



**ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK
ÖZELLİKLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMLERİNİN KUŞAKLAR BAĞLAMINDA
İNCELENMESİ: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
AÇIKÖĞRETİM SİSTEMİ ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Erkam Emin AYVAZ

Eskişehir 2020

**ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMLERİNİN KUŞAKLAR BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: ANADOLU
ÜNİVERSİTESİ AÇIKÖĞRETİM SİSTEMİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

Erkam Emin AYVAZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Mesut KURULGAN

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

(Temmuz 2020)

ÖZET

ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN KUŞAKLAR BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ AÇIKÖĞRETİM SİSTEMİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Erkam Emin AYVAZ

Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Temmuz 2020)

Danışman: Prof. Dr. Mesut KURULGAN

Girişimcilik kavramı günümüz sosyal ve ekonomik hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Gün geçtikçe artan dünya nüfusu ile artan tüketim ve istihdam ihtiyacının karşılanmasında girişimciliğin rolü büyük ve önemlidir. Girişimcilik, güçlü ekonominin yapı taşlarından birisidir. Bu çalışmada temel amaç öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin kuşaklar bağlamında farklılıklarının incelenmesidir. Bu doğrultuda Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencilerine kuşaklar bağlamında farklılıkların tespiti için çevrimiçi anket uygulanmıştır. Ankete Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemine kayıtlı 663 öğrenci cevap vermiştir. Alınan cevaplar ve uygulanan istatistiksel yöntemler sonucunda öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinde kuşaklar bağlamında bir farklılık saptanamamıştır. Kuşaklara göre bir farklılık saptanamamasının eşit katılımcı dağılımı olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kuşaklar bazında incelemenin yanı sıra; cinsiyet, yabancı dil düzeyi, ebeveynlik durumu, girişimcilik dersi alma, mezuniyet düzeyi ve aile üyelerinin kendi işinin sahibi olması faktörleri bakımından da girişimcilik düzeyi ve girişimci kişilik özellikleri analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimci kişilik özellikleri, Girişimcilik eğilimleri, Kuşaklar

ABSTRACT

A RESEARCH OF STUDENTS' ENTREPRENEURSHIP PERSONALITY AND ENTREPRENEURSHIP TENDENCIES IN THE CONTEXT OF GENERATIONS: A RESEARCH ON ANADOLU UNIVERSITY OPEN EDUCATION SYSTEM STUDENTS

Erkam Emin AYVAZ

M.A. THESIS, Department of Business Administration

Anadolu University, Institute of Social Sciences (July 2020)

Consultant: Prof. Dr. Mesut KURULGAN

The concept of entrepreneurship has an important place in today's social and economic life. The role of entrepreneurship is important in meeting the ever-increasing world population and increasing consumption and employment needs. Entrepreneurship is one of the building blocks of the strong economy. The main purpose of this study is to investigate the differences of entrepreneurial personality traits of students in terms of generations. Accordingly, an online questionnaire was applied to Anadolu University Open Education System students to detect differences in terms of generations. 663 students enrolled in Anadolu University Open Education System responded to the questionnaire. As a result of the answers received and the statistical methods applied, no difference was found in the entrepreneurial personality traits of the students in terms of generations. It is thought that the absence of a difference according to generations is due to the lack of equal distribution of participants. In addition to the examination on the basis of generations; entrepreneurship level and entrepreneurial personality traits were also examined in terms of gender, foreign language level, parental status, taking entrepreneurship lessons, graduation level and family members owning their own business.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial personality, Entrepreneurship trends, Generations

TEŞEKKÜR

Öncelikle akademik ve sosyal hayatımda beni sürekli destekleyen, maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen ve beni her daim okumaya teşvik eden babam Ali AYVAZ ve annem Fatma AYVAZ' a teşekkürü borç bilirim.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında büyük bir katkısı bulunan, ilk akademik çalışmamın zorluklarını bilgisi ve engin tecrübesiyle aşmamı sağlayan, akademik katkılarının yanında hayata dair görüşleriyle bana farklı bakış açıları kazandıran saygıdeğer tez danışmanım Prof. Dr. Mesut KURULGAN' a teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmamda istatistiksel analizlerin uygulanması ve yorumlanmasında değerli yardımlarını esirgemeyen hocam Prof. Dr. Zeki YILDIZ' a teşekkür ederim.

Lise hayatımdan bu yana beni maddi, manevi her durumda destekleyen, her alanda yardımlarını esirgemeyen ve beni her daim motive eden sevgili arkadaşlarım Furkan KORKUT, Cihan ÇINAR, Kadir KOYUNCU ve Burak GÜLTEKİN' e de destekleri ve yardımları için çok teşekkür ederim.

Burada isimlerini saymakla bitiremeyeceğim, üzerimde emeği olan bütün akrabalarım, arkadaşlarım ve hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Erkam Emin AYVAZ

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Erkam Emin Ayvaz

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR	vi
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar DİZİNİ.....	xiii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xv
KISALTMALAR DİZİNİ	xvi
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE KAPSAMI	2
1.1 Girişimcilik Kavramının Tanımı.....	2
1.2. Girişimcilik ile İlgili Temel Kavramlar	3
1.2.1. Girişim	3
1.2.2. Girişimci	4
1.2.3. Yöneticilik.....	5
1.2.3.1. Yönetici ile Girişimci Arasındaki Farklılıklar	5
1.2.4. Liderlik	7
1.2.5. İşveren.....	8
1.2.6. Tacir	9
1.2.7. Esnaf.....	9
1.2.8. Patron/İşyeri Sahipliği.....	9
1.2.9. Teknisyen.....	10
1.3. Girişimcilik Türleri.....	10
1.3.1. İç Girişimcilik.....	10
1.3.2. Sosyal Girişimcilik	11

1.3.3. Kamu Girişimciliği	12
1.3.4. Eko Girişimcilik	12
1.3.5. Kadın Girişimciliği	13
1.3.6. Dijital Girişimcilik	14
1.3.7. Stratejik Girişimcilik	14
1.3.8. Akademik Girişimcilik	15
BÖLÜM 2: GİRİşİMCİ KİşİLİK ÖZELLİKLERİ VE GİRİşİMCİLİK EğİLİMİ	16
2.1. Kişilik Kavramı.....	16
2.1.1. Kişilik ile İlgili Temel Kavramlar	16
2.1.2. Kişiliği Oluşturan Etmenler.....	16
2.2. Temel Kişilik Kuramları	18
2.2.1. Sigmund Freud’un Kişilik Kuramı	18
2.2.2. Erik H. Erikson’un Kişilik Kuramı	20
2.2.3. Abraham Maslow’un Kişilik Kuramı	21
2.2.4. Beş Etmen Kişilik Kuramı	22
2.3. Girişimcilik Özellikleri	23
2.3.1. Başarı İhtiyacı	24
2.3.2. İçsel Kontrol Odağı.....	24
2.3.3. Belirsizliğe Karşı Tolerans	25
2.3.4. Kendine Güven.....	25
2.3.5. Risk Alma Eğilimi	26
2.3.6. Yenilikçilik.....	26
2.4. Girişimcilik Eğilimi.....	26
2.5. Girişimci Kişilik Yapısını Etkileyen Etmenler.....	30
2.5.1. Aile.....	30
2.5.2. Eğitim.....	31

2.5.3. Kültür.....	32
2.5.4. Çevre Koşulları	32
2.5.5. Kişisel Değerler	33
2.5.6. Yaş ve Cinsiyet	33
2.5.7. İş Deneyimi	34
2.5.8. Rol Modeller	34
2.6. Girişimcilik Süreci	35
2.6.1. Fırsatların Değerlendirilmesi.....	35
2.6.2. İş Planı	37
2.6.3. Kaynakların Sağlanması	38
2.6.4. İşletme Kurma/ Yönetme	39
2.6.5. Girişimcilik İşlevleri	39
2.7. Girişimcilikte Başarı Koşulları.....	40
2.7.1. İş Olanakları.....	40
2.7.2. Uygun Zaman.....	41
2.7.3. Yönetim Becerisi	41
2.7.4. Öz Sermaye ve Kredi Olanakları	41
2.7.5. Risk Sigortası.....	42
2.8. Girişimcilikte Başarısızlık Koşulları.....	43
2.8.1. Kuruluş Yeri Seçim Hatası	43
2.8.2. Rekabet Koşullarının Göz Ardı Edilmesi	43
2.8.3. Yetersiz Sermaye.....	44
2.8.4. Kişisel Yetersizlik.....	45
2.9. Girişimcilik Eğitimi	46
BÖLÜM 3: KUŞAK KAVRAMI VE KURAMLARI.....	48
3.1. Kuşak Kavramı	48
3.2. Kuşak Kuramları.....	48

3.2.1. Batı Dünyasında Kuşak Kuramları	49
3.2.2. Türkiye’deki Çalışmalar	52
3.2.3. Kuşak Kuramlarına Eleştirel Bir Bakış	52
3.3. Temel Kuşaklar ve Özellikleri	53
3.3.1. Kayıp Kuşak.....	54
3.3.2. Gelenekselciler, Gazi Kuşağı ve Sessiz Kuşak.....	54
3.3.3. Bebek Patlaması Kuşağı.....	55
3.3.4. X Kuşağı.....	55
3.3.5. Y Kuşağı.....	57
3.3.6. Z Kuşağı.....	59
3.4. Türkiye Nüfusu İçinde Kuşaklar.....	60
BÖLÜM 4: ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN KUŞAKLAR BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ AÇIKÖĞRETİM SİSTEMİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	62
4.1. Araştırmanın Amacı ve Problemleri.....	62
4.2. Araştırma Modeli.....	63
4.3. Evren ve Örneklem	63
4.3. Veri Toplama Araçları	64
4.4. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi.....	64
4.5. Veri Analizi.....	65
4.5.1. Kişisel Bilgiler	66
4.5.2. Girişimcilik Boyutlarının Belirlenmesinde Faktör Analizi.....	68
4.5.3. Girişimcilik Alt Boyutlarına İlişkin Analizler.....	75
4.5.3.1. Cinsiyete göre farklılıkların belirlenmesi	77
4.5.3.2. Öğrenim düzeyine göre farklılıkların belirlenmesi	77
4.5.3.3. Yabancı dil seviyelerine göre farklılıkların belirlenmesi	78

