı sağladığı gözlemlenmiştir. 2011 yılı ile birlikte kurum Kalkınma Bakanlığı adına dönüştürülerek faaliyet göstermeye başlamış ve bu faaliyetlerini günümüzde de sürdürmeye devam ettirmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı önderliğinde oluşturulmuş olunan 2014-2018 Onuncu Kalkınma Planı ülkenin günümüz rekabet ortamında dünyayı her yönüyle takip etmesine olanak sağlayacak çok yönlü programlar kapsayan bir kalkınma planı olduğu görülmektedir. Bu çok yönlülük; eğitim, sağlık güvenlik gibi temel ihtiyaçlardan başlayıp, ekonomik kalkınma ve ekonominin vazgeçilmezi girişimcilik ile KOBİ’ler hakkında hedefler belirleyen geniş bir yelpazede planlar sunmaktadır.

Tablo 11. Girişimcilik ve KOBİ'lere İlişkin Gelişmeler ve Hedefler

	2006	2012	2013	2018
Yeni Kurulan Şirket Sayısı (Bin)	53	39	50	75
KOBİ’lerin Tüm İşletmeler İçindeki Oranı	%1,7	%2,42	%3,0	%4,0
OSB’lerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayısı(Bin)	35	41	45	65
Tamamlanan OSB Sayısı	130	153	160	200
KOBİ’lerin İhracat Miktarı (Milyar Dolar)	503	90	100	150
İhracat Yapan KOBİ Sayısı (Bin)	44	50	52	60
KOBİ’lerin Ar-Ge Harcamalarındaki Payı	%10,03	%14,92	%17,0	%20,0
TGB’lerde Faaliyet Gösteren Girişim Sayısı	604	2.174	2.500	4.000

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı 2008-2014, 2013 Ankara, s.92-93
2013 ve 2018 yılı verileri Onuncu Kalkınma Planı tahminleridir.

Onuncu Kalkınma Planı dâhilinde KOBİ ve girişimciler için ön görülen amaç ve hedefler detaylarıyla birlikte yukarıda bulunan tabloda gösterilmiştir (www.kalkinma.gov.tr).

Verilerden de anlaşılacağı üzere KOBİ'lerin girişimcilik serüveni birçok alanda kendini geliştirerek yoluna devam etmiştir. Tüm bu değerler dâhilinde gelecekte KOBİ ve girişimciler hakkındaki tahminler olumlu yönde seyretmektedir. Bu verilere dayanarak KOBİ ve girişimcilik faaliyetlerinin rekabet ortamında güç kazanması hedeflendiğini söylemek mümkündür. Kalkınma planınca; KOBİ'lerin markalaşması kurumsallaşması ve yeniliğe ayak uyduran iş modelleri geliştirmeleri sağlanacak, girişimcilik ekosisteminde hizmet veren ve destek sağlayan bütün kurumların ve kuruluşların kurum kapasiteleri ve işbirliği düzeylerini arttırmak amaçlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, 92-93).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MOTİVASYON KAVRAMI, MOTİVASYON KURAMLARI, GİRİŞİMCİ MOTİVASYONU

3.1. Motivasyon

Motivasyon (güdüleme) Latince bir kelime olan “motive” kelimesinden gelmekte olup; insanlardaki hareket etme güdüsünü tetikleyerek onların bu hareketlerine yön veren isteklendirme değerleridir. Türkçedeki anlamı ele alındığında motivasyonun ortaya çıkan tanımı; istek uyandırma, özendirme yaratma ve işe geçmeyi sağlamak (Türk Dil Kurumu 2009, 603) anlamına gelmektedir. Başka bir ifadeyle motivasyon bireyleri harekete geçiren bir hamle bir iç güçtür (Bovee, Thill ve Schatzman 2004, 213).

Motivasyon terimi belirli kişiler ve belirli işlere göre spresifik tanımının dışına çıkarak değerlerini bu doğrultuya yöneltebilir. Kişisel ihtiyaçlar motivasyonun en temel var olma araçlarıdır. Kişilerin sahip olduğu birden fazla kişisel özellik ve bu kişisel özelliklerin onları sahip olmaya yönelttiği ihtiyaçlar motivasyon etrafında şekillenmektedir. Motivasyon kişileri yapacakları işte başarılı kılmak için tetikleyen önemli bir güç özelliği taşıdığından dolayı birden fazla yönüyle ele alınmaktadır. Özellikle dünyanın insanların gözünde eskiye göre daha küçüldüğü ve rekabetin arttığı günümüzde kişileri iş fikri üretmesi, planlaması ve uygulamasında onların hayal ettiklerini hayata geçirmekte motivasyonu tüm yönüyle ele almak ve pekiştirmek kişileri, işlerini ve işlerindeki başarıyı güçlü kılacaktır.

Motivasyonun içinde barındırdığı çeşitli boyutlardan olan insanların var olan ihtiyaçlarına yönelik olması; bireylerin ihtiyaçlarını belirleyip motivasyonunu bu yönde sağlamak için çaba sarf etmesidir.

Atkinson’a göre; kişilerin sahip oldukları güdüler onların davranışları üzerinde etkilidir ve bu güdüler özel çevresel öğelerden çevresel değişikliklere çeşitli uyarılmalara karşı açık olup ayrı gereksinimlerin motivasyonla doyurulmasına ihtiyaç duyar (Akat, İlter, Budak ve Gülay 1999, 205). Motivasyon kelime anlamı itibariyle kişilerin bir işi içinden gelerek yapmasında belirleyici bir yere sahiptir.

Kişilerin motive olması için içinden gelmesini destekleyici yönlerinin ortaya çıkarılması ancak motivasyonu çoklu yönleriyle ele alıp doğru yöntemler takınarak gerçekleşebilir. Motivasyon öğrenme ve performansla yakından ilgilidir. Nitekim öğrenmede ki önemli yön verici güdüler motivasyonla harekete geçer. Buradan yola çıkıldığında güdüleme eyleminin öğrenmedeki gerekli ön şartlardan biri niteliğini taşımaktadır (Aydemir 2008, 2). Motivasyonun performans üzerindeki etkilerini ele alındığında; günümüzün çalışma yaşamında yüksek performansın etkileri gerek işverenler gerekse çalışanlar için olumlu sonuçlar doğurmaktadır. İş verenler için yüksek performans başarılı olmayı getirirken, çalışanlar için iş verenler tarafından teşvik edici ödüllendirmelerle motivasyon ve performanslarının dengede tutularak motive edilmeleri şeklinde gelişmektedir.

Gerçekleşmiş bir motivasyon durumu kişiler, kurumlar veya kurum çalışanları için çeşitli faydalar sağlayacaktır, bu faydalar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Öztürk 2002, 5);

- “Kişilerin ekonomik açıdan gerekli hissettikleri gereksinimlere yönelik imkânlar sağlamakta etkili olacaktır.
- Toplumsal olarak sahip olmak istenilen ihtiyaçları karşılamakta yardımcı olacaktır.
- Çalışan kişilerin yaptıkları işte etkili olmasının da önemli yere sahip egonun desteklenmesini sağlayacaktır.
- Kişisel yetenekleri ortaya çıkarmak için etkili olacaktır.
- İşletmelerin, çalışanların ve toplumsal süreçlerin ve ekonomik yapıların günümüz şartlarıyla rekabet içinde olmasını kolaylaştıracaktır.
- Yaratacağı olumlu rekabetin etkisi ile çalışanlara motivasyon öğelerinden daha etkili faydalanmasını sağlayacaktır.
- Esnek motivasyon anlayışını geliştirecek ve değişim ortamında etkilenen gerek sosyal gerekse ekonomik yapının bu yapıyı benimsemesini sağlayacaktır.
- Motivasyonun kişiler ve örgütlerin sahip olmak istedikleri misyon ve vizyonlardaki tüm yöntemleri kapsar ve buradan hedefle hem kişiler hem de örgütler için doyuma ulaşmayı sağlar”.

3.2. Motivasyon Çeşitleri

Motivasyon olgusunun ortaya çıkmasında çeşitli motive unsurları ve bu unsurların niteliklerine göre sınıflandırılmalarının önemi büyüktür. Motivasyonu genel olarak ele aldığımızda bunu tetikleyen başta fizyolojik motiveleler olmak üzere sırasıyla; iç motiveleler başka bir ifadeyle içgüdüler, psiko-sosyal motiveleler bu oluşumu tamamlayan unsurlardır.

3.2.1.Fizyolojik Motiveleler

İnsanlığın var olduğu günden bu güne kadar var oluş sürecinde barındırdığı temel gereksinimler motivasyonun fizyolojik motive unsurları arasında yer almaktadır. Güdüler fizyolojik olarak var olan ihtiyaçlara yönelik olup insanların hepsini kapsar ve kapsama alanı etkisi ve kuvveti bireyler arasındaki farklılıklardan dolayı çeşitli şekildedir (Aşıkoğlu 1996, 41-42).

3.2.2. İç Motiveleler

İç motiveleler kişilerin doğaları gereği gereksinim duydukları ihtiyaçlardır. Kişilerin iç motivelelerinin bilinç dahilinde yapıldığı ve önlenabilir ya da çeşitli yollarla eğitilebilir olduğundan söz etmek mümkün değildir. Genel manada bilinç dışı davranışlar olduklarından kişilerin bilinç dahilinde yaptıkları işler üzerinde etki sahibi olamazlar.

Davranışların içgüdüsel olduğunu kavramakta karşımıza birkaç koşul çıkmaktadır ve bu koşullar şu şekilde açıklanmaktadır (Şenturan 2014, 23);

- “İç motive olarak karşımıza çıkmış olan bir davranışın herhangi bir öğrenme durumunda değişiklik göstermemesi gerekmektedir.
- Kati olan herhangi fizyolojik sebep olmamalıdır.
- İç motive ya da içgüdü olarak tanımlanan hareketlerin hayvanlar alemi olarak adlandırılan dünyada da evrensel özellikler taşıması gerekmektedir”.

3.2.3. Psiko-Sosyal Motiveler

Kişilerin psikolojik motive unsurlarının kolay açıklanabilecek bir yapıya sahip olmadığını söylemek mümkündür. Psikolojik güduları kişilik özellikleri ve bu kişisel özelliklerin yol açtığı farklı olayları farklı algılayabilme durumu takip eder.

Sosyal motiveler yaşanılan toplum ve bu toplumun vazgeçilmez olan değerleri ile yakından ilgilidir. Kişilerin var oldukları toplumsal yapıda değer gören davranışlara ve durumlara göre motive olma eğilimi göstermektedir. Psikolojik ve sosyal gereksinimler birlikte değerlendirildiğinde yaklaşılan modern yönlenmeler, psikolojik eğilimleri biyo-sosyal gelişim olarak niteler ve bu durumu dış çevre ve organizmanın birbirine olan etki ve etkileşimleri ile açıklar (İnceoğlu 1985, 3).

Bu bağlamda psikolojik ve sosyal güdülerin kişilerim ihtiyaç duydukları gereksinimler bakımından birbiriyle aynı yönde bir birliktelik göstererek paralel bir hareket sahasına sahip oldukları söylenebilir.

3.3. Motivasyon Teorileri

Kapsam Teorileri

- Maslow'un Gereksinimler Hiyerarşisi
- Herzberg'in Çift Faktör Kuramı Modeli
- Alderfer'in ERG Kuramı
- McClelland'ın Başarı Güdüsü Kuramı

Süreç Teorileri

- Vroom'un Beklenti Kuramı
- Lawler-Porter Modeli
- Eşitlik Teorisi
- Amaç Teorisi

3.3.1. Kapsam Teorileri

3.3.1.1. Maslow'un Gereksinimler Hiyerarşisi Kuramı

İnanların doğaları gereği doğum anlarıyla birlikte gelen gereksinimleri Maslow tarafından en aşağıdan en yukarıya doğru; fizyolojik, güvenlik, sosyal, saygınlık ve kendini gerçekleştirme olarak bir piramitte ifade edilmiştir.

Maslow'a göre, üst seviye ihtiyaçlarının ele alınmadan önce yerine getirilmesi gerekenler hiyerarşinin alt seviyelerde bulunan ihtiyaçların olması gerekmektedir. Bir gereksinimin var olması bu gereksinimin arkasındaki birden fazla ihtiyacın belirli oranlarda karşılanmasına ve tatmin edebilirliğiyle doğru orantılıdır. Üst seviyedeki gereksinimlerin ortaya çıkması için bir alt seviyede bulunan ihtiyaçların belirli oranlarda tatmini gerekmektedir aksi takdirde motivasyonun dinamik bir hale gelmesi mümkün olmaz (Önen, Tüzün 2005, 32).



Şekil 5. Maslow Hiyerarşi Piramidi

Kaynak: Bovee L. Court, Thill V. John, Schatzman E. Barbara (2004), ' Business in Action' Prentice Hall, Second Education ., s.215

Fizyolojik gereksinimler; varoluşumuzun en temel gereksinimleri olan basit ama yaşam boyu gerekliliğini hissettiğimiz ve bundan dolayı mutlaka gerekli ve vazgeçilmez ihtiyaçlardır. Fiziki gereksinimler kişilerin yaşamsal ortamlarında mutlak gerekli aç kalma dürtüsü, susuz kalma dürtüsü ve cinsellik dürtüsü gibi gereksinimler olup; öteki ihtiyaçların oluşumu ve uygulanması için gerekli ve öncelikli gereksinimlerdir (Çiçek 2005, 15).

Güvenlik ihtiyacı; organizmaların ilk ihtiyaçları olan fizyolojik gereksinimler cevap bulduktan sonraki aşamada güvenlik problemleri ve bu problemlerden doğan gereksinimler ortaya çıkmaktadır. Güvenlik ihtiyacı insanların yerleşik hayata geçmesi ve barınma olgusuyla doğru orantılı meydana gelmiştir nitekim insanlar sahip oldukları varlıkları koruma güdüsüyle donatılmışlardır. İnsan tehlikeli durumlarda ve sahip olamadıkları ya da diğer bir ifadeyle yoksunluk duygusuna karşın savunma ihtiyacı hisseder (Erdem 2008, 7). Maslow'un hiyerarşik düzlemde yer verdiği güvenlikle ilgili gereksinimlerin tüm bu nedenlerle oluşum gösterdiği söylenebilir.

Ait olma ve sevgi ihtiyacı; toplumsal yaşamın en değerli ögesi olan insansın girmiş olduğu bu büyük alanda toplumdaki diğer kişiler karşısında varlığını kanıtlama ve kabul görme gereksinimidir. Takdir ve saygı ihtiyacı; bireyleri hiyerarşik piramit üzerindeki ihtiyaçlara göre ele aldığımızda; bir takım ihtiyaçları gerçekleştiren kişilerin bir üst ihtiyaç için güçlü gereksinimler duyduğu gözlemlenmektedir. Takdir ve saygı ihtiyacı da iki önemli yönden ele alınması gerekli olan bir durumu ifade etmektedir. Birinci durum kişilerin toplumsal yaşamda saygı görme isteği iken ikinci durum bireyin kendisi tarafından kendini takdir etmesini ve değerli birey olduğu kanısına varmasıdır (Şenturan 2014, 26). Bu iki takdir ve saygı ihtiyacı paralel olarak yürütüldüğünde kişisel ve toplumsal olumlu yönlerin ortaya çıkması durumunun gerçekleşebileceği söylenebilir.

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı; Maslow'un hiyerarşi tablosunun zirvesini oluşturmaktadır. İnsanoğlunun doyumsuz ihtiyaçlarının sonu olmadığı gibi öğrenme gereksinimlerinin de sonlandığı bir yer yoktur. Kişilerin sahip oldukları becerileri ilerleyebildikleri son noktaya ulaşmaya dek kullanarak varmak istenilen yere gelmede harcanan çaba ve isteklerdir (Erden, Akman 1996, 236-237).