4.5.3.4. Ailelerin kendi işinin sahibi olması durumuna göre farklılıkların belirlenmesi.....	78
4.5.3.5. Katılımcıların girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılıkların belirlenmesi.....	79
4.5.3.6. Ebeveynlik durumlarına göre farklılıkların belirlenmesi.....	80
4.5.4. Kuşaklar bazında girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi	80
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	82
KAYNAKÇA.....	88
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1. Literatürdeki bazı girişimcilik tanımları	3
Tablo 1.2. Girişimci ve yönetici perspektifi karşılaştırması	6
Tablo 2.2. Psikoseksüel aşamalar	19
Tablo 2.2. Erikson'un kişilik gelişiminin 8 aşaması	20
Tablo 2.3. Beş etmen kişilik faktörleri	23
Tablo 2.4. Girişimcilik eğilimi çalışmaları	27
Tablo 2.6. Girişimcilik sürecinin farklı yönleri	38
Tablo 3.2.1. Dünyada kuşak kuramlarına göre kuşakların sınıflandırılması	51
Tablo 3.3.5. Y kuşağına atfedilen yaş aralıkları	57
Tablo 3.4. Türkiye nüfusu içinde yaş grupları	60
Tablo 4.4. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrenci sayıları	65
Tablo 4.5.1.1. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımları	66
Tablo 4.5.1.2. Öğrencilerin kuşaklara göre dağılımları	66
Tablo 4.5.1.3. Katılımcıların mezuniyet durumlarına göre dağılımları	67
Tablo 4.5.1.4. Kendi işini kuran aile bireyi dağılımları	67
Tablo 4.5.1.5. Girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders alma dağılımı	68
Tablo 4.5.1.6. Katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarına ilişkin dağılımları	68
Tablo 4.5.1.7. Katılımcıların yabancı dil seviyelerine ilişkin dağılımları	68
Tablo 4.5.2. KMO değeri yorumlama tablosu	70
Tablo 4.5.2.1. Faktör analizi için KMO ve Bartlett testi sonuçları	70
Tablo 4.5.2.2. Faktör analizi sonuçları tablosu	71
Tablo 4.5.2.3. Varimax döndürme sonucu faktör yükleri matrisi	72
Tablo 4.5.2.4. Katılımcıların ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları	73
Tablo 4.5.3.1. Girişimci kişilik alt boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler	75
Tablo 4.5.3.2. Girişimcilik düzeyi tablosu	76
Tablo 4.5.3.3. Normallik varsayımı için Kolmogorov-Smirnov testi sonuçları	76
Tablo 4.5.3.4. Girişimcilik boyutları bakımından cinsiyete göre farklılık için Mann-Whitney U testi sonuçları	77
Tablo 4.5.3.5. Girişimcilik boyutları bakımından öğrenim düzeyine göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları	77
Tablo 4.5.3.6. Girişimcilik boyutları bakımından yabancı dil düzeyine göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları	78

Tablo 4.5.3.7. Girişimcilik boyutları bakımından ailelerinin mesleklerine göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları	78
Tablo 4.5.3.8. Katılımcıların girişimcilik boyutları bakımından daha önce girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılaşma sonuçları (Mann-Whitney U testi)	79
Tablo 4.5.3.9. Katılımcıların girişimcilik boyutları bakımından ebeveynlik durumlarına göre farklılaşma sonuçları (Mann-Whitney U testi)	80
Tablo 4.5.4. Girişimcilik boyutları bakımından ait oldukları kuşaklara göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları	80



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Kişiliği oluşturan faktörler	17
Şekil 2.3. Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi	21
Şekil 2.6. Girişimcilik Süreci	35
Şekil 3.2.1. Strauss ve Howe'nin dört temel dönemi	50
Şekil 3.3. Temel kuşaklar	54



KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Bİ	: Başarı İhtiyacı
BKT	: Belirsizliğe Karşı Tolerans
CEO	: Chief Executive Officer
FO	: Farklılık Oluşturma
FÜTZ	: Fırsat, Üstünlük, Tehdit ve Zayıflık Analizi
GEM	: Küresel Girişimcilik Monitörü
İKO	: İçsel Kontrol Odaklılık
KG	: Kendine Güven
KMO	: Kaiser Meyer Olkin
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
MIT	: Massachusetts Teknoloji Enstitüsü
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
RA	: Risk Alma
SWOT	: Strength Weakness Opportunities Threats Analysis
TDK	: Türk Dil Kurumu
YEN	: Yenilikçilik
Yy	: Yüzyıl

GİRİŞ

Girişimcilik ve girişimci kavramları günümüzde sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik, gerekli efor ve zaman sarf edilerek sosyal, fiziksel ve iktisadi risklerin göz önünde bulundurularak finansal bir ödül veya kişisel bir tatmin elde etme amacıyla geliştirme ve üretme sürecidir. Ülkelerin ekonomilerinin can damarlarından biri olan girişimcilik; üretim, kalkınma, istihdam ve gelişim için çok büyük bir öneme sahiptir. Girişimci ise üretim faktörlerini bir araya getirip risk alarak mal veya hizmet üreten kimsedir. Daha basit bir ifadeyle girişimci; girişimde bulunan, iş kuran kimsedir.

Girişimcilik için eğitimin yanında kişilik özelliklerinin de büyük önemi vardır. Bireyler, eğitim ile girişimciliğe yönlendirilebileceği gibi, doğuştan gelen ve yetiştirilme tarzına bağlı oluşan kişisel özelliklere bağlı olarak da girişimci olabilmektedir. Çeşitli zaman dilimlerinde doğan bireylerin farklı yetiştirilme tarzları; farklı sosyal, kültürel ve ekonomik dönemlerin etkisiyle şekillenerek birbirinden ayrılmaktadır. Farklı zaman diliminde doğan bireyler kuşakları oluşturmuş ve her kuşak farklı kişisel özelliklere bürünmüştür.

Bu çalışmada, kuşakların girişimci kişilik özellikleri kuşaklar bağlamında, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencileri örneklemini üzerinden incelenmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde; girişimcilik ve bağlantılı olduğu kavramlar incelenerek bazı girişimcilik türlerinden bahsedilmektedir.

İkinci bölümünde; kişilik kavramı, kişilik kuramları, girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik eğilimi, girişimci kişilik yapısını etkileyen faktörler, girişimcilik süreci ve girişimcilikte başarı ve başarısızlık faktörleri incelenmektedir.

Üçüncü bölümde ise; kuşak kavramı, kuşak kuramları, temel kuşaklar ve özellikleri ve Türkiye nüfusu içerisinde kuşakların dağılımından söz edilmektedir.

Son bölümde ise; Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kuşaklar bağlamında incelenmiştir. Bu bölümde kuşakların girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik düzeyleri araştırılmaktadır. Çalışmada ayrıca katılımcıların cinsiyet, mezuniyet düzeyi, aile bireylerinde kendi işinin sahibi olma durumu, girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders alma, ebeveynlik durumu ve yabancı dil seviyelerine göre de farklılıklar analiz edilmektedir.

BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE KAPSAMI

Bu bölümde genel olarak girişimcilik kavramı, kapsamı ve girişimcilikle ilişkili çeşitli kavramlar ve girişimcilik türleri üzerinde durulacaktır. Bu kavramlar girişim, girişimci, girişimcilik, yöneticilik, liderlik, işveren, tacirlik, esnaf, patron ve teknisyen gibi kavramlardan oluşmaktadır.

1.1 Girişimcilik Kavramının Tanımı

Her ne kadar girişimcilik kavramı günümüzde kullandığımız anlamına 1980’li yıllarda ulaşmış olsa da girişimcilik tarihçesinin 15. yüzyıla kadar dayandırıldığı görülür. 15-16. yüzyıllarda başlayan coğrafi keşifler ve özellikle Amerika kıtasının keşfi ile zenginlik ve gücün artması refaha yönelik adımların başlamasına öncülük etmiştir. Tüm bunların sonrasında rönesans ve reform hareketleriyle bilim, sanat ve özgür düşünce kavramlarının önemi artmış ve sanayi devrimiyle birlikte serbest piyasa girişimciliğinin temelleri atılmıştır (Aracıoğlu vd., 2016, s. 11).

Hemen her kavramda olduğu gibi girişimcilik kavramının da birçok kişi tarafından farklı şekillerde ifade edilmesiyle, birden çok anlamı karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik, bireylerin, gelecekteki mal ve hizmetlerden yararlanmak amacıyla mevcut kaynaklarla sınırlı kalmadan fırsatları yakalama süreci olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer ifade ile girişimcilik bir fikri işe ve işletmeye dönüştürmek olarak tanımlanmıştır (Barringer ve Ireland, 2016, s.28).

Girişimcilik, gerekli çaba ve zaman sarf edilerek fiziksel, sosyal ve ekonomik risklerin göz önünde bulundurulması sonucunda kişisel tatmin ve finansal bir ödül elde etmeyi içeren geliştirme ve değer yaratma süreci olarak da görülebilir (Akpınar, 2009, s. 14).

Kendisi de bir girişimci olan Jean-Baptiste Say girişimciliği yeni şeyler yapabilmek, daha azıyla daha fazlasını yapabilmek ve yeni ya da farklı bir şekilde bir şeyler yaparak daha fazlasını elde edebilmek ve bunun sonucunda mevcut ekonomik süreci değiştirmek olarak tanımlamıştır (Drucker, 2001, s. 19).

Çeşitli kişi ve kurumlar tarafından yapılan girişimcilik ve girişim tanımları Tablo 1.1 de verilmektedir.

Tablo 1.1. Literatürdeki bazı girişimcilik tanımları (Börü, 2006; Vardar, 2018; Barringer ve Ireland, 2016; Hisrich ve Peters, 1998)

Kaynak	Tanımlar
Richard Cantillon	Girişimcilik her türlü serbest meslek sahibi; girişimciler ise sabit gelirli olmayan gelirliler ve gelirinin ne kadar olacağını bilmeden yatırım yaparak risk alan kişilerdir.
Peter Drucker	Yeni iş kurma ve yeni bir iş kurmayı başaran herkes girişimcidir.
GEM	Yeni işlerin kurulması ya da herhangi bir yeni iş kurma girişiminde bulunulması, mevcut işlerin genişletilmesi, yeni iş örgütleri kurulmasıdır.
Joseph Schumpeter	Gelişmenin sürekli kılınıp yeniliklerle desteklenmesi ve harekete geçiricisidir. Yeni üretim teknikleriyle farklılık ortaya koymaktır.
Robert Hisrich	Girişimcilik gereken süreyi ayırarak ve çaba sarf ederek değerli ve farklı bir şey meydana getirme, beraberinde gelen finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenme ve bunun sonucunda erişilen maddi ve bireysel tatmini elde etme sürecidir.
Alfred Marshall	Girişimci mal ve hizmet üretirken yenilikler sunan, üretimi yönlendiren ve risk alan kişidir. Firmanın tüm sorumluluğunu üstlenir, sermaye ve işgücünü koordine eder.
David McClelland	Girişimcilik; başarıya ihtiyacı, güç elde etme ve iyi ilişkiler kurma ihtiyacıdır.
Jeffrey Timmons	Hiçlikten bir şey yaratma ve varlığını sürdürme yeteneğidir.
Michael Morris	Kişi veya grupların farklı kaynakları toplayarak değer yaratma sürecidir.
Hans Landström	Girişimci yenilik yapan ve risk alan kişidir. Her zaman fırsatları gözetler ve bulduğu anda tüm riskleri göze alarak fırsatı değerlendirir.
Maurice Dobb	Girişimci; üretici, işveren ve endüstrinin kaptanıdır.
Albert Otto Hirschman	Girişimci hem yaratıcı hem de birleştirici kişidir.
OECD	Girişimci, elindeki kaynakları en etkili şekilde kullanan ve yeni iş alanları oluşturan kişidir.