3.3.1.2. Herzberg'in Çift Faktör Kuramı

Motivasyon ile ilgili teoriler ele alındığında Maslow'dan sonra en çok ses getiren teorinin Herzberg'in çift faktör kuramı olduğu görülmektedir. Herzberg insanların gereksinimlerini iki başlık altında toplamış olup bu gereksinimleri insanı doyum yönünde ya da doyumsuzluk yönünde etkileyen faktörler olduğunu savunur. Bu iki faktörden ilki hijyen faktörler ikincisi ise teşvik eden faktörlerdir.

- **Hijyen Faktörler:** Herzberg'in çift faktör kuramının ilk belirleyicisi olan hijyen faktörler kişilerin bulundukları ortamda meydana gelen somut olgularla ilgilidir. Bir başka ifadeyle yapılan iş hakkında olup iş ile ilgili bilgilere yönelik olan bir olgudur. Hijyen faktörler diye adlandırdığımız ilk belirleyicinin insanların ihtiyaçları doğrultusunda yönlendiğini ve yaşam gereksinimlerin yerine getirilmesi için önem arz eden düzey olduğu söylenebilir (Kurt 2005, 292).
- **Teşvik Edici Faktörler:** Kuramın ikinci önemli belirleyicisi olan teşvik edici faktörler başarı ve bu başarının getirdiği olumlu duyguların bireylere yansımalarıdır. Bireylerin aldığı sorumlulukla elde ettikleri başarı ve bu başarıdan dolayı tanınmaları teşvik edici faktörlere bağlı olup; bu çalışmanın işletmelerin yönetim kademesinde olan yöneticilerin işe ve işi motive etmeye olan bakış açılarını da farklı değişimlere neden olmaktadır (Gökçe, Şahin ve Bulduklu 2002, 238).

3.3.1.3. Alderfer'in ERG Kuramı

Motivasyonu destekleyen bir kuram olan ERG Kuramı motivasyon üzerine en çok çalışma yürütmüş olan Maslow'un ihtiyaçlar piramidiyle bağlantılı bir çalışma oluşturmaya çalıştığını söyleyebiliriz. İhtiyaçları Maslow'un aksine iki madde daha kısa tutarak; kişilerin varlıklarını yaratma yani var olma ihtiyaçları (temel gereksinimler), ilişki kurma gereksinimleri(sosyal ihtiyaçlar) ve kendilerini geliştirme gereksinimleri olmak üzere üç boyutuyla ele almıştır. Bu boyutlar arasında uyulması zorunlu bir ast üst tanımlaması yer almamaktadır.

Alderfer'in kuramındaki basamaklar mantık doğrultusunda ilerleyemediği takdirde diğer basamaklara geçilerek varılmak istenilen amaç diğer basamaklarda çözümlenmeye çalışılır (Büyükses 2010, 14).

3.3.1.4. McClelland'ın Başarı Güdüsü Kuramı

Başarı ve motivasyon faktörlerinin önemini sunan Mc Clelland'ın başarı güdüsü kuramı; ulaşılmak istenilen hedefe ne denli kararlılık gösterildiği ile de yakından alakalı bir kuram ortaya çıkarmaktadır. Hedefe karşı olan isteğe tutunmak başarmak olgusunu sürekli diri tutar ve sonucunda başarıya götürür. Başarıya varmak için gerekli başarı gereksinimleri, güç gereksinimleri ve yakın ilişki gereksinimleri bu kuramın altında toplanan ve kuramı var eden süreçler olarak ele alınmaktadır.

Başarı Gereksinimleri; zor durumların içselleştirilmesi, zorlukların farkındalığı ve üstesinden gelme eğilimi, karşılaşılan belirlisiz durumlara karşı direnç, kişilerin bireysel sorumluluk algısının artması başarı güdüsüyle gerçekleşmektedir (Sagie, Elizur 1999, 376).

Güç Gereksinimleri; sahip olunan gücü muhafaza edere insanlar üzerinde etkin olarak kontrolü sağlamak ihtiyacı olarak tanımlanabilir. Yakın İlişki Gereksinimleri; Varlığını sürdürdüğü sosyal hayatta var olma ve kendini aitlik hissine ulaştırmayı gerektiren ihtiyaçlardır.

3.3.2. Süreç Teorileri

3.3.2.1. Vroom'un Beklenti Teorisi

Vroom'un Beklenti teorisi 1964 yılında geliştirilmiş ve ortaya atılmış bir kuramdır. Kuram üzerinde durduğu konular itibarıyla kişileri ve onların fayda karşısındaki tercih durumları üzerine bir çalışma yürütülmüştür. Motivasyon kavramını kişilerin sahip olduğu algılarla ilgisinin belirleyeceği görüşü üzerinde durmaktadır. Vroom'un üzerinde durduğu teori ele alındığında; kişiler seçmek istedikleri durumların bilişsel farkındalığına erişirler bununla birlikte sahip oldukları ölçülerdeki kapasitelerinin tercihlerini yapmaktadırlar (Cihangiroğlu, Bayram 2010, 5).

Vrom'un modeli; değerler, araçsallık durumu ve kişilerin beklentileri olmak üzere üç önemli durum üzerine yoğunlaşır (Şenturan 2014, 29);

- “Değerler; Kişisel karar ve bu kararlardan çıkan tercihlerin ulaşılacak istenilen hedefe ve sonuca ne kadar yoğun istekli olunduğu ve bu isteğin ödüller gibi kazançlara olan önemini yansıtmaktadır.
- Araçsallık Durumu; Performans-Ödül ikilisinin uyumu ve bu uyumun yarattığı beklentilerdir.
- Beklentiler; Performans-Çabalar ikilisinin gerekliliği olup bu yöndeki çabaların oluşturduğu inanç durumudur”.

3.3.2.2. Lawler-Porter Modeli

Edward Lawler ile Lyman Porter'un ele aldığı bu teori Vroom'un beklenti ve değerler üzerine yaptığı çalışmaları referans alarak bir ileri seviyeye getirilmiştir. Süreç teorilerinin içerisinde yer alan ödüller, gayretler, sergilenen performanslar ve yol açtığı tatmin olma duygusu üzerinde fikir sahibi olmamızı sağladığını söyleyebiliriz. Yaratılan bu model çalışanların motivasyonlarını destekleyici unsurlar üzerinde durur ve ödüllendirmenin bu unsurların başarısında etkili olduğunu ifade eder (Alkış, Öztürk 2009, 217).

3.3.2.3. Eşitlik Teorisi

Eşitlik teorisinin temelinde karşılaştırmalı bir yönelim yatmaktadır. Bu yönelime göre bireyler kendilerini ve gerçekleştirdiklerinin başarı yaratmadaki gayret ile bulundukları çalışma ortamındaki diğer bireylerin çabaları ile karşılaştırılmaktadır. Karşılaştırmalar neticesinde kişilerin algılamış oldukları eşitsizlik durumları onları bu durum karşısında önlem almaya yönlendirecektir (Erdem 1998, 217).

3.3.2.4. Amaç Teorisi

Amaç teorisi uzun yıllar süren çalışmalar sonrası ortaya çıkmış olan süreç teorilerinden bir diğeridir. Edwin Locke ile birlikte arkadaşlarının çalışma ürünü olan bu teori; performans-davranış arasındaki etkileşim üzerine kurulmuş bir kuramdır ve bu kuram hakkında çeşitli araştırmalar mevcuttur. Yapılan denemesel çalışmalar kuramın açıklanabilirliğinde etkili olmuştur (Champoux 2006, 177).

3.4. Girişimci Motivasyonu

Motivasyon girişimcilik olgusunun merkezinde duran en önemli başarı unsuru olma özelliği taşımaktadır. Kişilerin iç enerjilerinin belirli amaçlar için hareket haline getirilmesi ve bu yönde yönetilmesi motivasyonla gerçekleşir (Düren 2000, 104). Kişiler için gerekli olan destek faktörlerinin motive edilmesi hayati öneme sahiptir. Motivasyon; girişimci ruha sahip kişilerin ilk adımı atmaları ve ulaşmak istedikleri hedefe giden kendi yollarında kararların alınması, planların yapılması, bir işe teşebbüs edilmesi ve bireysel olarak kişilerin bu yoldaki tatminini sağlayan yegâne kavramdır. Motivasyonun varlığını meşru kılan durum; kişilerin ulaşmak istedikleri hedeflerin ne kadar benimsendiği ve ne kadar var olduğunun anlaşılmasıyla gerçekleşir.

Motivasyon ve girişimcilik olgularını bir arada ele aldığımızda karşımıza son yılların en önemli etkiye sahip kavramlar olan; bilim çağı olmak, küreselleşmek karşımıza çıkmaktadır. Çağımızın göz ardı edemeyeceği bu popüler kavramlar; rekabet ortamı yaratmakta ve girişimci bireylerin doğru motivasyon unsurlarıyla bu ortamda var olabilmesi şart olmaktadır. Girişimcilik kişisel bazda başlar ve sürekli tatmini gerektirir. Günümüzde girişimciler üzerinde yapılan çalışmalarda girişimcileri bu yolda ilerlemeye çeken olumlu motivasyon öğeleri olabildiği gibi onları bu yolda ilerlemekten men eden birçok negatif durulmada karşılaşmak mümkündür. Olumlu ve olumsuz diye bahsettiğimiz motivasyon öğelerini ikiye başlık altında toplayabiliriz. Bu öğelerden olumsuzluk ifadesi addedilen iten faktörler diye ifade edilirken olumlu özellikler taşıyan durum ise çeken faktörler olarak adlandırılır. İten-çeken yaklaşımlar ile motivasyon sağlayan faktörleri ele almak; en çok kullanılan sistemler olmuştur (Buttner, Moore 1997, 34-47).

İten Faktörler; İş yükü ağırlığı, mobbing, cinsiyete dayalı ayrımcılık, iş güvencesinin yetersizliği ve buna benzer olumsuzluk durumlarını içeridir. Çeken Faktörler; Lider olma isteği, kendi iş yerinin olmasının verdiği statü, para kazanmak ve esnek çalışma saatlerinin cazip olması gibi olumlu tarafların girişimciliğe yönelmekteki etkilerini ifade etmektedir.

Türkiye gibi gerek sosyal gerek politik gerekse ekonomik düzlemi istikrarlı gitmeyen ve sürekli iniş çıkışlar yaşanan bir ülkede girişimcilik ve bu olgunun gelişmesinde motivasyon faktörlerinin ve bu faktörlerin ülke insanının karakterine doğrultusunda doğru tespit edilmesi için kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır. Ekonominin can damarı olan ticari hayat çeşitliliği ve zenginliği ancak ülkenin içinde bulundurduğu potansiyel girişimcilerin belirlenmesiyle ve onları doğru motivelerle destekleyerek gerçekleşecektir. Tüm bu süreç risk oranı azaltılmış bir girişimciliğe atılım sürecini hızlandıracaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KÜÇÜK(MİKRO) VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME SAHİPLERİNİ GİRİŞİMCİLİĞE İTEN MOTİVASYON SÜRECİ HAKKINDA BİR ARAŞTIRMA

Küçük(mikro)ve orta ölçekli işletmeleri girişimciliğe iten motivasyon süreci başlığı altında; yapılan araştırmanın genel olarak ele alınması, amacının, yönteminin, kapsam ve sınırlarını belirlenmesi ve bunun yanı sıra araştırmada kullanılan ölçeklerin ve verilerin değerlendirilmesine yer verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Genel Değerlendirilmesi

Araştırmanın genel olarak değerlendirilmesini araştırmanın amaç, kapsam ve sınırlarının belirlenmesi, yöntem belirleyip kullanılır hale getirilmesi, yapılan araştırmada ulaşılan veriler ve sonuçların ele alınması, araştırma ölçeğinin güvenilirlik analizleri, korelasyon ile regresyon analizleri ve faktör analizlerine yer verilmiştir. Bu tez çalışmasında KOBİ sahiplerine uygulanan anketlerle; işyeri sahiplerinin girişimcilik özellikleri, onları girişimciliğe iten özelliklerin hangi motive unsurları ile bir ilişki içerisinde olduğu ve bu motivasyon unsurlarının girişimci kişilik oluşmasında ne denli etkili olduğu hakkında tespitler yapılmaya çalışılmıştır. Oluşturulmuş olan anketler e-posta ve birebir görüşmelerde elden anket doldurma şeklinde KOBİ sahiplerine uygulanmıştır.

Araştırmada kavramsal çerçeveyi oluşturmak ve anket formunu hazırlamak amacıyla literatür taraması yapılmıştır. Yapılan literatür taraması sonrası araştırma yapmak istenilen KOBİ'leri girişimciliğe iten motivasyon süreci hakkında veri analizi meydana getirilmiştir. Analizden ortaya çıkan bilgiler ve veriler doğrultusunda konu ile ilgili bir alan çalışması yapılmıştır.

4.1.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı; KOBİ sahiplerinin girişimcilik özelliklerini ortaya çıkarmak ve onları girişimci olmaya iten motivasyon unsurlarını çeşitli ölçeklerle değerlendirip varılan verilerle somut hale getirmektir. Günümüzde KOBİ'lerin

varlığı incelendiğinde ülkemizin ekonomik yaşamında varlığını sürdürdüğü ve büyük öneme sahip olduğu gözlemlenmektedir. Buradan yola çıktığımızda KOBİ sahiplerini girişimci yapan özelliklerin belirlenmesi önem arz etmektedir. Çalışmanın amacı; KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktır. Bununla birlikte artık daha fazla rekabet olan dünya konjektüründe işletmelerin girişimciliğini destekleyici motive edicilerin işletme sahipleri üzerinde ne denli etkili olduğunu değerlendirmek hem işletme sahiplerinin girişimcilik ile ilgili görüşlerine hem de KOBİ olarak girişimci olmak isteyenler için yön gösterici olacaktır.



Şekil 6. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma genel tarama modelinde olup (Karasar 1994, 183), araştırmanın bağımsız ve bağımlı değişkenleri arasında karşılaştırmalı ilişkisel tarama yapılmıştır. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci ilgili ile 100 katılımcıya ait veriler toplanmıştır ve değerlendirmeye alınmıştır.

4.1.2.Araştırmanın Hipotezleri

Ana problem; KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda araştırmaya konu olacak hipotezler aşağıdadır:

H1: Katılımcıların demografik özellikleri KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecine ait alt boyutların motivasyon sürecine anlamlı bir etkisi vardır.

4.1.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde sahip oldukları girişimci özellikleri ve bu özelliklerin motivasyon olgusuyla ilişkisini belirlemek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada 100 KOBİ ve bu işletmelerin sahipleriyle yüz yüze görüşme ve anket doldurma yöntemiyle bir alan çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm ankete katılan kişilerin demografik yapılarının öğrenilmesi amacıyla 15 soru içermektedir. İkinci bölümde ise ankete katılan işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci ile ilgili algılarını ve tutumlarını ölçmek amacıyla 5’li likert ölçeğine sahip 36 ifade bulunmaktadır. Önermelere verilen cevaplar “1.Hiçbir zaman” dan “5.Sürekli” aralığında cevaplanmıştır.

Çalışmada savunulan hipotezler %95 güven seviyesinde test edilmekte, örneğe ilişkin elde edilen sonuçlarla, hedef kitle ile ilgili olarak yorum yapılmaktadır. Anket formunda yer alan sorular araştırmada belirtilen hedeflere uygun bir şekilde belirlenmeye çalışılmış, soruların anlaşılabilir ve kısa olmasına dikkat edilmiştir. Cevaplayıcıları etkilememek amacıyla yönlendirici soruların sorulmamasına özen gösterilmiştir.