Tablo 1.1’deki tanımlar genel olarak değerlendirildiğinde girişimciliğin temelinde yenilik, risk alma, verimlilik ve yaratma gibi öğelerin bulunduğu söylenebilir.

1.2. Girişimcilik ile İlgili Temel Kavramlar

1.2.1. Girişim

Türk Dil Kurumu girişim kavramını “bir işe girişme, teşebbüs etme” biçiminde tanımlamaktadır (TDK, 2019). Girişim, ihtiyaçları karşılamak adına bir pazarı olan ve pazarda fiyatı oluşturan iktisadi mal/hizmetleri ortaya koymak ve sahibine kar sağlamayı amaçlayan finansal, yasal ve örgütsel ve iktisadi özelliğe sahip kuruluştur (Sabuncuoğlu ve Tokol, 2017, s. 4).

Çoğu kez birbirinin yerine kullanılsa da girişim ve işletme ayrı kavramlardır. Girişim/teşebbüs, belirli bir finansal, örgütsel, ekonomik ve yasal özelliğe sahip bir kuruluş iken, işletme daha çok satış mağazası ya da fabrika gibi mal/hizmet üreten teknik

bir birimdir. Örneğin holding bir girişim, onun bünyesinde yer alan fabrika ise bir işletmedir (Dolgun, 2003, s. 4).

Küçük (2005, s.23) ise girişim kavramının işletmeden ayrı tutulduğunu ancak genelde aynı anlama geldiğini; tek farkın girişimin daha geniş bir olgu olduğu ve her ikisinin de üretim faktörlerini bir araya getirmek suretiyle bir mal veya hizmet üretmeyi amaçladıklarını belirtmektedir.

1.2.2. Girişimci

Girişimci kavramı Fransızca “entre (arasında)” ve “prendre (almak)” kelimelerinden türetilmiştir. Bu kavram aslında alıcılar ve satıcılar arasında “risk üstlenen” veya yeni bir girişim başlatmak gibi bir görevi üstlenen insanları tanımlamak için kullanılmaktaydı (Dubrin, 2013). Girişimci bütün üretim faktörlerini bir araya getirip bütünleştirerek bir niyeti uygulanabilir bir işe dönüştürür (Grichnik vd., 2014, s. 311).

İktisatçı bakış açısına göre girişimci; kaynakları, çalışanları, materyalleri ve diğer varlıkları bir araya getirerek; değişiklikler, yenilikler veya yeni bir sistem oluşturan kişi olarak değerlendirilmektedir. Bir psikoloğa göre ise girişimci, tipik olarak denemeye, başarmaya veya belki de başkalarının otoritesinden kaçmaya çalışan kişidir. Bir iş adamına göre; tehdit, saldırgan bir rakip olabileceği gibi diğer yandan bir müttefik, tedarikçi, müşteri veya herkes için değer yaratan biri, yenilikçi bir sistem ile üretim faktörlerinde maliyetleri azaltarak kârı yükselten ve dolayısıyla kendi gelirinin artırmasına yardımcı olabilecek kişidir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 9).

Kısaca girişimci, üretim faktörlerini bir araya getirip yeni bir mal veya hizmet ortaya çıkaran ve risk alan kişidir. Girişimcilerin başlıca amaçları (Küçük, 2005, s. 26):

- İşletmeye gerekli stratejiyi belirleme,
- İşletme yönetim politikalarını belirleme,
- Üretim faktörlerini tedarik etme suretiyle üretim yapma,
- Üretim yöntemlerinde, ürün ve hizmetlerde yenilik (inovasyon) yapma ve daha etkili dağıtım kaynakları bulma,
- İç ve dış çevreyi takip ederek buna uygun tepkiler verme,
- Çevredeki değişimleri sıkı bir şekilde takip etme ve üretime bu teknolojileri uygulayabilme adına temel ve destek faaliyetlerin maliyetlerini düşürüp kalitenin sürekli artırılması ve risklerin karşılanması olarak belirtilmektedir.

1.2.3. Yöneticilik

Yönetici kelimesinin en basit şekilde anlamı yönetme gücünü elinde bulunduran ve yöneten kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (TDK, 2019).

Yöneticilik, yönetim kavramının doğrultusunda yönetim bilgilerini kullanmak suretiyle başkalarıyla birlikte çalışma sonucunda bir iş başarmaktır. Yöneticilik kavramını ifade eden İngilizce’de birçok terim vardır. Bunlar: “manager, administrator, supervisor, executive, CEO, vice president” gibi kelimelerle ifade edilmekte ve genellikle hepsi farklı kademelerde yöneticiler için kullanılmaktadır (Koçel, 2015, s. 85).

Yöneticiler organizasyonlarda çeşitli seviyelerde bulunurlar ve organizasyonların tümünü, bölümleri veya birimlerini yöneten kişiler olarak karşımıza çıkarlar. Yöneticilik kavramı temelde; genel yöneticiler, işlevsel yöneticiler ve ön cephe yöneticileri biçiminde 3 farklı şekilde değerlendirilir. Genel yöneticiler, organizasyonların tüm performansından sorumlu olup organizasyon yapısında yöneticilik şemasında en üstte bulunurlar. İşlevsel yöneticiler ise, organizasyonlarda belirli bir fonksiyondan (planlama, insan kaynakları vb.) sorumlu olup organizasyon yapısında yöneticilik şemasında genel yöneticilerden sonra gelirler. Ön cephe yöneticileri ise yönetici olmayan çalışanları ve ekipleri yönetirler. Yönetim hiyerarşisinin en alt kademesinde bulunurlar (Hill ve McShane, 2008, s. 7).

Yöneticilik kavramını özetlemek gerekirse; başkaları vasıtasıyla amaçlara ulaşma faaliyeti olarak görülebilir. Yöneticiler şirketlerin sahibi olabileceği gibi maaş ile çalışan kişiler de olabilmektedir.

1.2.3.1. Yönetici ile Girişimci Arasındaki Farklılıklar

Yönetici ile girişimci bakış açısı arasındaki farklılıklar 5 ana başlık altında toplanmıştır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 43);

- Stratejik Yönlendirilme
- Fırsat Yakalama ve Değerlendirme
- Kaynakları Değerlendirme
- Kaynakların Kontrolü
- Yönetim Yapısı

Bu başlıklar altında girişimci ve yönetici arasındaki farklılıklar Tablo 1.2’de özetlenmektedir.

Tablo 1.2. Girişimci ve yönetici perspektifi karşılaştırması (Stevenson ve Gumpert, 1985)

Girişimci	Özellikler	Boyutlar	Özellikler	Yönetici
Baskılar				Baskılar
Azalan fırsatlar Hızla değişen: -Teknoloji -Sosyal Değerler -Politik kurallar -Tüketici ekonomisi	Algılanan fırsatlar ile yönlendirme	Stratejik Yönlendirilme	Kontrol edilmiş kaynaklarla yönlendirme	Sosyal Sözleşmeler Performans Ölçme Kriterleri Planlama Sistemleri ve Döngüsü
Aksiyonlarla Yönlendirme Dar karar çerçevesi Risk Yönetimi Daha Az Kişiye Danışma	Kısa Süreli Devrimsel	Fırsat Yakalama ve Değerlendirme	Uzun süreli Evrimsel	Karar Alımda Çok Kişiye Danışma Stratejide Anlaşmaya Varma Risk indirim Uygunluk Yönetimi
Öngörülebilir Kaynak Gereksiniminin Eksikliği Uzun Vadede Kontrol Eksikliği Daha Etkin Kaynak Kullanımı İçin Uluslararası Baskı	Çok kademeli ve her kademede en az seviyede dikkat yöneltme	Kaynakları Değerlendirme	Tek kademeli ve verilen karar sonunda tüm dikkati yöneltme	Risk İndirim Gereksinimi Teşvik Tazminatı Yönetim Devri Sermaye Bütçeleme Sistemleri Resmi Planlama Sistemleri
Artan Kaynak Uzmanlığı İhtiyaca göre Uzun kaynak Ömrü Eskime/Kullanılmaz Olma Riski Her Yeni Girişimdeki Risk Kaynaklara Sürekli Ulaşımındaki Eğilmezlik	Kaynakların Ayrı Ayrı Kullanımı veya Kiralanması	Kaynakların Kontrolü	Kaynaklara Sahip Olma	Güç, Statü ve Finansal Ödüller Koordinasyon Etkinlik Ölçümleri Durgunluk ve Değişim Maliyeti Endüstri Yapıları
Denetlenmeyen Ana Kaynakların Kontrolü Hiyerarşi ile Mücadele Çalışanların Bağımsızlık İsteği	Yatay ve Çoklu İnfomel Bağlantı Yönetim Mimarisi	Yönetim Yapısı	Resmi Hiyerarşi	Yetki ve Sorumlulukların Detaylı bir Şekilde Açıklanma Gereği Organizasyon Kültürü Ödül Sistemleri Yönetim Teorisi

Tablo 1.2 incelendiğinde, temel özellikler olarak girişimci özelliklerinde fırsatları değerlendirme, kısa süreli stratejiler, çoklu kademeler, kaynakların kiralanması ve yatay yönetim mimarisi; yönetici özelliklerinde ise daha belirgin olarak eldeki kaynaklar ile yönlendirme, uzun süreli evrimsel stratejiler, yetkileri elinde bulundurma, kaynaklara sahip olma ve resmi dikey hiyerarşik özellikler görülmektedir.

1.2.4. Liderlik

Liderlik kurumsal hedeflere ulaşmak için ihtiyaç duyulan insanlar arasında güven ve destek sağlama yeteneği olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte literatürde birçok liderlik tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır (Dubrin, 2013, s. 3):

- Bir bireyin ortak bir hedefe ulaşmak için bir grup kişiyi etkilediği bir süreç,
- Başkalarının ortak yönde hareket etmelerine veya yanıt vermelerini sağlayan bir hareket,
- İnsanları ikna ederek etkileyebilme veya bir eylemde örnek olarak kendini takip ettirebilme sanatı,
- Diğerleri üzerinde kontrol ve güç sağlama çabası,
- Amaçlarına giden yolda organizasyonu motive eden ve koordine eden temel dinamik güç,
- Suçu üzerine alma isteği (Efsane Amerikan futbolu oyuncusu Joe Montana'nın tanımı),
- Önce neyin doğru olduğunu bulmak ve sonra insanların size neyin doğru olduğunu açıklamasının aksine, duymak istediklerini söylemek yerine; bulduğu doğruyu açıklamak biçimindedir.

Tanımlardan da anlaşılabileceği gibi; liderler sadece yüksek pozisyonlarda bulunan kişiler değil, aksine resmi olarak atanmadan da organizasyonların her kademesinde bulunabilen kişilerdir.

Takipçisi olan kişiye lider adı verilir. Liderlik ise; liderin sahip olduğu bir pozisyonu ifade eder. Liderlerin kişisel özellikleri de takipçilerini etkileyebilmesi açısından bazı belirgin özellikler içermelidir. Bunlar:

- Kendine güven,
- Farklı görüşlere açıklık,

- İleri görüşlülük,
- Yaratıcılık,
- İletişim becerilerinin güçlü olması,
- Duygu karmaşası yaşamazlar (nevrotik değildirler),
- Sorumluluk sahibidirler ve inisiyatif alabilirler,
- Bilgili olmak,
- Zeki olmak,
- Etik, ahlaklı, güvenilir ve dürüst olmak biçiminde sıralanabilir.

Liderliğin yetenekleri genellikle doğuştan gelmektedir. Doğuştan gelen bu yeteneklerin üzerine bilgi ve öğrenilen yetenekler inşa edilerek sağlam ve köklü bir liderlik kurulabilir.

Liderlik ve girişimcilik birbirine birçok yönden benzeyen kavramlardır ve genel olarak ikisinin de takipçileri vardır. Başarmak için sonuna kadar çalışmak, hedeflerine giden yolda çok çalışıp doğru kararlar verebilmek iki kavramın da ortak özelliğidir (Akpınar, 2009, s. 27).

1.2.5. İşveren

İşveren, işçileri ücret ile çalıştıran gerçek veya tüzel kişidir (TDK, 2019). Türkiye Cumhuriyeti İş Kanunu'na göre; bir iş sözleşmesine dayanarak çalışan gerçek kişiye işçi, işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişiye yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlara işveren adı verilir.

İş Kanunu'na göre; işverenlik kavramı asıl işverenlik ve alt işverenlik biçiminde iki başlık altında toplanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti 4857 sayılı İş Kanunu Alt İşverenlik Yönetmeliği Birinci bölümüne göre;

“Bir işverenden, işyerinde yürütülen mal veya hizmet üretimine ilişkin yardımcı işlerde veya asıl işin bir bölümünde işletmenin ve işin gereği ile teknolojik nedenlerle uzmanlık gerektiren işlerde iş alan, bu iş için görevlendirdiği işçilerini sadece bu işyerinde aldığı işte çalıştıran gerçek veya tüzel kişi, yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlara alt işveren; işyerinde yürüttüğü mal veya hizmet üretimine ilişkin yardımcı işleri veya asıl işin bir bölümünde işletmenin ve işin gereği ile teknolojik nedenlerle uzmanlık gerektiren işleri diğer işverene veren, asıl işte kendisi de işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişi, yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlara asıl işveren denir”.

1.2.6. Tacir

Kısmi de olsa bir işletmeyi kendisi adına işleten kişiye tacir denilmektedir. Bir kişinin tacir sayılabilmesi için gerekli şartlar;

- Ticari bir işletmenin var olması,
- Var olan bu işletmenin kısmen de olsa işletiliyor olması,
- İşletmenin faaliyetlerinin tacir sayılan kişinin kendi adına olması,
- İşletmenin ekonomik faaliyetleri fiziksel çalışmadan çok nakdi sermayesinin olması,
- İşletmenin kazancı, işletme sahibinin geçimini sağlamasına yetecek miktardan fazla olması biçiminde sıralanabilir (Küçük, 2005, s. 29)

Bunların yanında kişi işletmesini kurduğunu veya açtığını çeşitli yayın araçları aracılığıyla kamuoyuna bildirdiği halde fiilen işletme faaliyetlerine başlamamış olsa dahi tacir olarak sayılmaktadır (Küçük, 2005, s. 29).

1.2.7. Esnaf

Türk Ticaret Kanunu'nun 15. maddesine göre “esnaf; seyyar veya sabit bir dükkânda yahut sokağın belirli bir noktasında sabit bulunsun ekonomik faaliyetleri bedeni çalışması sermayesinden fazla olan, geliri on birinci maddenin ikinci fıkrasında belirtilen düzeyi aşmayan sanat ve ticaret erbaplarıdır” (TTK, 2011). Esnaf olarak tanımlanan kişilerin bütün sermayesi emeğine dayalı olup hayatını kendi emeğine göre kazanmaktadır. Esnafın girişimci ile farkı geçinecek kadar sermayesi ve gücü olmasıdır. Yenilik ve gelişmeye açık olmak girişimcilerin temel özellikleridir ve bu özellikler esnafalarda sıklıkla aranan özellikler değildir (Akpınar, 2009, s. 26).

1.2.8. Patron/İşyeri Sahipliği

Patron veya işyeri sahipliği kişiye birçok sorumluluk yükleyen bir kavram olmayıp işletmenin mülkiyetine sahip olmak yeterlidir. Herhangi bir işletmenin tümüne ya da belirli bir miktar hissesine sahip olan herkes patron olarak tanımlanabilir (Küçük, 2005, s. 29).

Girişimcilik ise; işletme sahibi olmak gibi el değiştiren veya mülkiyet bazlı bir kavram olmayıp, yenilikten, risk almaktan ve ileriye yönelik adımlar atmaktan kaçınan patron veya işyeri sahipleri girişimci olarak nitelendirilmemektedir (Müftüoğlu, 2013).

1.2.9. Teknisyen

Yeni bir iş kuran kişi, girişimci, yönetici ve teknisyen gibi üç özelliği taşıdığı durumlarda yüksek bir yetkinliğe sahip olduğu söylenebilir. Girişimciler yeni alanlara girebilen, yenilikçi ve yaratıcı olan, yöneticiler faaliyetleri kontrol edebilen, teknisyen ise fiziksel olarak işleri yapabilen kişilerdir. Kısaca girişimci hayal eder, yönetici bu hayalleri şekillendirir ve süsler, teknisyen ise gerçekleştirir. (Gerber, 1995, s. 26).

1.3. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik kavramı, tarihsel süreç içinde, büyük bir değişim göstermiştir. Son 20 yılda girişimcilik literatürüne birçok girişimcilik türü katılmıştır. Bunlardan bazıları; iç girişimcilik, sosyal girişimcilik, kamu girişimciliği, eko girişimcilik, kadın girişimciliği, dijital girişimcilik, stratejik girişimcilik ve akademik girişimcilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Ortaya atılan bu kavramların değişen dünya düzenindeki oluşumları en basit seviyede açıklayabilmek ile bağlantılı olduğu söylenebilir.

1.3.1. İç Girişimcilik

Dünya pazarının hızla değişen yapısı göz önüne alındığında, birçok büyük organizasyon geçmişe göre daha fazla yenilikçi ve esnek olmaları gerektiğini anlamıştır. İşletmeler özellikle 21. yüzyıl şirketleri ile rekabet edebilmek ve hayatta kalabilmek için radikal yenilikler yapmak zorundadır. Bu konuda işletmelerin karşılaşacakları temel zorluk sadece anlık değil sürekli olarak kendilerini ve endüstrilerini yeniden keşfetmeleri olacaktır. Bunu başarmanın bir yolu da girişimci küçük işletmelerin güçleri (yaratıcılık, esneklik, yenilikçilik, pazara yakınlık, vb.) ile büyük organizasyonların pazar gücü ve finansal kaynaklarını birleştirmek olacaktır. Bu kavram literatürde iç girişimcilik olarak geçmektedir (Kirby, 2003, s. 300). İç girişimcilikte amaç organizasyon içerisinde yeni bir girişim başlatmak, organizasyonun misyonunu yenileyerek onun hayatta kalabilmesi ve diğer işletmelerle rekabet edebilmesi için organizasyonu dönüştürmektir (Soyşekerci, 2012, s. 129-130).

İç girişimcilik ve geleneksel girişimciliğin çoğu özelliği birbirine benzerdir. Bunlar (Kirby, 2003, s. 300);

- Yeniliğe odaklanma (yeni ürünler, işlemler veya yönetim metodu),
- Katma değerli mal ve/veya hizmet üretimine odaklanma,
- Riskli faaliyetlere yatırım yapma gereksinimi biçiminde sıralanabilir.

Literatürde bu özelliklerin yanında bazı farklı özelliklerden de söz edilmektedir. Bunlar aşağıdaki biçimde sıralanabilir (Karadal, 2016, s. 279):

- İç girişimcilik canlandırıcı ve kuvvet verici; girişimcilik ise geliştirici bir yapıdadır.
- Girişimcilikte en büyük tehdit pazar iken iç girişimcilikte ise kurumsal kültürdür.
- Finansal kaynaklar girişimci için kısıtlı olmasına karşın iç girişimci için finans kısıtlamasının kaldırılması çok önemlidir.

Etkin iç girişimcilik davranışları organizasyonlara büyük bir rekabet üstünlüğü sağlar. Bu bakımdan organizasyonlarda iç girişimciliği güçlendirmek için yeni fikirler desteklenmeli, iç girişimcilik potansiyeli olan kişiler belirlenmeli, kurumsal kültür engelleri ortadan kaldırılmalı, yetki ve sorumluluk verilmeli, başarısızlıklar hoş görülmeli ve başarılar mutlak surette ödüllendirilmelidir (Karadal, 2016, s. 280).

1.3.2. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik kavramı ilk kez 1953 yılında yayımlanan Bowen'ın "Girişimcilerin Sosyal Sorumlulukları" isimli kitabında ortaya atılmıştır. Bowen'a göre; girişimciler toplumun değerleriyle örtüşmekte olan sosyal faaliyetler ile ilgilenmeli ve bu faaliyetleri desteklemelidirler (Karadal, 2016, s. 294). Ancak Bowen'ın sosyal girişimcilik kavramını ortaya atmasından sonra bu kavram üzerinde bir uzlaşıya varılamamıştır. Bu yüzden literatürde sosyal girişimcilik kavramı 4 farklı grupta incelenmektedir (Besler, 2010, s. 9). Bunlar:

- Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar,
- Kar Amacı Güden Sosyal Kuruluşlar,
- Kar Amacı Güden Kuruluşlar,
- Tüm Sektörler biçiminde sıralanabilir

Birinci gruba göre sosyal girişimcilik, kâr amacı gütmeyen kuruluşların gelir kazanmak için yenilikçi faaliyetler geliştirmesi olarak belirtilmektedir (Thompson, 2002). Bu tanım ışığında kâr amacı gütmeyen bütün kuruluşları sosyal girişimci olarak kabul etmenin de yanlış olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü her kâr amacı gütmeyen organizasyon sosyal girişimcilik özellikleri göstermemektedir (Weerawardena ve Mort, 2006, s. 22).