Elde edilecek bulgulardan yola çıkılarak varılacak sonuç ve genellemeler araştırmanın evreni için geçerlidir. Anket araştırması sonucu elde edilen bilgilerin analizi ve sonuçları ele alınarak oluşturulmuş olunan hipotezleri destekleyip desteklemediği değerlendirilmiştir.

4.1.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Girişimcilik özellikleri ve motivasyon unsurları arasındaki ilişkinin KOBİ sahipleri üzerindeki etkisinin ele alındığı araştırmada ve araştırmanın bütününde İstanbul'da çeşitli alanlarda faaliyet gösteren KOBİ sahipleri üzerine oluşturulmuştur. Çalışmada uygulanan anketlerin büyük çoğunluğu işletme sahipleriyle yüz yüze görüşülerek yapılmış olup küçük bir kısmı iste işletme sahiplerinin önerdikleri çeşitli işletmeler ve sahiplerine internet üzerinden e-mail yolu ile ulaşılarak uygulanmıştır.

Araştırma amaçlı oluşturulan ankette işletme sahiplerinin kendilerini baskı altında hissetmeden anket çalışmasına katılması amacıyla araştırmanın kişi bazında değerlendirilmediği dolayısıyla isim ve soy isim talebinde bulunulmadan yalnızca cinsiyet, yaş, medeni durum gibi bir takım bireysel demografik özelliklerinin talep edildiği belirtilmiştir. Bununla birlikte çalışmanın konusu, amacı ve bilimsel olarak değerlendirilmek üzere kullanılacağı üzerine bilgi verilmiş böylelikle katılımcıların herhangi bir belirsizliğe maruz kalmadan ve güven ortamında sorulara yanıt vermeleri sağlanmıştır.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci hakkında işletme sahiplerinin girişimcilik özellikleri ve motive unsurlarını araştırmak amacıyla oluşturulan anket çalışmasını uygulama aşamasında bir takım zorluklarla da karşılaşmıştır. KOBİ sahiplerine bireysel olarak randevusuz ulaşmaya çalışmak zaman kaybı yaşanmasına sebep olmuştur. İşletme sahiplerinin çalışanlar gibi belli saat aralığı içerisinde işletme içerisinde bulunma zorunluluğu olmadığından, toplantı veya yurtdışı seyahati gibi çeşitli nedenler KOBİ'lere sahip işverenlere ulaşmayı zorlaştırmıştır. Bununla birlikte e-mail aracılığıyla ulaşılan işletme sahiplerinin araştırma hakkında çekingen tavır göstermelerini de karşılaşılan olumsuzluklar olarak değerlendirilebilir.

4.1.5. Kullanılan Ölçekler ve Verilerin Toplanması

Örnekleme giren işletme sahiplerine uygulanan anketten elde edilen verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde izlenen yol ise şu şekildedir:

Doğru bir model oluşturmak adına geliştirilen ölçeğin kaç tane alt boyuttan ve alt boyutların hangi maddelerden oluştuğunu belirleyebilmek için faktör analizi yapılmıştır. Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin demografik ve kişisel bilgileri ile ilgili bulgular için frekans analizi uygulanmıştır. Bir ya da daha çok değişkene ait değerlerin ya da puanların dağılımına ait özelliklerini betimlemek amacıyla verileri sayı ve yüzde olarak tablolaştırabilmek için frekans analizi kullanılmaktadır. Elde edilen bulgular tablolaştırılarak yüzde (%) ve frekans (f) olarak ifade edilmiştir.

Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinden elde edilen veriler sonucunda araştırmanın alt problemlerinin analizinde; iki ilişkisiz örneklemden elde edilen puanların birbirinden anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Bağımsız Örneklem T testi ve ikiden fazla ilişkisiz örneklemden elde edilen puanların birbirinden anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Araştırma ölçekleri ve ölçek faktörlerinin her biri için aralarındaki ilişkiyi test edebilmek için korelasyon analizi ve birbirlerini etkileme derecelerini belirleyebilmek için regresyon analizi yapılmıştır.

4.2. Araştırmanın Bulguları

4.2.1. Frekans Tablolarının Yorumlanması

Araştırmanın bu bölümünde, anket formunda yer alan kişisel bilgilere ait olarak toplu frekans dağılım tabloları oluşturulup yorumlanacaktır.

Tablo 12. Demografik Değişkenlere Ait Frekans Dağılımı

		f	%
Cinsiyetiniz	Kadın	23	23,0%
	Erkek	77	77,0%
Medeni Durumunuz	Evli	76	76,0%
	Bekar	24	24,0%
Yaşınız	30'dan Küçük	22	22,0%
	30-40 Arası	32	32,0%
	41-50 Arası	29	29,0%
	51'den Büyük	17	17,0%
Eğitim Düzeyiniz	Temel Lise	5	5,0%
	Lise	34	34,0%
	Üniversite	50	50,0%
	Yüksek Lisans	11	11,0%
Yabancı Dil Bilginiz	Yok	29	29,0%
	1 Yabancı Dil	55	55,0%
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	16,0%
İşletmenizde Size Bağlı Olarak Çalışanların Sayısı	20'den Az	72	72,0%
	20-40 Arası	14	14,0%
	40'tan Fazla	14	14,0%
İşletmeyi İşletme Süreniz	1-5 Yıl	23	23,0%
	5-10 Yıl	32	32,0%
	10 Yıldan Fazla	45	45,0%
	Toplam	100	100,0%

Tablo 12’de görüldüğü gibi, örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 23’ü (%23,0) kadın, 77’si (%77,0) erkek olarak dağılmaktadır. Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 76’sı (%76,0) evli, 24’ü (%24,0) bekâr olarak dağılmaktadır. Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 22’si (%22,0) 30’dan küçük, 32’si (%32,0) 30-40 yaş arası, 29’u 41-50 yaş arası ve 17’si (%17,0) 51 yaştan büyük olarak dağılmaktadır. Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 5’i (%5,0) Temel lise, 34’ü (%34,0) lise, 50’si üniversite ve 11’i (%11,0) yüksek lisans mezunu olarak dağılmaktadır. Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 29’u (%29,0) yabancı dili yok, 55’i (%55,0) 1 yabancı dil ve 16’sı 1’den fazla yabancı dil bilmektedir.

Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 72'si (%72,0) 20'den az çalışana sahip, 14'ü (%14,0) 20-40 arası çalışana sahip ve 14'ü (%14,0) 40'tan fazla çalışana sahip olarak dağılmaktadır. Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 23'ü (%23,0) 1-5 yıl, 32'si (%32,0) 5-10 yıl ve 45'i (%45,0) 10 yıldan fazla işletme süresine sahip olarak dağılmaktadır.

Tablo 13. Ailenizde girişimci var mı? Var ise kaç yıldır girişimci?

Var	1-10 yıl	12	12	50 50,00%
	11-20 yıl	7	7	
	21-30 yıl	7	7	
	31 yıl ve üzeri	8	8	
	Kayıp Veri	16	16	
	Toplam	50	50	
Yok				50 50,00%
Toplam				100 100,00%

Örnekleme oluşturan işletme sahiplerinin 50'si (%50,0) ailesinde girişimci var, 50'si (%50,0) ailesinde girişimci yok olarak dağılmaktadır. Ailesinde girişimci olan işletme sahiplerinin 12'si (%12,0) 1-10 yıl, 7'si (%7,0) 11-20 yıl, 7'si (%7,0) 21-30 yıl ve 8'i (%8,0) 31 yıldan fazla girişimci olarak dağılmaktadır.

Tablo 14. Girişimcilik ile ilgili Değişkenlere Ait Frekans Dağılımı

		f	%
Neden Girişimci Olmak İstediniz?	Kendini Gerçekleştirme	11	11,0%
	Bağımsız Ve Özgür Olmak	37	37,0%
	Farklı Hareketli İşler Yapmak	18	18,0%
	Ekonomik Kazanç	38	38,0%
Sizce Girişimci Olmak İçin Hangi Kişilik Özelliğine Sahip Olmak Gerekir?	Araştırmacı Olmak	14	14,0%
	İyi Bir Gözlemci Olmak	17	17,0%
	Bilgili Tecrübeli Olmak	39	39,0%
	Cesaretli Olmak	45	45,0%
Hangi Özelliğiniz Girişimci Olma İsteğinizi Canlandırır?	Empati Ve İletişim Becerisi	22	22,0%
	Mükemmeliyetçilik	9	9,0%
	Kendine Güvenmek	48	48,0%
	Organizasyon Becerisi	24	24,0%
Girişimci Fikirlerinizi Kiminle Paylaşırsınız?	Ailem	49	49,0%
	Akrabalarım	4	4,0%
	Arkadaşlarım	31	31,0%
	Sektörden Kişiler	34	34,0%
İş Kurarken Başarımız İçin En Büyük Engel Nedir?	Sermaye Yetersizliği	55	55,0%
	Sektörü Tanımamak/ Tecrübesizlik	25	25,0%
	Yasal Bürokratik Prosedürler	17	17,0%
	Başarısızlık Korkusu	6	6,0%
Sizi Girişimciliğe İten Faktör Nedir?	İş Yükünün Ağırlığı	30	30,0%
	Mobbing	17	17,0%
	Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık	4	4,0%
	İş Güvencisinin Olmaması	45	45,0%
Sizi Girişimciliğe Çeken Motivasyon Faktörü Nedir?	Esnek Çalışma Saatleri	12	12,0%
	Para Kazanmak	36	36,0%
	Lider Olmak	23	23,0%
	Kendi İş Yerinin Olması	36	36,0%

Tablo 14’de görüldüğü gibi Neden Girişimci Olmak İstediniz? Sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 11’i (11,0%) Kendini gerçekleştirme, 37’si (37,0%) bağımsız ve özgür olmak, 18’i (18,0%) farklı hareketli işler yapmak ve 38’i (38,0%) ekonomik kazanç olarak dağılmaktadır.

Sizce girişimci olmak için hangi kişilik özelliğine sahip olmak gerekir? sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 14'ü (14,0%) araştırmacı olmak, 17'si (17,0%) iyi bir gözlemci olmak, 39'u (39,0%) bilgili tecrübeli olmak ve 45'i (45,0%) cesaretli olmak olarak dağılmaktadır.

Hangi özelliğiniz girişimci olma isteğinizi canlandırır? sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 22'si (22,0%) empati ve iletişim becerisi, 9'u (9,0%) mükemmeliyetçilik, 48'i (48,0%) kendine güvenmek ve 24'ü (24,0%) organizasyon becerisi olarak dağılmaktadır.

Girişimci fikirlerinizi kiminle paylaşırsınız? sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 49'u (49,0%) ailem, 4'ü (4,0%) akrabalarım, 31'i (31,0%) arkadaşlarım ve 34'ü (34,0%) sektörden kişiler olarak dağılmaktadır.

İş kurarken başarınız için en büyük engel nedir? sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 55'i (55,0%) sermaye yetersizliği, 25'i (25,0%) sektörü tanımamak/ tecrübesizlik, 17'si (17,0%) yasal bürokratik prosedürler ve 6'sı (6,0%) başarısızlık korkusu olarak dağılmaktadır.

Sizi girişimciliğe iten faktör nedir? sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 30'u (30,0%) iş yükünün ağırlığı, 17'si (17,0%) mobbing, 4'ü (4,0%) cinsiyete dayalı ayrımcılık ve 45'i (45,0%) iş güvencisinin olmaması olarak dağılmaktadır.

Sizi girişimciliğe çeken motivasyon faktörü nedir? sorusuna işletme sahiplerinin cevap dağılımı; 12'si (12,0%) esnek çalışma saatleri, 36'sı (36,0%) para kazanmak, 23'ü (23,0%) lider olmak ve 36'sı (36,0%) kendi iş yerinin olması olarak dağılmaktadır.

4.2.2. Faktör Analizi

İlk olarak ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığını belirleyebilmek için KMO ve Bartlett's Testi sonuçlarına bakılmıştır. Faktör yükleri 0,30 değerinin altında kalan maddeler analiz dışı bırakılmıştır.

Tablo 15. KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü		0,737
Bartlett's Küre Şekli	Yaklaşık ki-kare değeri	1753,152
	Serbestlik Derecesi	630
	p	0,0,000

Bartlett testi ana kütle bütünlüğünü test eden Bartlett tarafından geliştirilen küresellik testidir. Analizde küresellik test değeri; 1753,152 olarak vermektedir. Bu değer 0.00 anlamlılık düzeyinde geçerlidir. Yani ana kütle içindeki değişkenler arasında bir ilişkinin var olduğunu gösterir.

Faktör analizinin geçerliliğini baştan gösteren bir diğer test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testidir. KMO, bir oran olup, %60'ın üstünde olması arzulanır. KMO testinin sonucu ise %73,7 olarak gösterilmektedir. Bu korelasyon da ilişkinin nispeten güçlü olduğunu göstermektedir. Bu iki sonuç faktör analizine devam etmede sakınca olmadığını ve sonuçların faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda faktörlerin varyansı açıklama düzeyi tabloda belirlenmiştir.

Tablo 16. Ölçeğe Ait Toplam Açıklanan Varyans

	Başlangıç Özdeğerleri			Dönüştürülmüş Kareli Ağırlıklar Toplamı		
	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzdesi	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzdesi
1	9,738	27,049	27,049	3,307	9,187	9,187
2	2,578	7,162	34,211	3,226	8,961	18,148
3	2,291	6,363	40,575	2,757	7,657	25,805
4	1,787	4,963	45,537	2,741	7,613	33,418
5	1,677	4,660	50,197	2,320	6,444	39,862
6	1,530	4,251	54,448	2,259	6,276	46,138
7	1,374	3,816	58,264	2,070	5,749	51,887
8	1,281	3,559	61,823	1,867	5,185	57,071
9	1,103	3,063	64,886	1,828	5,079	62,150
10	1,088	3,021	67,907	1,757	4,881	67,031
11	1,059	2,942	70,849	1,374	3,818	70,849

Tablo 16’da görüldüğü gibi öz değeri 1’den büyük olan 11 faktörün varyansı açıklama oranının kümülatif olarak %70,8 olduğu görülmüştür. Bu oran faktör analizine göre, özdeğeri 1’den büyük olan bu faktörlerin varyansı açıklama düzeyini ifade eder. Bu oranın minimum %50 olması gerektiği göz önüne alındığında bu oranın varyansı açıklama düzeyini ortaya koyması bakımından yeterli olduğu söylenebilir. Her faktörün güvenilirlik katsayısı tabloda yer almaktadır

Tablo 17. Ölçeğe Ait Faktör Yükleri

S*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3	,796										
4	,792										
5	,780										
10	,477										
21		,748									
16		,622									
11		,622									
33		,514									
18		,471									
15			,718								
14			,608								
22			,561								
23			,522								
31			,520								
20			,516								
9				,799							
8				,749							
24				,638							
30					,694						
29					,603						
19					,579						
6					,536						
32					,442						
36						,804					
35						,800					
34						,504					
26							,728				
25							,614				
17								,845			
12								,575			
2									,770		
1									,558		
27										,860	
28										,711	
13											,676
7											,640

* Soruların açık ifadeleri Ek de yer almaktadır

Tablo 17’de görüldüğü gibi faktör analizi sonuçlarına göre değişkenler sekiz başlık altında toplanmıştır.

- Kendini Geliştirme Faktörü (3,4,5,10)
- Liderlik Faktörü (11,16,18,21,33)
- Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç Faktörü (14,15,20,22,23,31)
- Risk Alma Faktörü (8,9,24)
- Yeniliklere Açıklık Faktörü (6,19,29,30,32)
- Girişkenlik Faktörü (34,35,36)
- Geleceğe odaklı Faktörü (25,26)
- Fırsatları Değerlendirme Faktörü (12,17)
- Kararlılık Faktörü (1,2)
- Motivasyon Faktörü (27,28)
- Kendine Güven Faktörü (7,13)

Bu faktörlerin ilki “Kendini Geliştirme Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 9,18’ini açıklamaktadır.

İkinci faktör ise “Liderlik Faktörü ” dür. Bu faktör toplam varyansın %8,96’sını açıklamaktadır.

Üçüncü faktör ise “Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın %7,65’ini açıklamaktadır.

Dördüncü faktör “Risk Alma Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 7,61’ini açıklamaktadır.

Beşinci faktör “Yeniliklere Açıklık Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 6,44’ ünü açıklamaktadır.

Altıncı faktör “Girişkenlik Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 6,27’ sini açıklamaktadır.

Yedinci faktör “Geleceğe Odaklı Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 5,74’ ünü açıklamaktadır.

Sekizinci faktör “Fırsatları Değerlendirme Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 5,18’ ini açıklamaktadır.

Dokuzuncu faktör “Kararlılık Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 5,07’ sini açıklamaktadır.

Onuncu faktör “ Motivasyon Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 4,88’ ini açıklamaktadır.

On birinci faktör “Kendine Güven Faktörü” dür. Bu faktör toplam varyansın % 3,81’ ini açıklamaktadır. 7 ve 13. maddeler tersten kodlanmıştır.

4.2.3. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Bu aşamada çalışmanın araştırma bölümünde kullanılan KOBİ Sahiplerini Girişimciliğe İten Motivasyon Süreci Ölçeği puanlama yolu ile ölçülen ölçekler için geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Anket sorularının geçerliliği ve güvenilirliği için Cronbach’s Alpha test istatistiği kullanılmıştır.

Cronbach’s Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü (Büyüköztürk 2010, 123-168);

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 18. Ölçeğe Ait Güvenirlilik Analizi

	Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	N
Kendini Geliştirme	0,815	0,815	4
Liderlik	0,750	0,752	5
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	0,768	0,782	6
Risk Alma	0,742	0,740	3
Yeniliklere Açıklık	0,705	0,711	5
Girişkenlik	0,728	0,730	3
Geleceğe odaklı	0,610	0,627	2
Fırsatları Değerlendirme	0,593	0,596	2
Kararlılık	0,641	0,641	2
Motivasyon	0,712	0,712	2
Kendine Güven	0,204	0,213	2
Genel	0,903	0,901	36

Tablo 18’ de görüldüğü üzere yapılan analiz sonucunda ölçeğin Kendini Geliştirme alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,815$ ve yüksek derecede güvenilir, Liderlik alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,752$ ve oldukça güvenilir, Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,782$ ve oldukça güvenilir, Risk Alma alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,740$ ve oldukça güvenilir, Yeniliklere Açıklık alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,711$ ve oldukça güvenilir, Girişkenlik alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,730$ ve oldukça güvenilir, Geleceğe odaklı alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,627$ ve oldukça güvenilir, Fırsatları Değerlendirme alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,596$ ve düşük güvenirlilik, Kararlılık alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,641$ ve oldukça güvenilir, Motivasyon alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,712$ ve oldukça güvenilir, Kendine Güven alt boyutuna ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,213$ ve güvenilir değil sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin geneline ilişkin güvenirliliğinin $\alpha = 0,901$ ve yüksek derecede güvenilir, dolayısıyla bu değerlerin araştırma için yeterli olduğu görülmektedir.

Tablo 19. Ölçek ve Alt Boyutlarına Ait Betimleyici İstatistikler

	Ort.	Varyans	Std. Sapma	N
Kendini Geliştirme	15,41	9,395859	3,065266	4
Liderlik	21,56	7,521616	2,742557	5
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	23,49	12,87869	3,588689	6
Risk Alma	10,73	6,158687	2,48167	3
Yeniliklere Açıklık	19,45	9,744949	3,12169	5
Girişkenlik	11,61	5,290808	2,300176	3
Geleceğe odaklı	8,49	1,565556	1,251222	2
Fırsatları Değerlendirme	8,28	2,062222	1,436044	2
Kararlılık	8,37	1,79101	1,338286	2
Motivasyon	7,04	2,968081	1,722812	2
Kendine Güven	5,91	1,254444	1,12002	2
Genel	137,76	230,8509	15,19378	36

Tablo 19’da görüldüğü üzere, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin kendini geliştirme alt boyutuna ait ortalama 15,41 ve standart sapma 3,06 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin liderlik alt boyutuna ait ortalama 21,56 ve standart sapma 2,74 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin dış etkenlere karşı bireysel güç alt boyutuna ait ortalama 23,49 ve standart sapma 3,58 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin risk alma alt boyutuna ait ortalama 10,73 ve standart sapma 2,48 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yeniliklere açıklık alt boyutuna ait ortalama 19,45 ve standart sapma 3,12 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin girişkenlik alt boyutuna ait ortalama 11,61 ve standart sapma 2,30 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin geleceğe odaklılık alt boyutuna ait ortalama 8,49 ve standart sapma 1,25 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin fırsatları değerlendirme alt boyutuna ait ortalama 8,28 ve standart sapma 1,43 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin kararlılık alt boyutuna ait ortalama 8,37 ve standart sapma 1,33 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin motivasyon alt boyutuna ait ortalama 7,04 ve standart sapma 1,72 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini

girişimciliğe iten motivasyon sürecinin kendine güven alt boyutuna ait ortalama 5,91 ve standart sapma 1,12 olduğu bulunmuştur. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin geneline ait ortalama 137,76 ve standart sapma 15,93 olduğu bulunmuştur.

4.2.4. Demografik Değişkenlere Göre Farklılık Analizi

Bu bölümde ölçek puanlarının demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla T Test ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılmış ve bulgular aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 20. Cinsiyete Göre Farklılık Analizi

	Cinsiyetiniz	N	Ort.	S.S.	t	p
Kendini Geliştirme	Kadın	23	4,0217	,65241	1,210	,229
	Erkek	77	3,8019	,79403		
Liderlik	Kadın	23	4,4522	,40550	1,404	,164
	Erkek	77	4,2701	,58017		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel G	Kadın	23	4,0507	,43645	1,244	,217
	Erkek	77	3,8745	,63531		
Risk Alma	Kadın	23	3,5507	,86811	-0,171	,865
	Erkek	77	3,5844	,82035		
Yeniliklere Açıklık	Kadın	23	3,9565	,58452	0,580	,563
	Erkek	77	3,8701	,63806		
Girişkenlik	Kadın	23	3,8116	,80920	-0,415	,679
	Erkek	77	3,8874	,75821		
Geleceğe Odaklı	Kadın	23	4,4130	,51461	1,477	,143
	Erkek	77	4,1948	,64968		
Fırsatları Değerlendirme	Kadın	23	2,8696	,50492	0,232	,817
	Erkek	77	2,8442	,44618		
Kararlılık	Kadın	23	4,3696	,58809	1,517	,132
	Erkek	77	4,1299	,68539		
Motivasyon	Kadın	23	3,4130	,87454	-0,677	,500
	Erkek	77	3,5519	,86063		
Kendine Güven	Kadın	23	3,0217	,59311	0,649	,518
	Erkek	77	2,9351	,55221		
Genel	Kadın	23	3,9082	,33683	1,057	,293
	Erkek	77	3,8023	,44337		

Tablo 20’de görüldüğü gibi ölçek puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla T Testi yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,210$; $p=0,229$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,404$; $p=0,164$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,244$; $p=0,217$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,171$; $p=0,865$).

“Yeniliklere Açıklık ” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=0,585$; $p=0,563$).

“Girişkenlik” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,415$; $p=0,679$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,477$; $p=0,143$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,677$; $p=0,500$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=0,232$; $p=0,817$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,517$; $p=0,312$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=0,649$; $p=0,518$).

“Genel” alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,057$; $p=0,293$).

Tablo 21. Medeni Duruma Göre Farklılık Analizi

Medeni Durumunuz		N	Ort.	S.S	t	P
Kendini Geliştirme	Evli	76	3,8059	,76332	-1,083	0,282
	Bekar	24	4,0000	,77319		
Liderlik	Evli	76	4,2868	,57163	-0,815	0,417
	Bekar	24	4,3917	,46989		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	Evli	76	3,9101	,61550	-0,145	0,885
	Bekar	24	3,9306	,55149		
Risk Alma	Evli	76	3,5439	,81802	-0,704	0,483
	Bekar	24	3,6806	,86521		
Yeniliklere Açıklık	Evli	76	3,8474	,64156	-1,218	0,226
	Bekar	24	4,0250	,55736		
Girişkenlik	Evli	76	3,9211	,76762	1,187	0,238
	Bekar	24	3,7083	,75701		
Geleceğe Odaklı	Evli	76	4,2237	,65010	-0,604	0,547
	Bekar	24	4,3125	,54797		
Fırsatları Değerlendirme	Evli	76	2,8355	,45744	-0,561	0,576
	Bekar	24	2,8958	,46577		
Kararlılık	Evli	76	4,1184	,66266	-1,790	0,077
	Bekar	24	4,3958	,65904		
Motivasyon	Evli	76	3,5855	,83422	1,359	0,177
	Bekar	24	3,3125	,93032		
Kendine Güven	Evli	76	2,9408	,53521	-0,450	0,654
	Bekar	24	3,0000	,64268		
Genel	Evli	76	3,8099	,44205	-0,703	0,483
	Bekar	24	3,8796	,35447		

Tablo 21’de görüldüğü gibi ölçek puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla T Testi yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-1,083$; $p=0,282$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,815$; $p=0,417$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel G” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,145$; $p=0,885$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,704$; $p=0,483$).

“Yeniliklere Açıklık ” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-1,218$; $p=0,226$).

“Girişkenlik” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,187$; $p=0,238$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,604$; $p=0,547$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,561$; $p=0,576$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-1,790$; $p=0,077$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,359$; $p=0,177$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,450$; $p=0,654$).

“Genel” alt boyutu puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,703$; $p=0,483$).

Tablo 22. Ailede Girişimci Olma Durumuna Göre Farklılık Analizi

Ailenizde Girişimci Var Mı?		N	Ort.	S.S	t	p
Kendini Geliştirme	Var	50	3,9600	,68765	1,410	0,162
	Yok	50	3,7450	,83068		
Liderlik	Var	50	4,3200	,55107	0,145	0,855
	Yok	50	4,3040	,55142		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	Var	50	3,8667	,59285	-0,807	0,422
	Yok	50	3,9633	,60543		
Risk Alma	Var	50	3,5800	,88271	0,040	0,968
	Yok	50	3,5733	,77676		
Yeniliklere Açıklık	Var	50	3,8200	,57747	-1,123	0,264
	Yok	50	3,9600	,66639		
Girişkenlik	Var	50	3,8667	,63174	-0,043	0,966
	Yok	50	3,8733	,88804		
Geleceğe Odaklı	Var	50	4,1800	,65278	-1,039	0,301
	Yok	50	4,3100	,59667		
Fırsatları Değerlendirme	Var	50	2,90,000	,40406	1,093	0,277
	Yok	50	2,80,000	,50508		
Kararlılık	Var	50	4,1100	,75112	-1,122	0,264
	Yok	50	4,2600	,57357		
Motivasyon	Var	50	3,4800	,88617	-0,463	0,645
	Yok	50	3,5600	,84298		
Kendine Güven	Var	50	3,0300	,53842	1,345	0,182
	Yok	50	2,8800	,57641		
Genel	Var	50	3,8189	,39011	-0,813	0,855
	Yok	50	3,8344	,45561		

Tablo 22’de görüldüğü gibi ölçek puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla T Testi yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,410$; $p=0,162$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=0,145$; $p=0,855$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,807$; $p=0,422$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=0,040$; $p=0,968$).

“Yeniliklere Açıklık ” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-1,123$; $p=0,264$).

“Girişkenlik” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=0,043$; $p=0,966$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-1,039$; $p=0,301$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,093$; $p=0,277$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-1,122$; $p=0,264$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,463$; $p=0,645$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=1,345$; $p=0,182$).

“Genel” alt boyutu puanlarının ailede girişimci olma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. ($t=-0,813$; $p=0,855$).

Tablo 23. Yaş Değişkenine Göre Farklılık Analizi

		N	Ort.	S.S	F	P
Kendini Geliştirme	30'dan Küçük	22	4,0000	,65918	1,611	0,192
	30-40 Arası	32	3,8672	,66897		
	41-50 Arası	29	3,6121	,90777		
	51'den Büyük	17	4,0441	,76155		
	Toplam	100	3,8525	,76632		
Liderlik	30'dan Küçük	22	4,1909	,64874	0,644	0,589
	30-40 Arası	32	4,3250	,55591		
	41-50 Arası	29	4,3172	,50855		
	51'den Büyük	17	4,4353	,47029		
	Toplam	100	4,3120	,54851		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	30'dan Küçük	22	3,7576	,49529	3,266	0,025
	30-40 Arası	32	3,8594	,58216		
	41-50 Arası	29	3,8678	,63054		
	51'den Büyük	17	4,3039	,57806		
	Toplam	100	3,9150	,59811		
Risk Alma	30'dan Küçük	22	3,8939	,72292	1,636	0,186
	30-40 Arası	32	3,4687	,80705		
	41-50 Arası	29	3,4253	,92538		
	51'den Büyük	17	3,6275	,76269		
	Toplam	100	3,5767	,82722		
Yeniliklere Açıklık	30'dan Küçük	22	3,7545	,56208	1,031	0,382
	30-40 Arası	32	3,8750	,64408		
	41-50 Arası	29	3,8828	,67722		
	51'den Büyük	17	4,1059	,56177		
	Toplam	100	3,8900	,62434		
Girişkenlik	30'dan Küçük	22	3,8788	,55915	0,185	0,907
	30-40 Arası	32	3,8646	,63279		
	41-50 Arası	29	3,8046	,94917		
	51'den Büyük	17	3,9804	,92399		
	Toplam	100	3,8700	,76673		
Geleceğe Odaklı	30'dan Küçük	22	4,2045	,52688	0,438	0,726
	30-40 Arası	32	4,2656	,69543		
	41-50 Arası	29	4,1724	,61638		
	51'den Büyük	17	4,3824	,65023		
	Toplam	100	4,2450	,62561		

Fırsatları Değerlendirme	30'dan Küçük	22	2,8636	,41352	2,103	0,105
	30-40 Arası	32	2,7813	,42001		
	41-50 Arası	29	2,7759	,52757		
	51'den Büyük	17	3,0882	,40448		
	Toplam	100	2,8500	,45782		
Kararlılık	30'dan Küçük	22	4,2727	,61193	0,970	0,410
	30-40 Arası	32	4,2969	,53671		
	41-50 Arası	29	4,0345	,74320		
	51'den Büyük	17	4,1176	,82024		
	Toplam	100	4,1850	,66914		
Motivasyon	30'dan Küçük	22	3,3409	,73007	0,838	0,476
	30-40 Arası	32	3,6250	,75134		
	41-50 Arası	29	3,4310	,98854		
	51'den Büyük	17	3,7059	,98518		
	Toplam	100	3,5200	,86141		
Kendine Güven	30'dan Küçük	22	3,1136	,55489	0,946	0,421
	30-40 Arası	32	2,8750	,56796		
	41-50 Arası	29	2,8966	,60325		
	51'den Büyük	17	3,00000	,46771		
	Toplam	100	2,9550	,56001		
Genel	30'dan Küçük	22	3,8106	,29704	1,353	0,262
	30-40 Arası	32	3,8142	,38285		
	41-50 Arası	29	3,7490	,50622		
	51'den Büyük	17	4,0033	,45737		
	Toplam	100	3,8267	,42205		

Tablo 23’de görüldüğü gibi ölçek puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,611$; $p=0,192$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,644$ $p=0,589$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,266$, $p=0,025$). Hangi grubun hangi gruptan farklı olduğunu belirtmek için yapılan Tukey’B çoklu karşılaştırma sonucuna göre 51 yaştan büyük olan işletme sahiplerinin dış etkenlere karşı bireysel güç toplam puan ortalaması en yüksek, 30 yaştan küçük olan işletme sahiplerinin dış etkenlere karşı bireysel güç toplam puan ortalaması en düşük olduğu görülmüştür. Sonuç olarak yaş arttıkça dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmüştür.