İkinci gruba göre sosyal girişimcilik, kar amacı güden sosyal kuruluşların sosyal bir amaç uğruna yenilikçi faaliyetlerde bulunması olarak açıklanmıştır. Buna örnek olarak hastaneler gösterilmiştir (Dees ve Anderson, 2003).

Üçüncü gruba göre sosyal girişimcilik, kar amacı güden kuruluşların sosyal sermaye oluşturmak için yenilikçi faaliyetlerde bulunmaları olarak açıklanmaktadır. Bu görüşe göre; sosyal sermaye yaratan ve kar amacı güden kuruluşlar sosyal girişimcidir (Thompson, Alvy ve Lees, 2000). Buna örnek olarak bir mobilya işletmesinin kar amacı güden bir kuruluş olmasına rağmen doğrudan sosyal bir amaca hizmet etmemesi gösterilebilir. Bu mobilya işletmesi ancak sosyal sermaye oluşturmak için yenilikçi faaliyetlerde bulunduğu takdirde, sosyal girişimci olarak kabul edilebilir.

Dördüncü gruba göre sosyal girişimcilik ise; tüm sektörlerdeki kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen bütün kamusal sektörlerde gerçekleşebilen yenilikçi ve sosyal değer yaratan faaliyetler olarak açıklanmaktadır (Besler, 2010, s. 10).

1.3.3. Kamu Girişimciliği

Girişimde kamu kaynakları, yetkisi, çalışanları kullanılıyor ise bu girişimcilik türüne kamu girişimciliği denilmektedir (Chicken, 2002, s. 41). Kamu kurum ve kuruluşlarının toplumsal, ekonomik, politik ve yasal konularda belirgin ekonomik girişimlere sahip olmalarına rağmen girişimci olarak tanımlanamamaktadır. Bunun sebebi olarak aşağıdaki unsurlar gösterilmektedir (Küçük, 2005, s. 33):

- Devletin hizmet karşılığında vergi alması,
- Kamu kurum ve kuruluşlarının kar veya zararlarının kuruluşu kuranlar yerine devlete ait olması,
- Devletin, zarar etmesine rağmen, bazı kamu kurum ve kuruluşlarının çalışmasına izin vermesi,
- Bazı kamu girişimlerinin kuruluş yasalarında bu girişimlerin devlet malı sayılması ve bu malların haczedilemeyeceği hükmünün geçmesi nedeniyle girişimcilik doğasındaki risk faktörünün ortadan kalkmasıdır.

1.3.4. Eko Girişimcilik

Sürdürülebilir girişimcilik, son yıllarda işletmelerin sosyal ve çevresel faktörleri daha fazla dikkate alma konusunda desteklemeyi amaçlayan küresel bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir girişimcilik kapsamında “eko girişimcilik” veya diğer

adıyla “yeşil girişimcilik” kavramlarının literatüre girdiği görülmektedir. Bazı yazarlar tarafından eko girişimciler olarak da adlandırılan yeşil girişimciler, temelde işlerine güçlü bir şekilde “yeşil değerlerle sürdürülebilirlik” ilkesine dayanarak başlayan ve yeşil mal veya hizmetleri sunan kimselerdir (Silajdžić, Kurtagić, ve Vučijak, 2015, s. 377).

Genel olarak eko girişimcilik, çevre ve girişimciliğin ortak bir ürünü biçiminde ortaya çıkmaktadır. Eko girişimcilikte amaç bir taraftan mal veya hizmet üretirken diğer taraftan da olumlu çevresel sonuçlar sağlamaktır (Uslu, Hancıoğlu ve Demir, 2015).

1.3.5. Kadın Girişimciliği

Kadınlar günümüzde dünya nüfusunda önemli bir yere sahiptir. Erkek egemen iş kültürünün yaygın olduğu dünyada, kadın girişimcilerin sayısı da hızla artmaktadır. Devlet teşvikleri, hane halklarını, ilkel aileden uzaklaşan ve kadınların ekonomik özgürlük kazanmalarına yol açan bir yapı haline getirmiştir. Kadınların “ev hanımı olmaları algısı”, günümüzde yerini kadınların başarılı bir şekilde iş hayatına atılımları algısına bırakmıştır (Özsungur, 2019).

Literatürde yer alan kadın girişimciliği ile ilgili öne çıkan hususlar şunlardır (Bedük, 2005, s. 111):

- Ev sınırları dışında kendi şahsına ait bir işyeri bulunan kadın,
- Bir ürün veya hizmetin üretim, dağıtım, pazarlama ve satışını yapan veya yaptıran kadın,
- İşi ile ilgili olarak etkileşim içinde bulunulacak kadın,
- Bir iş sürecinde yönetim fonksiyonlarını kullanan, işin geliştirilmesi veya bitirilmesine karar veren kadın,
- Bir işten kazanılan paranın kullanımında söz sahibi olan kadın,
- İşveren, yani bir işletmenin idari ve hukuki sorumluluklarını üstlenmiş ve işin başında olan kadın
- Piyasada hesaplanmış riskleri göze alarak mal veya hizmet üreten, tek başına çalışan ya da yanında işgören istihdam eden kadın biçiminde belirtilmiştir.

Tanımlar genel olarak incelendiğinde; kadın girişimciliği, girişimcilik ile aynı özelliklere sahip olmakla beraber tek farkın, girişimci kişinin cinsiyet olarak kadın olması olarak belirtilebilir. Hızla değişen dünyada kadınlar iş hayatında yoğun bir şekilde yer

almaya devam etmektedir. Böylece kadın girişimciliği kavramı da gün geçtikçe önem kazanmaya devam etmektedir.

1.3.6. Dijital Girişimcilik

Dijital girişimcilik, dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına dayalı bir fırsat arayışı olarak görülmektedir (Davidson ve Vaast, 2010, s. 2). Bir diğer ifadeyle dijital girişimcilik, yeni teknolojik araçların (internet, bilişim teknolojileri, vb.) iş için kullanıldığı bir girişimcilik alanıdır (Rashidi, Sani ve Rezaei, 2013, s. 1). Dijital girişimcilik bilgi alışverişinde, transferinde ve edinilmesinde kolaylık sağlarken, aynı zamanda iş yapmanın yeni yollarını başlatır. Web tabanlı platformlar ile karşılıklı işlemleri mümkün kılmaktadır. Yeni ürün ve hizmet teklifleri üretip, benzersiz kaynak kombinasyonlarına izin verdiği için dijital girişimcilik; ekonominin birçok sektöründe giderek yaygınlaşmıştır (Geissinger, vd. , 2019, s. 877).

Dijital girişimcilik; pazara girişin, üretim ve depolamanın daha kolay olması; dağıtımın daha hızlı yapılması; işyeri olarak fiziksel bir mekanın bulunmaması; örgütsel bağlılığın daha zor olması; iletişimin dijital ve bilgisayar teknolojileri ile sağlanması ve organizasyon yapısının esnek ve işbirliğine yatkın olması gibi özellikleriyle geleneksel girişimcilikten ayrılmaktadır (Kişi, 2018, s. 392). Son 20 yılda dijital girişimcilik faaliyetleri hızlı bir şekilde artarak dünyada ve ülkemizde önem kazanmaya devam etmektedir. Netflix, Facebook, Google, Airbnb, WeChat, Societyone, Alibaba, Uber, Amazon, Yemeksepeti, Onedio, Sahibinden vb. gibi birçok işletme başarılı dijital girişimcilik örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Cezayirlioğlu, 2015).

1.3.7. Stratejik Girişimcilik

Stratejik girişimcilik; girişimci (fırsat arama davranışı) ve stratejik (avantaj arama) bakış açılarının değer veya zenginlik yaratmak için tasarlanmış eylemler geliştirme ve harekete geçme konusunda bütünleşmesi biçiminde tanımlanmaktadır (Hitt, vd., 2001, s. 481). Bir başka görüşe göre stratejik girişimcilik; organizasyonların, pazarların ve teknolojilerin her geçen gün değişen küresel pazarın bugün ve gelecekteki rekabet avantajlarını geliştirerek, örgütsel yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlayan bir kavramdır (Yılmaz ve Görmüş, 2012, s. 4485). Stratejik girişim, işletmeler için hem verimlilik hem de etkinlik odaklı yenilik biçimlerinin farklı bir bileşiminin geliştirilmesine öncülük eder ve işletmeler için sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratmanın temelini oluşturur (Ireland ve Webb, 2007, s. 50). Bir diğer ifadeyle stratejik girişimcilik; uzun dönemde

yaşamını devam ettirebilme, sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlama ve ortalamanın üzerinde kar elde etmeye yönelik bir bakışla gerçekleştirilen, sosyal ve ekonomik değişimler ile değer yaratmak amaçlı eylemler olarak tanımlanabilir (Altuntaş, 2014, s. 2).

Etkili bir stratejik girişimcilik modeli, sürekli değişen küresel pazarda karşılaşılan önemli çevresel değişiklikler ve zorluklara rağmen; işletmelerin pazar konumlarını sağlam bir biçimde korumasına önemli bir katkıda bulunmaktadır (Ireland ve Webb, 2007, s. 50).

1.3.8. Akademik Girişimcilik

Akademik girişimcilik, üniversitelerin ve onların endüstri paydaşlarının, fakülte araştırmalarının sonuçlarını ticarileştirme umuduyla üstlendikleri çaba ve faaliyetleri ifade eden bir terimdir (O'Shea, vd., 2004; Wood, 2011, s. 153). Akademik girişimciliğin ardındaki temel güç, üniversiteler içinde çok çeşitli bilimsel araştırmaların yapılması ve araştırma sonuçlarından bazılarında bu üniversiteler için gelir getirebilecek ticari uygulamalar olabilmesidir. Girişimcilik faaliyeti için katalizör görevi gören ve aynı zamanda gelir getirici elemanlar olarak hareket eden üniversitelere yönelik bu eğilim, akademik girişimcilik olgusunun merkezinde yer almaktadır (Chrisman, Hynes ve Fraser, 1995; Etzkowitz, 1998; Shane, 2004; Wood, 2011, s. 153-154).

Cansız (2016) akademik girişimciliği, üniversitelerde üretilen bilgi transfer faaliyetlerinden akademisyenlerin şirket kurma faaliyetlerine kadar geniş bir bakış açısından bakıldığını belirtmekte ve kitabında akademik girişimcilik kavramını akademisyenlerin şirket kurmaları açıklamasını temel alarak sunmaktadır. Cansız'a göre; özellikle son 10 yılda ülkemizde de akademik girişimcilik örneklerinin arttığı, üniversitelerde teknoparkların kurulduğu ve çeşitli patentlerin alındığı görülmektedir. Dolayısıyla her geçen yıl üniversitelerde bulunan teknoparkların öneminin ve üniversiteler için getirilerinin de aynı oranda arttığını söylemek mümkündür.

BÖLÜM 2: GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Bu bölümde girişimcilerin kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri üzerinde durulmakta ve konu ile ilgili kişilik kavramı, temel kişilik kuramları, girişimcilik özellikleri, girişimcilik eğilimi, girişimci kişilik yapısını etkileyen faktörler, girişimcilikte başarı-başarısızlık koşulları ve girişimcilik eğitimi ile ilgili bilgiler paylaşılmaktadır.

2.1. Kişilik Kavramı

Kişilik kavramı ile ilgili geçmişten günümüze birçok tanım yapılmış olmasına rağmen ortak bir tanım oluşturma konusunda zorluklar yaşanmıştır. Bilimselliğe en yakın olarak belirtilen tanım kişiliği; bireyin diğer bireyler arasında sergilediği davranışlar bütünü şeklinde açıklamaktadır. Psikologlara göre kişilik bireyin ayırt edici ve özel davranışlarını içermektedir (Morgan, 1991, s. 311). Bir diğer ifade ile kişilik, bir kişinin davranışını bir zamandan diğerine tutarlı kılan ve diğer insanların benzer durumlarda ortaya koyabileceği davranışlardan farklı olarak az veya çok kararlı davranışlardır (Child, 1968, s. 83).

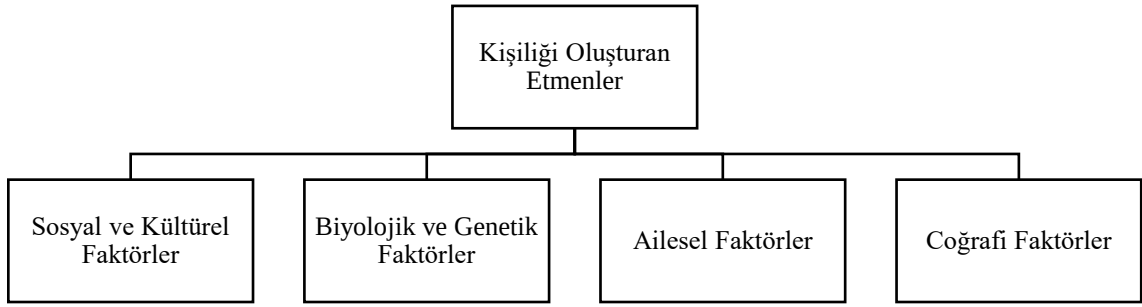
2.1.1. Kişilik ile İlgili Temel Kavramlar

Kişilik ile ilgili 4 ana temel kavram bulunmaktadır. Bunlar; durağanlık, tutarlılık, benzersizlik ve içsellik biçiminde belirtilebilir. Durağanlık, kişiliğin her durumda aynı şekilde tutarlı olması ve uzun dönemde sabit kalması özelliğini belirtmektedir. Kişi, davranış ve tutumlarında düzenli eylemler gösterir. Kişilik zaman içinde nispeten sabit veya değişmeden kalır. Kişilik zaman içinde sabit kalırsa ve kişilik davranışını belirlerse, insanların uygun bir şekilde tutarlı davranması beklenir. Bir diğer ifade ile kişilik, bireyin farklı ortam ve durumlarda dahi benzer davranışlar göstermesi olarak açıklanmaktadır (Eysenck, 2004, s. 445).

Farklı insanların benzer durumlarda farklı davranışlarına yol açan önemli bireysel özellikler vardır. Benzersizlik veya biriciklik olarak da bilinen bu kavram bireyin davranış ve tutumlarının diğer insanlardan farklı oluşunu açıklamaktadır. (Özkalp ve Kirel, 2010, s. 72-75).

2.1.2. Kişiliği Oluşturan Etmenler

Kişiliği oluşturan temel faktörler literatürde dört grupta sınıflandırılmaktadır (Bkz. Şekil 2.1).



Şekil 2.1. Kişiliği oluşturan faktörler (Özkalp ve Kirel, 2010, s. 75; Develioğlu ve Tekin, 2013, s. 17)

Şekil 2.1’de de görüldüğü gibi kişilik; sosyal ve kültürel faktörler, biyolojik ve genetik faktörler, ailesel faktörler ve coğrafi faktörlerin etkileri sonucu oluşmaktadır:

- **Sosyal ve Kültürel Faktörler:** Sosyal ve kültürel faktörler bireyin grup veya kurumlar arası etkileşimi sonucu oluşur. Kişisel olarak öğrenilen bilgilerde sosyo-kültürel faktörlerin büyük etkileri olmaktadır. İçinde yaşadığımız toplum buna güzel bir örnektir. McCrae ve arkadaşları, sosyal ve kültürel faktörlerin kültürü etkilediğini kabul etmekte ve bunun yanında nevrotiklik, dışa vurum, açıklık, anlaşılabilirlik ve vicdanlılık gibi kültürden bağımsız temel eğilimlerin de etkili olduğunu savunmaktadır (McCrae, vd., 2000, s. 181; Roach, 2006, s. 80; Özkalp ve Kirel, 2010, s. 76).
- **Biyolojik ve Genetik Faktörler:** Genetik biliminin gelişmesiyle birlikte biyolojik ve genetik faktörlerin bireyin genleri vasıtasıyla taşıdığı kişisel özelliklerin (uzun, kısa, zayıf, şişman, vb.) davranışlarına ve kişiliğine etki ettiği bilim insanları tarafından gözlenmiştir (Plomin ve Nesselroade, 2000, s. 191-192; Penke, Denissen ve Miller, 2007, s. 553).
- **Ailesel Faktörler:** Her ne kadar kişilik ve faktörleri alanında çok fazla araştırma yapılmış olmasına rağmen, bu çalışmalardan çok azı ailesel faktörleri kişiliği etkileyen faktörler arasına koymuştur. Çalışmalara göre, bir çocuğun kişilik özelliklerinin kızlarda annelere, erkeklerde babalara benzemekte olduğu belirlenmiştir. Bu da ailesel faktörlerin açıkça kişilik oluşumunu etkilediğini belirtmektedir (Hoffeditz, 1934, s. 214).
- **Coğrafi Faktörler:** Coğrafi faktörlerin kişiliği etkileyen etmenler arasında önemli bir yeri vardır. Coğrafi koşulların doğrudan etkilerinin yanı sıra dolaylı etkileri de yadsınamaz düzeyde fazladır. Bunun nedeni kültürlerin ve grupların yaşadıkları coğrafi koşullardan büyük ölçüde etkilenmeleridir.

Buna örnek olarak kıyı kesiminde ılık iklimde yaşayan kişiler ile iç kesimlerde yaşayan soğuk iklimlerdeki insanlar gösterilebilir. Kıyı bölgelerdeki ılık iklimde yaşayan bireyler daha yumuşak ve sıcak kişiliklere sahipken; iç bölgelerdeki soğuk iklimde yaşayan bireyler daha sert ve mesafeli kişilik yapılarına sahiptirler (Koptagel-İlal, 1982, s. 283).

2.2. Temel Kişilik Kuramları

Kişilik kavramının kabul olmuş evrensel bir kuramı bulunmamakla birlikte bazı araştırmacıların yaptığı çalışmalar ışığında sunduğu kuramlar literatüre önemli katkılar sağlamıştır. Kişilik kavramının bu tarihsel süreci incelendiğinde tarihsel olarak önemli olan tanımlar Sigmund Freud'un psikoanalitik ve psikodinamik teorisi (davranışın bilinçdışı belirleyicileri), Abraham Maslow'un hümanistik teorisinden (kendini gerçekleştirme) gelmektedir (Luthans, 2011, s. 126). Kişilik kavramının açıklanmasında birçok çalışma yapılmasına karşın literatürde ortak olarak kabul edilmiş bir sınıflama bulunmamaktadır. Bu çalışmada literatürde sıkça kullanılan, Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı, Erik H. Erikson'un Kişilik Kuramı, Abraham Maslow'un Kişilik Kuramı ve Beş Etmen Kişilik Kuramı incelenmektedir.

2.2.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı

Kişilik kuramlarından kapsamlı ilk çalışma, 100 yıl kadar önce, Sigmund Freud tarafından yapılmıştır. Psikoanalitik kuramın kurucusu olan Freud, zihni bir buzdağına benzettiği kuramında; buzdağının su üstünde kalan görünen kısmını düşünce ve algıların oluşturduğu; buzdağının altındaki görünmeyen kısmında ise anılar, bilgi dağarcığı, tutkular, korkular, mantık dışı istekler ve hislerin bulunduğunu belirtmiştir (Henman, 2012, s. 2). Freud, psikoanalitik kuramında zihnin üç temel kavramdan oluştuğunu belirtmiştir. Bu kavramları oluşturan modeli ise "Yapısal Model" olarak tanımlamıştır. Bu model, ego, id ve süper ego kavramlarından oluşmaktadır.

Yapısal model; ego, id ve süper egonun isteklerini kontrol etmek ve dış etkenlerden gelen uyarılara uygun karşılık vermek için savunma mekanizmasını kullanmaktadır (Aslan, 2008, s. 9). İd, doğumdan itibaren mevcut olan tek kişilik bileşenidir. Bu nedenle, tüm içgüdüleri ve toplam psişik enerji arzını içerir. İd tamamen bilinç dışıdır ve "kişiliğimizin karanlık, erişilemez kısmını yani kaosu, içten gelen heyecanlarla dolu bir kazan" ifadesini temsil etmektedir. Yaklaşık 6 ila 8 aylıkken başlayarak, ego id'in dışında gelişmeye başlar. Ego oluşumunda bu dönemde bebek özellikle kendi vücudunun

kendinin ve kendinin olmayan özelliklerin ayrımını yapmasını sağlar. Kısaca ego kişiliğin düzenleyici, dengeleyici ve uyum sağlayıcı bir parçası olarak görülmektedir. Son olarak kişiliğin ahlaki yönünü yansıtan süper ego ise kişinin davranışlarının doğru olup olmamasına karar vermesi ve bu kararlar doğrultusunda toplum tarafından ortak kabul görmüş değer yargılarına göre hareket etmesini sağlamaktadır. Süper ego aile desteği ile gelişip, ödül ve cezalar ile pekiştirilmektedir. İd, ego ve süper ego bölümleri bir bütün oluşturarak kişiliği oluşturur (Özdemir, vd., 2012, s. 570).

Freud’a göre bir bebeğin kişiliği beş farklı aşamada gelişmektedir. Bu aşamalar ise psikoseksüel aşamalar olarak adlandırılmıştır. Bu psikoseksüel aşamalar Tablo 2.2 de gösterilmektedir.