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,636$, $p=0,186$).

“Yeniliklere Açıklık” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,031$, $p=0,382$).

“Girişkenlik alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,815$, $p=0,907$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,438$, $p=0,726$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=2,103$, $p=0,105$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,970$, $p=0,410$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,838$, $p=0,476$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,946$, $p=0,421$).

“Genel” alt boyutu puanlarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yaş grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,353$, $p=0,262$).

Tablo 24. Eğitim Durumuna Göre Farklılık Analizi

		N	Ort.	S.S	F	p
Kendini Geliştirme	Temel Lise	5	4,0500	,20917	1,871	0,140
	Lise	34	3,6397	,78622		
	Üniversite	50	3,90,000	,76599		
	Yüksek Lisans	11	4,2045	,74848		
	Toplam	100	3,8525	,76632		
Liderlik	Temel Lise	5	4,1200	,33466	0,287	0,835
	Lise	34	4,2941	,51460		
	Üniversite	50	4,3480	,59358		
	Yüksek Lisans	11	4,2909	,55399		
	Toplam	100	4,3120	,54851		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	Temel Lise	5	3,5333	,54518	0,747	0,527
	Lise	34	3,9216	,57623		
	Üniversite	50	3,9533	,62998		
	Yüksek Lisans	11	3,8939	,54910		
	Toplam	100	3,9150	,59811		
Risk Alma	Temel Lise	5	2,8667	,69121	2,259	0,086
	Lise	34	3,4510	,79511		
	Üniversite	50	3,6667	,84917		
	Yüksek Lisans	11	3,8788	,71915		
	Toplam	100	3,5767	,82722		
Yeniliklere Açıklık	Temel Lise	5	3,8800	,85557	0,321	0,810
	Lise	34	3,8176	,60376		
	Üniversite	50	3,9120	,62878		
	Yüksek Lisans	11	4,0182	,62260		
	Toplam	100	3,8900	,62434		
Girişkenlik	Temel Lise	5	3,6667	,40825	0,440	0,725
	Lise	34	3,9706	,74927		
	Üniversite	50	3,8533	,83614		
	Yüksek Lisans	11	3,7273	,62925		
	Toplam	100	3,8700	,76673		
Geleceğe Odaklı	Temel Lise	5	4,10,000	1,24499	0,102	0,959
	Lise	34	4,2647	,60597		
	Üniversite	50	4,2500	,56469		
	Yüksek Lisans	11	4,2273	,68424		
	Toplam	100	4,2450	,62561		

Fırsatları Değerlendirme	Temel Lise	5	2,80,000	,90830	0,045	0,987
	Lise	34	2,8529	,50045		
	Üniversite	50	2,8600	,37850		
	Yüksek Lisans	11	2,8182	,46221		
	Toplam	100	2,8500	,45782		
Kararlılık	Temel Lise	5	4,10,000	,65192	1,303	0,278
	Lise	34	4,0147	,75363		
	Üniversite	50	4,2700	,60786		
	Yüksek Lisans	11	4,3636	,63604		
	Toplam	100	4,1850	,66914		
Motivasyon	Temel Lise	5	3,10,000	,89443	0,483	0,695
	Lise	34	3,5882	,94123		
	Üniversite	50	3,5300	,75869		
	Yüksek Lisans	11	3,4545	1,08293		
	Toplam	100	3,5200	,86141		
Kendine Güven	Temel Lise	5	2,30,000	,67082	2,521	0,062
	Lise	34	3,0,0000	,52223		
	Üniversite	50	2,9800	,57107		
	Yüksek Lisans	11	3,0,0000	,44721		
	Toplam	100	2,9550	,56001		
Genel	Temel Lise	5	3,6056	,21463	0,753	0,523
	Lise	34	3,7876	,43271		
	Üniversite	50	3,8600	,43194		
	Yüksek Lisans	11	3,8965	,41520		
	Toplam	100	3,8267	,42205		

Tablo 24’de görüldüğü gibi ölçek puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,871$; $p=0,140$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,287$, $p=0,835$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,747$, $p=0,527$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=2,259$, $p=0,086$).

“Yeniliklere Açıklık” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,321$, $p=0,810$).

“Girişkenlik alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,440$, $p=0,0,725$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,102$, $p=0,959$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,045$, $p=0,987$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,303$, $p=0,278$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,483$, $p=0,695$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=2,521$, $p=0,062$).

“Genel” alt boyutu puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda eğitim durumu grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,753$, $p=0,523$).

Tablo 25.Yabancı Dil Bilgisi Durumuna Göre Farklılık Analizi

		N	Ort.	S.S.	f	p
Kendini Geliştirme	Yok	29	3,6293	,80351	2,179	0,119
	1 Yabancı Dil	55	3,90,000	,77669		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	4,0938	,57645		
	Toplam	100	3,8525	,76632		
Liderlik	Yok	29	4,2759	,54880	0,139	0,870
	1 Yabancı Dil	55	4,3382	,58610		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	4,2875	,42564		
	Toplam	100	4,3120	,54851		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	Yok	29	3,9195	,52255	0,035	0,965
	1 Yabancı Dil	55	3,9030	,65160		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,9479	,56673		
	Toplam	100	3,9150	,59811		
Risk Alma	Yok	29	3,4713	,86151	0,419	0,659
	1 Yabancı Dil	55	3,6424	,83112		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,5417	,77817		
	Toplam	100	3,5767	,82722		
Yeniliklere Açıklık	Yok	29	3,9517	,60393	0,197	0,822
	1 Yabancı Dil	55	3,8655	,64642		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,8625	,61414		
	Toplam	100	3,8900	,62434		
Girişkenlik	Yok	29	3,6897	,89501	1,137	0,325
	1 Yabancı Dil	55	3,9394	,72603		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,9583	,63099		
	Toplam	100	3,8700	,76673		
Geleceğe Odaklı	Yok	29	4,2414	,66306	0,091	0,913
	1 Yabancı Dil	55	4,2636	,55155		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	4,1875	,81394		
	Toplam	100	4,2450	,62561		
Fırsatları Değerlendirme	Yok	29	2,8966	,57289	0,529	0,591
	1 Yabancı Dil	55	2,8545	,38094		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	2,7500	,48305		
	Toplam	100	2,8500	,45782		
Kararlılık	Yok	29	4,0345	,66723	1,034	0,359
	1 Yabancı Dil	55	4,2455	,62266		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	4,2500	,81650		
	Toplam	100	4,1850	,66914		

Motivasyon	Yok	29	3,4655	,93476	1,357	0,262
	1 Yabancı Dil	55	3,4545	,81236		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,8438	,87023		
	Toplam	100	3,5200	,86141		
Kendine güven	Yok	29	2,8103	,61838	1,383	0,256
	1 Yabancı Dil	55	3,0091	,53998		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,0313	,49896		
	Toplam	100	2,9550	,56001		
Genel	Yok	29	3,7653	,43107	0,453	0,637
	1 Yabancı Dil	55	3,8455	,44386		
	1'den Fazla Yabancı Dil	16	3,8733	,32960		
	Toplam	100	3,8267	,42205		

Tablo 25'te görüldüğü gibi ölçek puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=2,179$; $p=0,119$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,139$, $p=0,870$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,035$, $p=0,965$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,419$, $p=0,659$).

“Yeniliklere Açıklık” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,197$, $p=0,822$).

“Girişkenlik alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,137$, $p=0,325$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,091$, $p=0,913$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,529$, $p=0,591$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,034$, $p=0,359$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,357$, $p=0,262$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,383$, $p=0,256$).

“Genel” alt boyutu puanlarının yabancı dil bilgisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda yabancı dil bilgisi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,453$, $p=0,637$).

Tablo 26. İşletmenizde Size Bağlı Olarak Çalışan Sayısı Değişkenine Göre Farklılık Analizi

		N	Ort.	S.S	F	p
Kendini Geliştirme	20'den Az	72	3,7778	,81530	1,387	0,255
	20-40 Arası	14	3,9643	,69238		
	40'tan Fazla	14	4,1250	,48783		
	Toplam	100	3,8525	,76632		
Liderlik	20'den Az	72	4,2889	,55957	0,461	0,632
	20-40 Arası	14	4,30,000	,65044		
	40'tan Fazla	14	4,4429	,36944		
	Toplam	100	4,3120	,54851		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	20'den Az	72	3,9028	,58258	0,218	0,805
	20-40 Arası	14	3,8810	,62849		
	40'tan Fazla	14	4,0119	,68082		
	Toplam	100	3,9150	,59811		
Risk Alma	20'den Az	72	3,5093	,82407	1,210	0,303
	20-40 Arası	14	3,6190	,85592		
	40'tan Fazla	14	3,8810	,80178		
	Toplam	100	3,5767	,82722		

Yeniliklere Açıklık	20'den Az	72	3,8639	,64290	0,250	0,779
	20-40 Arası	14	3,9286	,61573		
	40'tan Fazla	14	3,9857	,56276		
	Toplam	100	3,8900	,62434		
Girişkenlik	20'den Az	72	3,7870	,77582	3,122	0,049
	20-40 Arası	14	3,8333	,59557		
	40'tan Fazla	14	4,3333	,75107		
	Toplam	100	3,8700	,76673		
Geleceğe Odaklı	20'den Az	72	4,2153	,65985	0,331	0,719
	20-40 Arası	14	4,2857	,64194		
	40'tan Fazla	14	4,3571	,41271		
	Toplam	100	4,2450	,62561		
Fırsatları Değerlendirme	20'den Az	72	2,8333	,47471	0,168	0,846
	20-40 Arası	14	2,8929	,44629		
	40'tan Fazla	14	2,8929	,40089		
	Toplam	100	2,8500	,45782		
Kararlılık	20'den Az	72	4,1736	,64546	0,391	0,677
	20-40 Arası	14	4,1071	,65570		
	40'tan Fazla	14	4,3214	,82292		
	Toplam	100	4,1850	,66914		
Motivasyon	20'den Az	72	3,4583	,91062	1,045	0,356
	20-40 Arası	14	3,5357	,71962		
	40'tan Fazla	14	3,8214	,69634		
	Toplam	100	3,5200	,86141		
Kendinegüven	20'den Az	72	2,8958	,58705	1,686	0,191
	20-40 Arası	14	3,0357	,45844		
	40'tan Fazla	14	3,1786	,46439		
	Toplam	100	2,9550	,56001		
Genel	20'den Az	72	3,7870	,41697	1,731	0,183
	20-40 Arası	14	3,8433	,46130		
	40'tan Fazla	14	4,0139	,38394		
	Toplam	100	3,8267	,42205		

Tablo 26'da görüldüğü üzere ölçek puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,387$; $p=0,255$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,461$, $p=0,632$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,218$, $p=0,805$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,210$, $p=0,303$).

“Yeniliklere Açıklık” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,250$, $p=0,779$).

“Girişkenlik alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,122$, $p=0,049$). Hangi grubun hangi gruptan farklı olduğunu belirtmek için yapılan Tukey’B çoklu karşılaştırmaya sonucuna göre 40’da fazla çalışana sahip işletme sahiplerinin girişkenlik toplam puan ortalaması en yüksek, 20’den az çalışana sahip işletme sahiplerinin girişkenlik

toplam puan ortalaması en düşük olduğu görülmüştür. Sonuç olarak çalışan sayısı arttıkça girişkenliğin arttığı görülmüştür.

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,331$, $p=0,719$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,168$, $p=0,846$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,391$, $p=0,677$).

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1045$, $p=0,356$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,086$, $p=0,191$).

“Genel” alt boyutu puanlarının çalışan sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda çalışan sayısı grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,731$, $p=0,183$).

Tablo 27. İşletme Süresi Değişkenine Göre Farklılık Analizi

		N	Ort.	S.S	F	P
Kendini Geliştirme	1-5 Yıl	23	3,8152	,75460	0,625	0,537
	5-10 Yıl	32	3,9766	,74962		
	10 Yıldan Fazla	45	3,7833	,78985		
	Toplam	100	3,8525	,76632		
Liderlik	1-5 Yıl	23	4,2957	,53554	0,152	0,859
	5-10 Yıl	32	4,3563	,60692		
	10 Yıldan Fazla	45	4,2889	,52146		
	Toplam	100	4,3120	,54851		
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	1-5 Yıl	23	3,7754	,55643	1,186	0,310
	5-10 Yıl	32	4,0260	,49389		
	10 Yıldan Fazla	45	3,9074	,67752		
	Toplam	100	3,9150	,59811		
Risk Alma	1-5 Yıl	23	3,4783	,67290	1,452	0,239
	5-10 Yıl	32	3,7813	,82353		
	10 Yıldan Fazla	45	3,4815	,88920		
	Toplam	100	3,5767	,82722		
Yeniliklere Açıklık	1-5 Yıl	23	3,9304	,51029	0,423	0,657
	5-10 Yıl	32	3,9500	,68344		
	10 Yıldan Fazla	45	3,8267	,64045		
	Toplam	100	3,8900	,62434		
Girişkenlik	1-5 Yıl	23	3,9420	,53797	1,904	0,155
	5-10 Yıl	32	4,0417	,64341		
	10 Yıldan Fazla	45	3,7111	,91453		
	Toplam	100	3,8700	,76673		
Geleceğe Odaklı	1-5 Yıl	23	4,1957	,57877	0,098	0,907
	5-10 Yıl	32	4,2500	,56796		
	10 Yıldan Fazla	45	4,2667	,69577		
	Toplam	100	4,2450	,62561		
Fırsatları Değerlendirme	1-5 Yıl	23	2,7826	,39388	0,549	0,579
	5-10 Yıl	32	2,8281	,54786		
	10 Yıldan Fazla	45	2,90,000	,42104		
	Toplam	100	2,8500	,45782		
Kararlılık	1-5 Yıl	23	4,3478	,53161	3,708	0,028
	5-10 Yıl	32	4,3438	,54532		
	10 Yıldan Fazla	45	3,9889	,76492		
	Toplam	100	4,1850	,66914		

Motivasyon	1-5 Yıl	23	3,5435	,73721	0,218	0,805
	5-10 Yıl	32	3,4375	,98169		
	10 Yıldan Fazla	45	3,5667	,84342		
	Toplam	100	3,5200	,86141		
Kendine Güven	1-5 Yıl	23	2,8913	,62079	0,228	0,797
	5-10 Yıl	32	2,9531	,58695		
	10 Yıldan Fazla	45	2,9889	,51664		
	Toplam	100	2,9550	,56001		
Genel	1-5 Yıl	23	3,8007	,36561	0,886	0,415
	5-10 Yıl	32	3,9080	,37451		
	10 Yıldan Fazla	45	3,7821	,47743		
	Toplam	100	3,8267	,42205		

Tablo 27’de görüldüğü gibi ölçek puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA yapılmıştır.

“Kendini Geliştirme” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,625$; $p=0,537$).

“Liderlik” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,152$, $p=0,859$).

“Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,186$, $p=0,310$).

“Risk Alma” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,452$, $p=0,239$).

“Yeniliklere Açıklık” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,423$, $p=0,657$).

“Girişkenlik alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=1,904$, $p=0,155$).

“Geleceğe Odaklı” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,098$, $p=0,907$).

“Fırsatları Değerlendirme” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,549$, $p=0,579$).

“Kararlılık” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,706$, $p=0,028$). Hangi grubun hangi gruptan farklı olduğunu belirtmek için yapılan Tukey’B çoklu karşılaştırmaya sonucuna göre 1-5 yıl işletme işleten işletme sahiplerinin kararlılık toplam puan ortalaması en yüksek, 10 yıldan fazla işletme işleten işletme sahiplerinin kararlılık toplam puan

ortalaması en düşük olduğu görülmüştür. Sonuç olarak işletme süresi azaldıkça kararlılığın arttığı görülmüştür.

“Motivasyon” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,218$, $p=0,805$).

“Kendine Güven” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,228$, $p=0,797$).

“Genel” alt boyutu puanlarının işletme süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda işletme süresi grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($F=0,886$, $p=0,415$).

4.2.5. Korelasyon Analizi

Tablo 28. Korelasyon Analizi

	Kendini Geliştirme	Liderlik	Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	Risk Alma	Yeniliklere Açıklık	Girişkenlik	Geleceğe Odaklı	Fırsatlar Değerlendirme	Kararlılık	Motivasyon	Kendine Güven	Genel
Kendini Geliştirme		,394* 0,000	,405** 0,000	,340** 0,001	,470** 0,000	,415** 0,000	,395** 0,000	,264** 0,008	,463** 0,000	,450** 0,000	,102 ,312	,731** 0,000
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Liderlik		1	,509**	,321**	,458**	,408**	,526**	,057	,394**	,282**	,086	701**
			0,000	001	0,000	0,000	0,000	,572	0,000	005	,397	0,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç			1	480**	462**	322**	515**	119	296**	338**	104	753**
				0,000	0,000	001	0,000	238	003	001	303	0,000
			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Risk Alma				1	487**	342**	326**	,143	298**	321**	180	649**
					0,000	0,000	001	157	003	001	073	0,000
				100	100	100	100	100	100	100	100	100
Yeniliklere Açıklık					1	361**	408**	009	354**	479**	,009	745**
						0,000	0,000	,930	0,000	0,000	,933	0,000
					100	100	100	100	100	100	100	100
Girişkenlik							292**	078	359**	356**	237*	633**
							,003	,439	0,000	0,000	,018	0,000
						100	100	100	100	100	100	100

Geleceğe Odaklı							1	,108	,349**	,244*	,010	,612**
								,283	0,000	,014	,920	0,000
							100	100	100	100	100	100
Fırsatları Değerlendirme								1	,083	,065	,111	,136
									,410	,519	,270	,178
								100	100	100	100	100
Kararlılık									1	,217*	,184	,570**
										,030	,067	0,000
									100	100	100	100
Motivasyon										1	,101	,590**
											,316	0,000
										100	100	100
Kendine Güven											1	,233*
												,020
											100	100

** p < 0.01, * p < 0.05

Tablo 28’de görüldüğü üzere, ölçeğin alt boyutu olan kendini geliştirme ile diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,394$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kendilerini geliştirdikçe işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin dış etkenlere karşı bireysel güç alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,405$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin dış etkenlere karşı bireysel güçleri arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin dış etkenlere karşı bireysel güç alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,509$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin dış etkenlere karşı bireysel güçleri arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan risk alma ile diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,340$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri risk aldıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin risk alma alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,321$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri risk aldıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin risk alma alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,480$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme

sahipleri risk aldıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmektedir.

Ölçeğin yeniliklere açıklık alt boyutu olan ile diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,470$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri yeniliklere açık oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin yeniliklere açıklık alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,458$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri yeniliklere açık oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin yeniliklere açıklık alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,462$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri yeniliklere açık oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmektedir.

Ölçeğin yeniliklere açıklık alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan risk alma arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,487$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri yeniliklere açık oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde risk aldıkları görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan girişkenlik ile diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,415$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri girişken oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan girişkenlik ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,408$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri girişken oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan girişkenlik ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,322$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri girişken oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan girişkenlik ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan risk alma arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,342$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri girişken oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde risk aldıkları görülmektedir.

Ölçeğin girişkenlik alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan yeniliklere açıklık arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,361$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri girişken oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde geleceğe odaklılığın arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan geleceğe odaklı ile diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,395$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri geleceğe odaklı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan geleceğe odaklı ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,526$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri

geleceğe odaklı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan geleceğe odaklı ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,515$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri geleceğe odaklı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan geleceğe odaklı ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan risk alma arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,326$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri geleceğe odaklı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde risk aldıkları görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan geleceğe odaklı ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan yeniliklere açıklık arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,408$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri geleceğe odaklı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde yeniliklere açık olmalarının arttığı görülmektedir.

Ölçeğin geleceğe odaklı alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan girişkenlik arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,292$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri geleceğe odaklı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde geleceğe odaklılığın arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirme ile diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,264$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri fırsatları değerlendirdikçe işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirme ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,057$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirmenin ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel gücü istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,119$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirmenin ölçeğin diğer bir alt boyutu olan risk almayı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,143$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirmenin ölçeğin diğer bir alt boyutu olan yeniliklere açıklığı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,009$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirmenin ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan girişkenliği istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,078$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirmenin ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan geleceğe odaklılığı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,108$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılık ile diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,463$, $p < 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılık ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,394$, $p < 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılık ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,296$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlılık oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılık ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan risk alma arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,298$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde risk aldıkları görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılık ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan yeniliklere açıklık arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,354$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde yeniliklere açık olmalarının arttığı görülmektedir.

Ölçeğin kararlılık alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan girişkenlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,359$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde girişkenliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin kararlılık alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan geleceğe odaklılık arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,349$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kararlı oldukça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde geleceğe odaklılığın arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılığın ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan fırsatları değerlendirmeyi istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,083$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyonunun diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklandığı görülmemektedir ($r= 0,450$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde kendilerini geliştirmelerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyon ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan liderlik arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklandığını göstermektedir ($r= 0,282$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde liderliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyon ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklandığını göstermektedir ($r= 0,338$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde dış etkenlere karşı bireysel gücün arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyon ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan risk alma arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklandığını göstermektedir ($r= 0,321$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde risk aldıkları görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyon ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan yeniliklere açıklık arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklandığını göstermektedir ($r= 0,479$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde yeniliklere açık olmalarının arttığı görülmektedir.

Ölçeğin motivasyon alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan girişkenlik arasında pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklandığını göstermektedir ($r= 0,356$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri

motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde girişkenliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin motivasyon alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan geleceğe odaklılık arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,244$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde geleceğe odaklılığın arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyon ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan fırsatları değerlendirme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemektedir ($r= 0,085$, $p > 0,01$).

Ölçeğin motivasyon alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan kararlılık arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,217$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri motivasyonu arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde geleceğe odaklılığın arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güvenin diğer bir alt boyutu olan kendini geliştirmeyi istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,102$, $p> 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güvenin diğer bir alt boyutu olan liderliği istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,086$, $p> 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güvenin diğer bir alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel gücü istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,104$, $p> 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güvenin diğer bir alt boyutu olan risk almayı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,180$, $p> 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güvenin diğer bir alt boyutu olan yeniliklere açıklığı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,009$, $p>0,01$).

Ölçeğin kendine güven alt boyutu ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan girişkenlik arasında pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,237$, $p< 0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kendilerine güvenleri arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde girişkenliklerinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güvenin diğer bir alt boyutu olan geleceğe odaklılığı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,010$, $p>0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güven ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan fırsatları değerlendirme istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,111$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güven ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan kararlılığı istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,184$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güven ile ölçeğin diğer bir alt boyutu olan motivasyonu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmemiştir ($r= 0,184$, $p > 0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kendini geliştirme, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,731$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahipleri kendilerini geliştirdikçe işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan liderlik, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,701$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin liderlik düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan dış etkenlere karşı bireysel güç, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,753$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin dış etkenlere karşı bireysel güç düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan risk alma, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,649$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin risk alma düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan yeniliğe açıklık, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,745$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin yeniliğe açıklık düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan girişkenlik, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,633$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin girişkenlik düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan geleceğe odaklılık, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,612$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin geleceğe odaklılık düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan fırsatları değerlendirme, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklamadığını görülmüştür ($r= 0,136$, $p>0,01$).

Ölçeğin alt boyutu olan kararlılık, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,570$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin kararlılık düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan motivasyonun, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,590$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin motivasyon düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

Ölçeğin alt boyutu olan kendine güven, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci düzeyini pozitif yönde, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığını göstermektedir ($r= 0,233$, $p<0,01$). Bu sonuca göre işletme sahiplerinin motivasyon düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı görülmektedir.

4.2.6. Regresyon Analizi

Tablo 29. Regresyon Analizi

	Beta*	S.S.	Beta**	t	p
Kendini Geliştirme	0,4028	0,0379	0,7313	10,6143	0,000
Liderlik	0,5395	0,0554	0,7011	9,7346	0,000
Dış Etkenlere Karşı Bireysel Güç	0,5316	0,0469	0,7534	11,3415	0,000
Risk Alma	0,3312	0,0392	0,6492	8,4502	0,000
Yeniliklere Açıklık	0,5037	0,0455	0,7451	11,0602	0,000
Girişkenlik	0,3485	0,0430	0,6332	8,0978	0,000
Geleceğe Odaklı	0,4132	0,0539	0,6125	7,6706	0,000
Fırsatları Değerlendirme	0,1250	0,0923	0,1356	1,3552	0,178
Kararlılık	0,3597	0,0523	0,5702	6,8716	0,000
Motivasyon	0,2893	0,0399	0,5904	7,2413	0,000
Kendine Güven	0,1757	0,0740	0,2332	2,3738	0,020
Bağımlı Değişken: Genel					

* Standardize Edilmemiş

**Standardize Edilmiş

Tablo 29’da görüldüğü üzere, KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan kendini geliştirme alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 112,664$, $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,530$ ve kendini geliştirme alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %53’lük kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan liderlik alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 94,763$, $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,486$ ve liderliğin alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %48,6’lık kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan dış etkenlere karşı bireysel güç alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 128,629$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,563$ ve dış etkenlere karşı bireysel güç alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %56,3’lük kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan risk alma alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 71,405$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,416$ ve risk alma alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %41,6’lık kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan yeniliklere açıklık alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 122,328$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,551$ ve yeniliklere açıklık alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %55’lik kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan girişkenlik alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 65,574$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,395$ ve girişkenlik alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %40’lık kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan geleceğe odaklılık alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 58,838$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,369$ ve geleceğe odaklılık alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %37'lik kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan fırsatları değerlendirme alt boyutu için kurulan model anlamlı değildir. ($F(1,98) = 1,877$ $p>0,01$).

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan kararlılık alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 47,219$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,318$ ve kararlılık alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %32'lik kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan motivasyon alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 52,437$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,342$ ve motivasyon alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin %34'lük kısmını açıkladığı görülmüştür.

KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin yordayıcısı olan kendine güven alt boyutu için kurulan model anlamlıdır ($F(1,98) = 5,635$ $p<0,01$). Regresyon analizi sonucu bulunan $R^2=0,045$ ve motivasyon alt boyutunun işletme sahiplerini girişimciliğe iten kendine güven sürecinin %4,5'lik kısmını açıkladığı görülmüştür.

SONUÇ

Küreselleşme ile birbirine eskisinden daha yakın olan dünya ülkeleri; gerek sosyal gerek kültürel gerekse politik ve ekonomik anlamda meydana gelen değişimlerden doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmektedir. Günümüzde ülkelerin ekonomilerine yön veren en önemli varlıklar işletmelerdir. Dünya ve ülkemize çoğunlukla etkili olan işletmelerin küçük(mikro) ve orta ölçekli işletmeler olduğu görülmektedir. Değişimin günümüz tanımlamasının bu işletmelere kattığı olumlu ve olumsuz etkiler küçük ve orta ölçekli işletme ve bu işletmeleri var etme gayretinde olan sahiplerini kapsamı çerçevesinde tutmaktadır.

KOBİ'ler dinamikleri ve benimsedikleri çeşitli politikalar açısından etkinliğini koruyabilmek adına kendini yenileme, sektörde fark yaratma ve kalıcı olma çabasıdadır. Yaşadığımız dev ekosistemde işletmelerin fark yaratabilmesi için en önemli şart yenilikleri takip etmektir. Bu durum işletme sahiplerine saygınlık, rakiplere göre avantaj elde etme, değişimi doğru kavrama ve doğru motivasyon sağlayıp başarılı bir işletme ortaya çıkartacaktır. KOBİ kavramı, girişimcilik süreci ve motivasyon öğelerinin birbirleri ile ilişkisini kavramak işletmelerin gelecek başarılarını pozitif yönde etkileyecektir.

Küçük(mikro) ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin kavram ve kapsam olarak açıklandığı bu çalışmada geçmişten günümüze küçük ve orta ölçekli işletme kavramı açıklanmıştır. Yapılan araştırmalar doğrultusunda dünyada ve ülkemizdeki tarihsel süreçte yaşanan çeşitli sosyal ve politik olaylarla meydana gelen değişim süreci; ülkelerin ekonomilerini, ekonomiye yön veren KOBİ kavramlarını ve bu kavramın oluşmasında itici güç olan girişimcilik olgusunu günümüzdeki anlamı ve ülke ekonomilerindeki yeri için önemli süreçler olmuştur. Gerek KOBİ'ler için gerekse bu işletmeleri iş yapmaya iten iş fikirlerinin oluşumundaki motivasyon faktörlerini belirlemek için araştırılan kavramlar; konunun bütünsel olarak ele alınmasında önemli bir diğer unsur olmuştur. İşletmeleri var etmede kişilerin girişimcilik olgusuna ne denli yakın olduğu ve girişimcilik özelliklerine ne derece sahip olduğu o işletmenin sürdürülebilirliğine olumlu etkiler yaratmaktadır. Bu çalışmanın başlığı altında kavram ve kapsam olarak açıklanmaya çalışılan KOBİ, girişimcilik ve motivasyon kavramları bu sektördeki iş verenlerle

yapılan bir alan çalışmasıyla desteklenmiştir. Çalışma kapsamınca; birden fazla ölçek belirlenerek ve çeşitli testlerle küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci incelenmiştir. İşletme sahiplerinin dış etkenlere karşı bireysel güç düzeyi arttıkça işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinin arttığı gözlemlenmiş olup bununla birlikte işletme sahiplerinin liderlik düzeyi artışının da motivasyon sürecini olumlu yönde etkiledi görülmüştür. Risk alma düzeyi, yeniliğe açıklık, motivasyon, kendine güven gibi çeşitli unsurların düzeylerindeki artışın motivasyon sürecini arttırdığı sonucuna varılmıştır.

Bu doğrultuda; başarılı bir küçük ve orta ölçekli işletme sahibinin girişimci olması ve bu süreci yönetebilmesi için; değişim ve örgütsel davranışlara yön veren motivasyonun girişimcilikle paralel bir şekilde yürütülmesi gerektiği çalışmanın ana fikrinin oluşturmuştur. Küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon sürecinde; girişimcilik fikri değişim ortamının yaşandığı günümüzde iyi motivasyon öğeleri ile desteklenerek işletmeler için sürdürülebilir ve güvenilir bir zemin oluşturacaktır.