Tablo 2.2. Psikoseksüel aşamalar (Ewen, 2014, s. 28)

Aşama	Yaş Aralığı	Kişilik Özellikleri
Oral Dönem	0-1	Yemek yemek gibi ağız yönlü davranışlar
Anal Dönem	1-3	Düzenlilik, Öncelikli olma, İnatçılık (ve karşıtları)
Fallik Dönem	2-6	Kibir, Gurur, Umursamazlık
Latens Dönem	6-11	
Genital Dönem	11+	Başkalarına daha içten bir ilgi, Etkili yüceltmeler, Gerçekçi zevkler

Tablo 2.2’de görüldüğü üzere psikoseksüel aşamalar temelde 5 dönemden oluşmaktadır. Bu aşamalar genellikle bebeğin doğumu ile başlayıp yemek yeme gibi doğuştan gelen içgüdülerle başlar ve ilerleyen dönemlerde inatçılık, kibir, ilgi ve gerçekçi zevkler gibi özelliklerin kazanımı ile devam eder.

İlk dört dönem olan oral, anal ve fallik dönem Freud’a göre çok önemli olmakla birlikte kişiliğin gelişiminde önemli katkıları olan dönemler oldukları düşünülmektedir. Bebekler bu dönemlerde birçok temel kişilik özelliklerini geliştirir. Bu dönemlerden herhangi birinde fazla doyum veya fazla engelleme yaşanması durumunda bu dönemlerin herhangi birine saplantı oluşabilmekte ve birey o döneme ait kişisel özellikleri sergileyebilmektedir (Özdemir, vd. , 2012, s. 571).

2.2.2. Erik H. Erikson'un Kişilik Kuramı

Erik Homburger Erikson egonun insan gelişimindeki yerine ayrı bir önem veren Alman psikologdur. Erikson'un kuramı, Freud'un egoya bakış açısına ilavelerle birlikte daha serbest bir yaklaşımla oluşturulmuş kuramdır. Freud egoyu, güçlü id kavramının altında hizmet eden zayıf bir kurum olarak görmüştür. Freud'un görüşüne göre, ego işleyişi öncelikle bir kişinin biyolojik ihtiyaçlarını karşılama veya id'in dürtüsünü kontrol altında tutma ile ilgilidir. Bu düşüncenin aksine Erikson, egonun kimlik oluşumunun olumlu işleyişi ve büyümesi üzerinde durmuştur. Erikson'a göre ego, kişinin kimliğini oluşturma ve çevresel anlamda tatmin edici ihtiyaçlara yönelik hedefleri gerçekleştirmeye çalışan kişiliğin güçlü ve bağımsız bir parçasıdır. Bu çalışmalar sonucunda Erikson'un çalışması ego psikolojisi adını almıştır (Ryckman, 2006, s. 177).

Erikson kişilik gelişiminde 8 aşama olduğunu varsaymıştır. İlk dört aşama Freud'un oral, anal, fallik ve latens dönemleri ile benzer olmasına rağmen Erikson, Freud'un bu aşamalarındaki ihtilaflarındaki cinsel temellerinin yerine kişinin sosyal deneyimlerinin üzerinde durmuştur. Diğer dört aşama ise Freud'un kişilik kuramı ile bağlantılı değildir.

Tablo 2.2. Erikson'un kişilik gelişiminin 8 aşaması (Ryckman, 2006, s. 180)

Aşama	Yaş Aralığı	Benlik Krizi	Benlik Gücü
Oral-Duyu Dönemi	0-1	Güvene karşı güvensizlik	Umut
Masküler-Anal Dönem	2-3	Özerkliğe karşı utanma ve şüphecilik	İstek
Lokomotor-Jenital Dönem	4-5	Girişime karşı suçluluk duygusu	Amaç
Latens Dönem	6-12	Başarıya karşı Aşağılık Duygusu	Yetkinlik
Ergenlik Dönemi	13-19	Kimlik kazanmaya karşı rol karmaşası	Bağlılık
Genç Yetişkinlik	20-24	Samimiyete karşı Soyutlanma	Aşk
Yetişkinlik	25-64	Üretkenliğe Karşı Durgunluk	İlgi
Yaşlılık	65+	Benlik bütünlüğüne karşı Umutsuzluk	Bilgelik

Erikson'un kişilik gelişim tablosu incelendiğinde (bkz. Tablo 2.2) kişilik oluşumunda ömür boyu süren bir gelişim görülmektedir. Bu gelişimde sosyal çevrenin etkileri oldukça önemlidir. Tablo 2.2'de verilen bütün aşamalarda, bireyin karşılaştığı her bir kriz ve tecrübe onun gelişimini olumlu yönde etkilemektedir. Bunun sonucunda ise, yaşlılık aşamasında gerçekleşen bilgelik gücüne ulaşılmış olmaktadır (Özkalp ve Kirel, 2010, s. 77).

2.2.3. Abraham Maslow'un Kişilik Kuramı

Hümanist psikolojinin kurucusu Abraham Maslow, kişilik psikolojisi çalışmasında öznel deneyimler ve özgür irade üzerinde odaklanmıştır. Genel olarak, bir bireyin kendini gerçekleştirme yönündeki doğuştan gelen tutumu ile (bireyin kapasitesinin ulaşabileceği en son noktaya ulaşmak) ilgilidir. Maslow bu çalışmasını Freud'un çalışmalarının hayati birer tamamlayıcısı olarak görmüş ve konuyla ilgili olarak "Freud bize psikolojinin hastalıklı yarısını gösterdi ve biz de bundan sonra psikolojinin sağlıklı diğer yarısını çözümlemeliyiz (Maslow, 1971, s. 4)." ifadesinde bulunmuştur. Maslow, araştırmasında Albert Einstein, Eleanor Roosevelt, Thomas Jefferson ve Abraham Lincoln de dahil olmak üzere sağlıklı, yaratıcı ve üretken olduğunu düşündüğü bireylerin kişiliklerini incelemiştir. Bu insanların açık, yaratıcı, sevgi dolu, doğal, şefkatli, diğerleri ile ilgilenme ve kendilerini kabul etme gibi benzer özellikleri paylaştığını ortaya çıkarmıştır (Ryckman, 2006, s. 425).

Maslow genelde, insanların belli ortak ihtiyaçlara sahip olduğunu ve bu ihtiyaçların belirli bir düzende karşılanması gerektiğini önerdiği ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi ile tanınmaktadır. Bu ihtiyaçlar, hayatta kalmak için en temel fizyolojik ihtiyaçlardan daha yüksek düzeyde kendini gerçekleştirme ve yaratıcılık gereksinimlerine kadar çeşitlilik göstermektedir. Maslow'un hiyerarşisi en çok görsel bir piramit olarak sunulmakta, en altta ve en büyük alanı kapsayan, en temel fizyolojik ihtiyaçlar ve en küçük alanı kapsayan, en üstte yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyacı bulunmaktadır. Piramidin her bir katmanı, piramidi daha yüksek katmanına taşımadan önce yerine getirilmeli ve bu işlem ömür boyu devam etmelidir. Bir diğer ifadeyle bir aşamayı sağlamadan üstteki aşamaya geçiş mümkün olmamaktadır.



Şekil 2.3. Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi (Ryckman, 2006, s. 426)

Şekil 2.3'te de görüldüğü gibi, Maslow, fiziksel ihtiyaçlar olarak kişinin yeme-içme, uyuma, yaşama, üreme gibi unsurlardan; güvenlik ihtiyacında, beden, iş, aile, sağlık ve mülkiyet güvenliği; sevgi-ait olma ihtiyacında arkadaşlık, aile kurma ve mahremiyetten; saygı ihtiyacında özsaygı, özgüven, başarı, başkalarına saygı ve başkalarından saygı görmeden; kendini gerçekleştirme ihtiyacında ise; ahlak, doğruluk, yaratıcılık, problem çözme ve hakikate ulaşma gibi unsurlardan söz etmiştir.

2.2.4. Beş Etmen Kişilik Kuramı

Son on yılda kişilik psikolojisi, beş etmen kişilik kuramından önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalara göre; kişilik faktörlerinin beş faktör olarak sınıflandırması, kişilik modelleri arasında bir referans modeli olarak yerini almıştır (Rolland, 2002, s. 3). Psikologların 19. yy'ın başlarından itibaren kişilik özelliklerini ayırt etmek için çeşitli çalışmaları bulunmaktadır. Bu kişilik özellikleri, bazı çalışmalarda, bir kişiye ait 17.953 kişisel özelliğin bulunduğunu göstermektedir. Bilim insanları bu kişilik özelliklerinin sayısını azaltma yoluna gitmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda gelişen istatistiksel teknikler ve bilgisayar programlarının kullanımı ile kişiliği oluşturan özellikler 5 grupta toplanmıştır. Ancak Beş Etmen Kişilik Modeli'nde kullanılan faktörlerin isimleri konusunda ortak bir kanıya varılamamıştır. Bu yüzden araştırmacılar tarafından kullanılan tüm faktörler birbiriyle yakın anlamda veya benzerlik içermektedir. Bu faktörler (Burger, 2006; Özkalp ve Kirel, 2010, s. 79; Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 69):

- Dışadönüklük,
- Duygusal tutarlılık,
- Uyumluluk,
- Deneyime/gelişime açık olma,
- Sorumluluk

biçiminde sıralanabilir.

Tablo 2.3'te görüldüğü üzere; Beş Etmen Kişilik Faktörü bilim insanlarının yıllarca süren çalışması sonucunda bireylerin on binlerce kişilik özellikleri beş temel faktöre indirgenmiştir. Bunlar; dışadönüklüğe karşı içedönüklük, nevrotik duygusal tutuma karşı tutarlı duygusal tutum, geçimli kişilik yapısına karşı uyumsuz kişilik yapısı, gelişime açıklığa karşı gelişime kapalılık ve düşük özdenetime karşı yüksek özdenetim faktörleri

olarak kabul edilmiştir. Genel olarak bakıldığında, bu faktörlerin bir kısmı kişiliğin olumlu yönlerini, diğerleri ise olumsuz yönlerini gösterdiği söylenebilir.