Yöneticiler için öneriler: Yeni iş fikirleriyle var etmeye ve yönetmeye karar verdikleri işletmeleri ya da sahip oldukları mevcut işletmeleri ve işleri günümüz yeniliklerine ayak uydurabilen nitelikte olmalıdır. Çağın ilerlediği yönde hareket edebilen işletmeler olmak adına gerekli olan değişimleri işletmelerine katabilen bir anlayışa sahip olmaları gerekir. KOBİ ve girişimciliğin faktörleri arasında kurulan anlamın bu kavramları açıklamaya önemli etkisinin olacağı göz ardı edilmemelidir. KOBİ sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci adı altında yapılan anket çalışmasında girişimcilik özellikleri ve bu özelliklerin motivasyonla ilişkisinde anlamlı ve destekleyici unsurlarla karşılaşılmıştır. Ancak bu durumların uygulamada ne kadar gerçek olduğunun ve ne kadar yeterli olduklarının araştırılması gerekmektedir.

Araştırmacılar için öneriler: Küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon süreci hakkında geniş kapsamlı araştırma verilerine ulaşamamış olunması konunun yeni bakış açılarına olan ihtiyacını ortaya koymaktadır. Türkiye genç ve dinamik bir yapıya sahip olan bir ülke olup; yapılan çalışmalar rehber olarak görülmeli ve genç nüfusun girişimciliğini destekleyici görev

üstlenilmelidir. Küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerine çeşitli sorularla uygulanan çalışmanın daha çok bireysel başarı bazında ele alındığı gözlemlenmektedir. Ancak hiçbir durum tek başına anlamlı olarak değerlendirilemeyeceğinden, hem işletme sahiplerinin algısına dayanarak hem de toplumun vereceği karar ile birlikte değerlendirilip bu çalışmaya konu olmayan diğer değişkenlerle ilişkilendirilerek bir başka araştırma konusu olması faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Acemoğlu, D., Robinson, A., J., *Ulusların Düşüşü*, İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık, 2013.
- Akat, İ., Budak, G., *İşletme Yönetimi*, İzmir: Fakülteler Kitabevi Barış Yayınları, 1999.
- Akgemci, T., *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, Ankara: KOSGEB Yayınları, 2001.
- Aksanyar, N., Biçer M., “ II. Dünya Savaşında Çıkarılan Varlık Vergisinin Türk Basınında ve Kamu Oyunda Yansımaları(11 Kasım 1942-15 Mart 1944)”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:21, (2008): 386.
- Aktan, O.H., “Atatürk’ün Ekonomi Politikası: Ulusal Bağımsızlık ve Ekonomik Bağımsızlık”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cumhuriyetimizin 75. Yılı Özel Sayısı, (1998): 34-35.
- Alkış, H., Öztürk, Y., “Otel İşletmelerinde Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:8,Sayı:28,(2009): 217.
- Altay, N.O., “Türkiye’de İktisadi Dönüşümlerin Sosyo-Ekonomik Sonuçları Üzerine Bir Derleme”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:15, Sayı:2, (2000): 56.
- Ar, M., “KOBİ’lere Verilen Teşvik ve Destekler Kapsamında KOSGEB Konya Örneği” YYLT, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman, 2009.
- Arıkan, S., *Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2004.
- Aşıkoğlu, M., *İnsan Kaynaklarını Verimliliğe Yönlendirme Aracı Olarak Motivasyon*, İstanbul: Üniversite Kitabevi, 1996.

- Aşkın A., Nehir, S., Vural S., “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:6, Sayı:2, (2011): 62-66.
- Atatürk Döneminde Bankacılık Sistemine ve Gelişimine Genel Bir Bakış
<http://www.atam.gov.tr/dergi/sayi-55/ataturk-doneminde-bankacilik-sistemine-ve-gelisimine-genel-bir-bakis>. Erişim Tarihi: 04.07.2015
- Aydemir, O., “Öğrenmede Motivasyon ve Dikkatin Önemi”
<http://www.egitim.aku.edu.tr/motivasyondikkat2.pdf>. Erişim Tarihi: 09.08.2015
- Aykanat, M., “1923-1938 Döneminde Türk Tarım Politikası”, YYLT, Ankara Üniversitesi, Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü, Ankara, 2007.
- Aytaç, R., “Elazığ’da Girişimcilik ve Girişimci Kültür Elazığ Sanayi ve Ticaret Odasına Kayıtlı İşadamları Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme”, YYLT, Fırat Üniversitesi SBE, Elazığ, 1999.
- Bağrıaçık, A., “Küçük İşletmelerin Başarısı Büyük Firmaları da Olumlu Etkiler”, *ISO Dergisi*, Sayı: 252, (1991): 139-252.
- Baklacioğlu, S., *Kamu İktisadi Teşebbüsleri*, Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayını, 1976.
- Başar, M, Tosunoğlu B.T., "Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, (2006): 123-134.
- Bayraç, N.H., “Yeni Ekonominin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları” *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, (2003): 45.
- Baytal, Y., “Demokrat Parti Dönemi Ekonomi Politikaları (1950-1957)” *Ankara Üniversitesi Türk inkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, Sayı:40, (2007): 548.
- Berkes, N., *İkiyüz Yıldır Neden Bocalıyoruz*, İstanbul: İstanbul Matbaası, 1965.

- Boratav, K., “Türkiye’de Devletçilik”, Ankara: Savaş Yayınları, 1982.
- Bovee, L. Court, Thill V. John, Schatzman E. Barbara, *Business in Action*, Prentice Hall, Second Edition, 2004.
- Buttner, E.H. And Moore, D.P., “Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success”, *Journal of Small Business Management*, Vol:35, No:1, (1997): 34-47.
- Büyüköztürk, Ş., *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara:Pegem Akademi Yayınları, 2010.
- Büyükses, L., “Öğrenmenin İş Ortamındaki Motivasyonunu Etkileyen Etmenler” T.C Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2010.
- Champoux, J.E., *Organizational Behavior*, United States of America: Thomson South-Western, Third Edition, 2006.
- Cihangiroğlu, N., Şahin, B., “Organizasyonlarda Önemli Bir Fenomen:Psikolojik Sözleşme”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:6, Sayı:11, (2010): 1–16.
- Cin H.,Yumuk., G.G., “Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, (2013): 10-11.
- Covin J.G., Covin, T.J. “Competitive Aggressiveness, Environmental Context and Small Firm Performance”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol:14, No:4, (1990): 35-50.
- Çırakoğlu, C.O., Tezer E., “Kontrol Odağı ve Eleştirel Düşünmenin Üniversite Öğrencilerinin İlişki Doyumsuzluklarına Verdikleri Tepkiler Üzerindeki Yordayıcı Rolü”, *Türk Psikoloji Yazıları*, Cilt:13, Sayı: 26, (2010): 29-41.
- Çiçek, D., “Örgütlerde Motivasyon ve İş Yaşam Kalitesi Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personel Motivasyon Seviyelerinin Tespit Edilerek İş Yaşam

- Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırması” T.C Çukurova Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölüm Dalı Doktora Tezi Adana, 2005.
- Çoşkun, A., “21. Yüzyılda Türkiye’nin Sanayi ve Kobi Stretejileri” *Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, Sayı:50, (2005): 251-252.
- Danışık, Ş., “Türkiye’deki Girişimci Profili”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya, 2001.
- Demirel, E.T., “Girişimcilik Kültürü”, YYLT, İnönü Üniversitesi SBE, Malatya,2003.
- Demirel, E.T., Tilkici, M. “Kültürün Girişimciliğe Etkileri” *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, (2004): 49-58.
- Diakov, V., Kovalev S., *İlk Çağ Tarihi-I*, İstanbul:Yordam Kitap Yayınevi, 2008.
- Doğan, S., *Avrupa Birliğinin Girişimcilik Politikası Kobi Yaklaşımı ve Türkiye*, İstanbul: Ticaret Odası Yayınları, 2010.
- DPT , Ekonomik Önlemler Uygulama Paketi, Ankara, 1994.
- DPT, Avrupa Birliği ve Türkiye Bülteni, 1999
<http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/Arama.aspx?k=DPT%2E#k=DPT.#s=11>
Erişim Tarihi: 5.6.2015
- Düren, A. Z., *2000’li Yıllarda Yönetim*, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, 2000.
- Eggers, W. D., ve O’Leary, J., *Revolution at the roots: Making our government smaller, better, and closer to home*, New York: Free Press, 1995.
- Erdem, E., “Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramına Göre Konutların Swot Analizi İle Değerlendirilmesi”, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Aile ve Tüketici Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2008.

- Erdem, F., “Girişimcilik Eğilimine Sahip Üniversite Öğrencilerinin Başarma İhtiyacı ve Kontrol Odağı Özelliklerine Yönelik Bir Araştırma”, *10.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongre Bildiri Kitabı*, (2002): 913-920.
- Erdem, A.R., “Süreç Kuramlarının Eğitim Yönetimine Katkıları” *PAÜ. Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:4, (1998): 217.
- Erden, M., Akman, Y., *Eğitim Psikolojisi Gelişim Öğrenme-Öğretme*, Ankara: Arkadaş Yayınevi, 1996.
- Erkan, M., Eleren, A., “Küreselleşme Sürecinde KOBİ’lerin Yeniden Yapılandırılması ve Bir Model Önerisi,1. Orta Anadolu Kongresi: KOBİ’lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları”, Nevşehir, (2001): 210.
- Eroğlu, N., “Atatürk Dönemi İktisat Politikaları 1923-1938” *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt: 23, Sayı:2, (2007): 66-67.
- Erol, M., “Ekonomik Kriz ve Kobiler” *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:5, Sayfa:1, (2010): 171.
- Ertan, F., “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme(KOBİ)’lere Sağlanan Kamusal Ar-Ge Teşvikleri: Kamusal Ar-Ge Teşviklerinin Kobier Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Anket Çalışması” *Yüksek Lisans Tezi*, T.C Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye (Kamu Ekonomisi) Ana Bilim Dalı, 2010.
- Folkman, S., Moscovitz J.T., “Coping: Pitfalls and promise” *Annual Review of Psychology*, Vol: 55, (2004): 745-774.
- Geçtan, E., *Çağdaş Yaşam ve Normal Dışı Davranışlar*, İstanbul: Maya Yayınları, 1984.
- Giddens, A., *Sosyoloji*, İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2008.
- Girişim Özelliklerine Göre Dış Ticaret İstatistikleri, 2014
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18587> Erişim Tarihi:23.8.2015

Girişimci

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.55f21f5db8be55.54401638 Erişim Tarihi: 2.3.2015

Girişimcilik Tarihi ve Rasyonelleşen Türkiye
http://www.gelisimplatformu.org/19_404_404_Girisimcilik_Kavrami_Ve_Rasyonellesen_Turkiye Erişim Tarihi:08.03.2015

Gladwel, M., *Outliners*, İstanbul: MediaCat, 2013.

Gökçe, G., şahin, A., Bulduklu Y., “Herzberg’in Çift Faktörlü Güdöleme Kuramının Öğretmenlerin Motivasyonu Açısından Çözömlenmesi” , *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2002): 238.

Gönen, D.F., *Kalkınma Ekonomisi*, Ankara: Eflatun Basın Dağıtım Yayıncılık, 2010.

Hisrich, R.D., Peters, M.P. ve Shepherd, D.A., *Entrepreneurship*, Boston: McGraw-Hill Irwin, 2005.

Iraz, R., “Küresel Rekabet Ortamında Küçük ve Orta Büyöklökteki İşletmelerin Ulusal Sosyo-Ekonomik Sisteme Katkıları Açısından Değerlendirilmesi”, 2008 <file:///C:/Users/1/Downloads/582-1162-1-SM.pdf> Erişim Tarihi:04.07.2015.

İnceoğlu, M., *Güdöleme Yöntemleri*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulları Yayınları, 1985.

İslamoğlu, E., Namal K., Mete, K.Y., “Bir Aktif İstihdam Politikası Aracı Olarak Girişimcilik Programlarının Etkinliği: ‘KOSGEB Yeni Girişimcilik Destek Programı’ Örneği”, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Faköltesi Dergisi*, Cilt: 5, Sayı:8, (2014): 29.

Jean-Baptiste Say https://tr.wikipedia.org/wiki/Jean-Baptiste_Say Erişim Tarihi:03.3.2015

Joseph Alois Schumpeter https://tr.wikipedia.org/wiki/Joseph_Alois_Schumpeter
Erişim Tarihi:02.2.2015

Kalkınma Bakanlığı (2013)Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Ankara,
(<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf>) Erişim Tarihi:4.7.2015

Karabıçak, M., Altuntepe N., “Kobilerin Kredi Yoluyla Finansmanı’ I. Orta Anadolu Kongresi, ‘KOBİ’ler Finansman ve Pazarlama Sorunları’ ”, Nevşehir, 2001.

Karadal, H., *Girişimcilik*, İstanbul:Beta Basım A.ř, 2013.

Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., 1994.

Karadeniz, E., Entrepreneurship in Turkey 2010 The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Report, 2010
file:///C:/Users/1/Downloads/1334058599GEM_Turkey_2010_Report.pdf
Erişim Tarihi:28.7.2015

Kaya, A., *Mali Sürdürülebilirlik;Teori ve Türkiye Uygulaması*, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği, 2013.

Karabulut, Kerem. Ersungur, ř.Mustafa..Kızıltan Alaattin,”Kuzey Doğu Anadolu Bölgesindeki Kobiler’in Sorunları Üzerine Bir Uygulama”, *Ekev Akademi Dergisi*, Sayı: 22, Erzurum, (2005)

Kobi Bilgi Sitesi, TOBB Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ‘Türkiye’de KOBİ Tanımı <http://www.kobi.org.tr/> Erişim Tarihi:09.4.2015

KOBİ’lerde Finansmana Erişim <http://turkonfed.org/Files/ContentFile/turkonfed-rapor-2009-kobi-c2.pdf> 18. Erişim Tarihi: 10.4.2015

Korkmaz, O., “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, Cilt:14, Sayı:2, (2012):

- KOSGEB Girişimciler için İş Planı Rehberi
file:///C:/Users/1/Downloads/IsPlaniRehberi.pdf Erişim Tarihi: 9.7.2015
- KOSGEB, 2011-2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, Ankara, 2011
http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7BE3DFC62E-23D7-4382-A60C-A430944E272D%7D Erişim Tarihi: 2.2.2015
- KOSGEB Faaliyet Raporu 2014,
file:///C:/Users/1/Downloads/KOSGEB%202014%20Y%C4%B1%C4%B1%20Faaliyet%20Raporu.pdf Erişim Tarihi: 19.7.2015
- KOSGEB, 2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, İstanbul,
file:///C:/Users/1/Downloads/KOB%C4%B0%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20(2015-2018).pdf Erişim Tarihi: 7.7.2015
- KOSGEB, Türkiye'nin Girişimcilik Haritası Yeniden Çizildi
<http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Haberler.aspx?ref=988> Erişim Tarihi:8.8.2015
- Kurt, T., “Herzberg’in Çift Faktörlü GÜdüleme Kuramının Öğretmenlerin Motivasyonu Açısından Çözömlenmesi”, *Gazi Eğitim Fakölteı Dergisi*, Cilt:25, Sayı:1, Ankara, (2005): 285-289.
- Lee, S.M., Peterson S., “Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness of Journal Of World Business”, Vol:35, No:4, (2000): 401-416.
- Martin, R., Thomas, G., Charles, K., Epitropaki, O. ve McNamara, R., “The role of leader-member exchanges in mediating the relationship between locus of control and work reactions”, *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, Vol:78, (2005): 141-147,
- Mitroff , I. Chriatine, M., *CrisisManagement: A Diagnostic Guide for Improving Your Organization's Crisis-Preparedness*, Jossey Bass Business and Management Series, 1993.

- Müftüoğlu, T., *Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*, Ankara: Turhan Kitapevi, 1998.
- Müftüoğlu, T., *Girişimcilik*, Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yay., 2004.
- Müftüoğlu, T., Akbulut, Y., Özsoy, A., “Türkiye’de Girişimcilik Tarihi”, *TOSYÖV Girişim*, Sayı:8, (1996): 28.
- Narin, M., Akdemir S., “Türkiye’de Kobilere Sağlanan Destekler’ Ekonomik Yaklaşım”, *Gazi Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü Üç Aylık Dergi*, Cilt:16, (2005): 43-68.
- Ozakcaoglu Mehmet Bilge, “Türkiye’de Piyasa Ekonomisine Giriş Süreci ve Sürdürülebilirliği” <http://mehmetbilgeozakcaoglu.blogcu.com/turkiye-de-piyasa-ekonomisine-gecis-sureci-ve-surdurulebilirligi/8758917> Erişim Tarihi:05.07.2015
- Önen, K., Tüzün, M., *Motivasyon*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık, 2005.
- Özçelik, Ö., Tuncer G., “Atatürk Dönemi Ekonomi Politikaları”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Isparta, (2007): 257.
- Özdevecioğlu, M., Kaya, Y. ve İnce Balcı, F., “Temel Girişimcilik”, *İş ve Meslek Danışmanları Derneği*, Ankara, (2011): 477-489.
- Özgül, E., “Kobi’lerin Büyüme Stratejisi Alternatifi Olarak Özel Marka Uygulamalarının Dağıtım Kanallı İlişkisi Yaklaşımıyla Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma” Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 2005.
- Özkul, G., “Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde(İBSS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi KOBİ’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme”, YYLT, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Isparta, 2008.
- Öztürk, İ., *2008 Girişimcilik Raporu*, İstanbul: İGİAD Yayınları:, 2008.

- Öztürk, H., “Hemşirelerin Motivasyon ve Performans Düzeyleri” Doktora Tezi İ.Ü Sağlık Bilimleri Enstitüsü, 2002.
- Parasız, İ., *Türkiye Ekonomisi ‘1923’den Günümüze İktisat Ve İstikrar Politikaları*, Bursa: Ezgi Kitapevi, 1998.
- Parasız, İ., *Enflasyon, Kriz ve Ayarlamalar: Dünyada ve Ülkemizde Kalkınma Makro Ekonomi Sorunları*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları, 2001.
- Pirenne, H., *Ortaçağ Kentleri*, İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2011.
- Piketty, T., *Yirmi Birinci Yüzyılda Kapital*, İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2014.
- Poggi, G., *The Development of the Modern State*, London: Hutchinson, 1978.
- Robinson, J.A., Acemoğlu, D., *Ulusların Düşüşü*, İstanbul: Doğan Egmond Yayıncılık, 2013.
- Rotter, J. B., *Social learning and clinical psychology*, New York: Prentice-Hall, 1954.
- Rotter, J.B. ,“Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological Monographs: General and Applied”, Vol:80, No:1, (1966): 609.
- Sagie, A., Elizur D., “Achievement Motive and Entrepreneurial Orientation: A Structural Analysis”, *Journal Of Organizational Behavior*, Vol:20, No:3, (1999): 75-387.
- Sayar, G.A., *Osmanlı İktisat Düşüncesinin Çağdaşlaşması*, İstanbul: Ötüken Yayınları, 2000.
- Sayar, A.G., *Bir İktisatçının Entelektüel Portresi Sabri F. Ülgener*, İstanbul: Eren Yayıncılık, 1998.
- Schumacher, F.E., *Küçük Güzeldir*, İstanbul: Varlık Yayınları, 2010.

Schumpeter, J.A., *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Oxford University Press, 1978.

Şenturan, Ş., *Örnek Olaylarla Örgütsel Davranış*, İstanbul: Beta Basım A.Ş, 2014.

Şükrü, Z., B., “Türkiye İktisadi-Milli Koruma Kanunu” *İktisat Fakültesi Mecmuası*, Sayı:1, (1939):322-329.

Taş, Y.H., *Avrupa Birliği ve Türkiye’de Kobi’lerin İstihdam Arttırıcı Etkileri Kobi Araştırmaları*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 2010.

Tokgöz, E., *Türkiye’nin İktisadi Gelişme Tarihi (1914-2001)*, Ankara: İmaj Yayınevi, 1997.

Tokgöz, E., *Türkiye’nin İktisadi Gelişme Tarihi*, Ankara: İmaj Yayınevi, 2001.

Tomur, K., *Kobiler ve Rekabet Politikası De Minimis Kuraalının Rekabet Hukukundaki Yeri, İşlevi ve Uygulama Prensipleri*, Ankara: Rekabet Kurumu 2004.

Top, S., *Girişimcilik; Keşif Süreci*, İstanbul: Beta Yayınları, 2012.

TÜİK, “Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2014’ Analitik Çerçeve, Kapsam ve Tanımlar- Büyüklük Grubu”
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18521> Erişim Tarihi: 3.8.2015

Turpçu, Z., “Basel II Kriterlerinin Türkiye’deki KOBİ’ler Üzerine Etkisi (Adana İli Örneği)” T.C Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Programı İstanbul, 2014.

TÜBİTAK KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı
<http://www.tubitak.gov.tr/tr/search/site/KOB%C4%B0%20Ar-Ge%20Ba%C5%9Flang%C4%B1%C3%A7%20Destek%20Program%C4%B1>
1 Erişim Tarihi:19.7.2015

Türk, A., *KOBİ'ler için Destekler*, İstanbul: TC İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2011.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, Ankara: Türk Dili Kurumu Yayınları, B.2, 2000.

Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016, file:///C:/Users/tablet/Downloads/Giri%C5%9Fimcilik%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20TASLAK%20(3).pdf Erişim Tarihi:3.4.2015

Türkiye’de Girişimcilik Endeksi Sunumu, 2013, <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Haberler.aspx?ref=988> Erişim Tarihi:3.3.2015

Uçkun, N., “Kobilerin Finansal Sorunlarına Melek Sermaye Çare Olabilir mi?”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:41, (2009): 121-131.

Ulaş, D., “Franchising Sisteminin Girişimcilik Açısından Değerlendirilmesi,” *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı:8, Cilt:3, (2006): 133-151.

Ulukan, R., *Kendi İşini Kurmak İsteyenler İçin Girişimcilik Kılavuzu*, İstanbul:EDAM Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi, 2012.

Utaş, A., L., “Psikiyatri Kliniğinde Çalışan Hemşirelerin Motivasyon Düzeyleri”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, M.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2004.

Vural, S., “Girişimci Kişilik Özellikleri Ve Biga İlçesi Girişimcilik Profili Araştırması”, Dönem Projesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 2006.

Wacquez, Bernard ve Gray Thomas “Türkiye’deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Mevcut Durum ve Politikaları” OECD. <http://www.oecd.org/cfe/smes/33705673.pdf> Erişim Tarihi: 11.6.2015

Walter Ted, Dünya Ekonomisi, İstanbul, Alfa Yayınları, 2002.

What is GEM? <http://www.gemconsortium.org/> Erişim Tarihi:19.4.2015

Wickham, P.A., *Strategic Entrepreneurship*, Prentice Hall, 2006.

- Yalım, G., *Küçük ve Orta Büyüklükteki Sanayi Teşebbüslerinin Sorunları, Çözüm Yolları ve Geliştirilmesi Semineri*, Ankara: MPM Yayınları,.1987.
- Yatmaz, F.E., “Girişim Sermayesi”, Uzmanlık Tezi, Ankara: Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, 2012.
- Yavuz A., Albeni M., Göze Kaya, D., “Ulusal İnovasyon Politikaları ve Kamu Harcamaları: Çeşitli Ülkeler Üzerine Bir Karşılaştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:14, Sayı:3, (2009): 65-90.
- Yeniçeri, Ö., *Örgütsel Değişimin Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayınları, 2002.
- Yerlikaya, M., *Girişimci*, İstanbul: Adım Yayınları,2005.
- Yeşilay, B.R., “Devletçiliğin Türkiye Ekonomisindeki İzduşümleri” *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2005.
- Yıldıran, M., “Reel Sektör Ve Küresel Mali Kriz: Finansal Yönetimin Geriliği Sorunu”, *Dünya Gazetesi*, İstanbul, 2009.
- Yıldız, S., “Girişimcilik” T.C Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim dalı Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş 2007.
- Yurtseven, H.R., *Yaratıcı Yönetim*, Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, 2001.
- Zahra, S.A., Covin, J., “Contextual influences on the corporate entrepreneurship-company performance relationship in established firms: a longitudinal analysis,” *Journal of Business Venturing*, Vol:10, (1995): 43–58.

EKLER

Ek 1. Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Ekteki anketler, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilimi İşletme Bilim Dalında yürütülmekte olan “**Küçük(mikro) ve Orta Ölçekli İşletme Sahiplerini Girişimciliğe İten Motivasyon Süreci**” isimli yüksek lisans tezinin araştırma kısmı ile ilgilidir. Ankette bulunan hiçbir ifadenin doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Önemli olan yanıtsız soru bırakmaksızın sizin kendi görüşünüzü yansıtmanızdır. Bu yüzden vereceğiniz yanıtlar araştırmanın yönünü belirlemek bakımından çok büyük önem arz etmektedir. Bu anket sonuçları kişi bazında değerlendirilmeyeceği için isim-soyadı talep edilmemekte olup, cevaplarınız kesinlikle gizli tutulacak ve sadece tez çalışması bağlamında bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katılımınız, ayırdığınız değerli zaman ve bilimsel çalışmaya verdiğiniz destek için teşekkürlerimizi sunar, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Saygılarımızla,

Prof. Dr. Ahmed Güner SAYAR

(Araştırma Danışmanı)

Nesibe ŞENTÜRK

(nesibesenturk@windowslive.com)

(Araştırma Sorumlusu)

1.Cinsiyetiniz

Kadın

Erkek

2.Medeni Durumunuz

Evli

Bekar

3. Yaşınız

30'dan küçük

30-40 arası

41-50 arası

51'den büyük

4. Eğitim Düzeyiniz

Temel Eğitim

Lise

Üniversite

Yüksek Lisans

Doktora

5. Yabancı Dil Bilgisi

Yok

1 yabancı dil

1'den fazla yabancı dil

6. İşletmenizde size bağlı olarak çalışan çalışanların sayısı

20'den az

20-40 arası

40'dan fazla

7.Bu işletmeyi işletme süreniz

5 yıldan daha az

5-10 yıl

10 yıldan daha fazla

8.Ailenizde girişimci varmı?.

Var:..... Yok:.....

Var ise kaç yıldır girişimci:

9.Neden girişimci olmak istediniz?

Kendini Gerçekleştirme

Bağımsız ve Özgür Olmak

Farklı/Hareketli işler Yapmak

Ekonomik Kazanç

10.Sizce girişimci olmak için hangi kişilik özelliğine sahip olmak gerekir?

Araştırmacı Olmak

İyi Bir Gözlemci Olmak

Bilgili/Tecrübeli Olmak

Cesaretli Olmak

11.Hangi özellikleriniz girişimci olma isteğinizi canlandırdı?

Empati ve İletişim Becerisi

Mükemmeliyetçilik

Kendine Güvenmek

Organizasyon Becerisi

12.Girişimcilik fikirlerinizi paylaştığınız kimler var?

Ailem

Akrabalarım

Arkadaşlarım

Sektörden kişiler

13.İş kurarken başarınız için en büyük engelin ne olduğunu düşünüyor sunuz?

Sermaye Yetersizliği

Sektörü Tanımamak /Tecrübesizlik

Yasal/Bürokratik Prosedürler

Başarısızlık Korkusu

14.Sizi girişimciliğe iten faktör nedir?

İş Yükünün Ağırlığı

Mobbing

Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık

İş Güvencesinin Olmaması

15.Sizi girişimciliğe çeken motivasyon faktörü nedir?

Esnek Çalışma Saatleri

Para Kazanmak

Lider Olmak

Kendi İş Yerinin Olması

Lütfen her bir öncüle (ifadeye) ilişkin görüşünüzü 1=Kesinlikle Katılıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum'a doğru uzanan değerlendirme aralığında hiçbir soruyu boş bırakmaksızın size en yakın olan seçeneklerden birine işaretleyiniz.

Sorular	1	2	3	4	5
1. Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.					
2. Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırabiliriz.					
3. Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.					
4.Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.					
5. Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.					
6. Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.					
7. Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.					
8. Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.					
9. Risk almaktan çekinmem.					
10. Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim.					
11. Kendi işimle ilgili planlar yaparım.					
12. Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.					
13. Kararlarımın hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.					
14. İşten zorunlu olarak ayrılırsam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.					
15. İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.					
16. İşimi severek ve azimle yaparım.					
17. İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.					
18. İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.					
19. İşimde ve çalışmalarımın ortaya çıkan değişimlere açıgımdır.					
20. İşimde her türlü riski göze alabilirim.					
21. İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcarım.					
22. İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.					
23. İstedğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini					

Sorular	1	2	3	4	5
genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.					
24. Risk almaktan korkmam. Her işin bir riski vardır.					
25. Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.					
26. Geleceğı görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.					
27. Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.					
28. Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.					
29. Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.					
30. Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.					
31. Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.					
32. Denemediklerimi denemekten çekinmem.					
33. Bir işte ya da uygulamada liderliğı ele almaktan çekinmem.					
34. Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.					
35. Arkadaşılarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem.					
36. Arkadaşılarıma değişik iş projelerden söz ederim.					

ÖZGEÇMİŞ

Nesibe Şentürk 28.01.1989 tarihinde Bulgaristan’da doğdu. İlk ve orta öğretim eğitimini Mareşal Fevzi Çakmak İlköğretim Okulu’nda tamamladı. Lise eğitimine Süleyman Nazif Lisesi’nde devam etti ve 2008-2013 yılları arasında Beykent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde lisans eğitimini aldı. 2012-2013 yılları arasında Eser Premium Hotel insan kaynakları bölümünde stajını gerçekleştirdi. 2014-2015 eğitim döneminde Başakşehir Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’nde öğretmenlik görevi yaptı. 2014-2015 Ekim ayında Makedonya’nın Bitola şehrinde Business Acedemy Smilevski bünyesinde gerçekleşen “Uluslararası Bilim Kongresi”nde katılımcı olarak bulundu. 2015 Haziran ayında Makedonya’nın Gostivar şehrinde; Vizyon Üniversitesi, Celal Bayar Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi, Fon Üniversitesi, Uluslararası Turizm Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen Uluslararası Ekonomi ve İşletme Kongre’sinde “Değişim Süreçlerinin İşletmelerin Örgütsel Davranışlarına Etkisi” isimli bildirisini sundu. 2015 Ekim ayında Bülent Ecevit Üniversitesi ev sahipliğinde; XIV. Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongre’sinde “Değişen Rekabet Ortamı ve Büro Yönetimi Arasındaki İlişkide Motivasyon Faktörünün Önemi(Orta Ölçekli Bir İşletmenin Büro Yönetimi Üzerine Bir Örnek Olay Çalışması” adlı bildirisini sundu. 2013 yılında Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı İşletme programında tezli yüksek lisans eğitimine başlayan Nesibe Şentürk yüksek lisans eğitimine devam etmektedir.

Nesibe ŞENTÜRK