Tablo 2.3. Beş etmen kişilik faktörleri (Ryckman, 2006, s. 641-642; Özkalp ve Kirel, 2010, s. 81-82; Somer, Korkmaz ve Tatar, 2011)

Özellikler	Faktör			Özellikler
Mesafeli, Ciddi, Utangaç, Ölçülü, Çekingen	İçedönüklük	Dışadönüklük	Dışadönüklük	Girişken, Canlı, Sosyal, Enerjik, Konuşkan
Durgun, Kendine Güvenen, Uyumlu, Telaşsız	Tutarlı Duygusal Tutum	Duygusal Tutarlılık	Nevrotik Duygusal Tutum	Hassas, Duygusal, Endişeli, Kararsız, Duygusal Dengesizlik
Kavgacı, Hata Arayan, Sert, Otoriter, Kaba, Acımasız	Uyumsuz	Uyumluluk	Uyumlu	İşbirlikçi, Yardımsaver, Sıcakkanlı, Dürüst, Nazik, Hoşgörülü
Sıgılık, Yeniliğe Direnç, Geleneksel, Belirsizlik	Somut- Pratik	Deneyime Açık Olma	Deneyime Açık	Entelektüel, Öngörü Sahibi, Yenilikçi, Yaratıcı, Zeki
Düzensiz, Unutkan, Pervasız, Dikkatsiz, Fevri, Esnek	Düşük Özdenetim	Sorumluluk	Yüksek Özdenetim	Düzenli, Verimli, Güvenilir, Titiz, Çalışkan, Mükemmeliyetçi

2.3. Girişimcilik Özellikleri

Girişimcilikle ilgili yapılan birçok araştırma sonucunda başarılı girişimcilerin bir takım ortak özelliklere sahip olduğu belirlenmiştir (Bozkurt ve Alparlan, 2013, s. 10-11; Ballı, 2017, s. 151-152). İş dünyasına bakıldığında, bu özelliklerden dolayı, bazı girişimcilerin diğerlerine göre daha kısa sürede büyük başarılar elde ettiği görülmektedir.

Bir girişimcinin başarılı olabilmesi için bazı karakteristik özelliklere sahip olması gerekir. Bunlar; başarı ihtiyacı, içsel kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, yüksek risk alma eğilimi ve yenilikçilik olarak ifade edilebilir. Bu özelliklere sahip bir birey önemsiz olarak görülebilen bir durumu önemli hale getirebilmektedir. Girişimci her ne kadar girişimci özelliklerini içinde barındırsa da onun başarılı olmasında çevresel

faktörlerin de etkisinin büyük olduğu unutulmamalıdır. Ancak uygun çevresel koşullar ve girişimcilik özellikleri bir araya geldiğinde başarı elde edilebilmektedir (Çevik, 2006, s. 58; Marangoz, 2017, s. 48).

2.3.1. Başarı İhtiyacı

Girişimci kişilerin en belirgin özelliklerinden birisi de başarı ihtiyaçlarının yüksek olmasıdır. Bu bireyler yeni fikirler yaratmayı seven, uzun vadeli işlerle uyumlu, rutin işlerden sıkılan ve emekli olmayı düşünmeyen kimselerdir. Girişimci kişilik için devamlı çalışmak ve yeni bir fikir, ürün veya hizmet üretmek önemli ilkelerdendir (Balaban ve Özdemir, 2008, s. 136).

McClelland 1961 yılında yaptığı araştırmalar neticesinde Başarı İhtiyaç Teorisi'ni geliştirmiş ve başarı ihtiyacının girişimcilerin davranışını etkileyen önemli unsurlardan biri olduğunu aktarmıştır. McClelland çalışmasında, başarıya yönelmiş kişilerin; maddiyat veya statü gibi dışsal ödüllerin yerine; işten duyulan hazzın gerekliliği, başarıya ulaşabilmek için özgüven ve yüksek sorumluluk bilincine sahip olma, başarılı olabilmek için amaçlarını en üst düzeyde değil orta düzeyde tutma ve bununla birlikte yüksek risk almayıp çok düşük riskli işlerden de kaçınma ve başarılarının yansımaları övgü veya para olarak görmek istedikleri saptanmıştır (Duran, Büber ve Gümüştekin, 2013, s. 41).

Girişimciler genellikle kendi fikirlerine göre hareket etmektedir. Girişimcilerin başarıya ulaşma ihtiyacı diğer insanlardan daha fazla olduğu için sonuçta da bu başarıma ihtiyacı güdüsü başarı ile sonuçlanan girişimlere dönüşmektedir (Lambing ve Kuehl, 2003, s. 27).

2.3.2. İçsel Kontrol Odağı

Rotter'ın 1966 yılında ortaya attığı Kontrol Odağı Teorisi'nde, kontrol odağı kişilik özellikleri arasında yerini almıştır. Kontrol odağı, kişilerin; olayların sonuçlarını kendi kontrolleri altında veya kendi kontrollerinin ötesinde algılamalarıdır. Dışsal kontrol odağına sahip kişiler başarı veya başarısızlıklarının şans ve kader gibi kendilerinin kontrol edemeyeceği dışsal güçlerden kaynaklandığına inanırlar. İçsel kontrol odağına sahip kişiler ise; başarı veya başarısızlıklarının da kendi üstün veya eksik yönlerinin sonucu olduğunu düşünürler. İçsel kontrol odaklılık; kararlılık, gayret, çalışma, kabiliyet ve ortaya çıkarılan sonuçların planlayıcısı olmak anlamına gelmektedir. Bu durumda başarılı bir girişimcide içsel kontrol odağı olarak görülmektedir (Naktiyok, 2004, s. 25-

26). İçsel kontrol odaklı kişiler daha aktif ve yenilikçidir. Yenilikçi durumları daha kolay benimserler ve yeniliklere önderlik ederler. Bu durumda daha fazla risk alıp daha aktif olurlar. Ayrıca içsel kontrol odağı öğrenme ile de yakından ilişkilidir. İçsel kontrol odaklı kişiler etkin çaba ve gayreti destekler ve motive ederler. Bunun sonucunda girişimcinin sorumluluk alma arzusu, kendine güveni ve harekete geçme olasılığı artar (Marangoz, 2017, s. 53). Bu yüzden içsel kontrol odağı özelliği, büyük oranda, diğer girişimcilik özelliklerini etkileyen önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.3.3. Belirsizliğe Karşı Tolerans

Bir girişimcinin hayatı, çoğunlukla bilinmeyenlerle ve belirsizliklerle dolu profesyonel bir yaşam olarak tanımlanmaktadır. Yani girişimciler için takip edilmesi ve tam olarak uyulması gereken bir şablon yoktur. Bunun neticesinde başarı garantisi bulunmamaktadır. Ekonomi, hava durumu ve müşterilerin değişen zevkleri gibi kontrol edilemeyen faktörler işletmeye dramatik etkilerde bulunabilmektedir. Başarılı bir girişimci olabilmek, böyle belirsizlik durumlarında rahat hissedebilme yeteneğine sahip olmayı gerektirir (Lambing ve Kuehl, 2003, s. 27).

2.3.4. Kendine Güven

Kendine güven, kişilerin kendileriyle ilgili olumlu duygular taşıması sonucunda kendilerinden memnun olma ve olumsuzlukların onlar için herhangi bir zarar oluşturmayaacağına inanmaları sonucunda ortaya çıkan hisler olarak tanımlanmaktadır (Cansız E. , 2007, s. 60). Kendine güven kavramı sadece girişimciler için değil, tüm insanlar için önemli bir kavramdır. Kendine güven duyan kişilerin hayatın her kesiminde başarılı oldukları ve ön plana çıktıkları gözlenmektedir. Tabi ki girişimcilikte genellikle yapılan işlerin tamamı kendine güven ilkesine dayandığı için, bu kavram girişimcilikte daha da önem kazanmaktadır (Efe, 2016, s. 47).

İyi bir girişimci sorumluluk alırken ve sorumluluklarını yerine getirmek için çalışırken kendine güven duyar. Kendine güven duyan bir insan ise çalışmaktan sıkılmaz, sürekli ilerlemek ister, en iyiyi arar ve içinde bulunduğu durumun gereklerini yerine getirir. Kendine güven özelliği girişimci kişilerde bulunması istenen bir durum olmakla birlikte, bu duygunun çok fazla olması kişilerde kibir ve kendini beğenmişliğe (narsizm) sebep olabilmektedir. Bunun sonucunda kendini beğenmiş bir kişiliğe sahip birey her şeyi kendisinin bildiği hissine kapılıp kendisine sunulan öneri ve tavsiyeleri dinlemez. Bu da başarılı bir girişimciliği önemli ölçüde yıpratır. Bu yüzden kendine güvenmek ve aşırı

kibirli olmayı birbirinden ayırt edebilmek başarılı bir girişimci için hayati önem taşımaktadır (Marangoz, 2017, s. 52).

2.3.5. Risk Alma Eğilimi

Genellikle insanlar girişimcilerin yüksek risk alma eğiliminde olduklarını düşünürler. Ancak bu yaklaşım tam anlamıyla doğru değildir. Yapılan araştırmalara göre günümüzde girişimcilerin üçte ikisinden fazlası teşebbüslerini, yarı zamanlı işletmeler olarak ya da başka bir işletme işletirken yeni bir girişime başlamaktadırlar. Onlar tüm sermaye ve zamanlarını, bir girişime, o girişimin uygulanabilir olduğu kanısına varmadan yatırmazlar (Reynolds, 1994). Girişimciler, genellikle riskleri önceden saptayıp olabilecek en az risk seviyesine indiren kimselerdir (Yarzebinski, 1992, s. 33).

Tüm bunların yanında girişimciler genellikle risk alma eğilimi yüksek kişiler olarak belirtilmektedir. Girişimciler finansal, psikolojik ve sosyal açıdan risk almaktadır. Risk almaktan korkmamak veya gözü kara olmak gibi kavramlar girişimcileri tanımlamak için kullanılan cümlelerde sıklıkla karşılaşılmaktadır (Arıkan, 2001). Dolayısıyla girişimci öngörülü ve tehlikeden kaçmayan kişi olarak görülmekte ve girişimcilerin risk alma eğilimi yüksek bireyler olarak algılanmasını sağlamaktadır (Bozkurt, 2007, s. 99).

2.3.6. Yenilikçilik

Genel olarak yenilikçilik, bireylerin yeniliklere nasıl yanıt verdiğini anlatan bir kavram olarak tanımlanır (Goldsmith ve Foxall, 2003, s. 322). Yenilikçilik kavramı girişimcilik açısından hayati bir öneme sahiptir. Girişimcilik literatürü incelendiğinde; yenilikçilik, pazarlanabilen yenilikler anlamına gelmektedir. Yenilik konusundaki kararı her zaman girişimci verecektir. Yenilikçilik genellikle girişimcilik eğilimi yüksek bireylerde daha yoğun bir şekilde gözlemlenmektedir. Küresel pazarda rekabetin her geçen saniye arttığını bilen girişimci yeniliklere açık olmalı ve işletmesinin hayatta kalabilmesi ve büyüyebilmesi için gerekli yenilikçi adımları daima atmalıdır (Korkmaz S., 2000, s. 167).

2.4. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik eğilimi, bireysel ve çevresel faktörlerin birleşimi sonucunda, bireylerin kendi işlerini kurma konusundaki istek ve kararlılığını ifade etmektedir. Girişimcilik eğilimi, girişimcilik faaliyetinin yenilikçilik, risk alma, serbestlik, proaktiflik ve rekabetçi

yapıya sahip olmak gibi bir temel parçasıdır ve hepsi birlikte bir bütünü oluşturmaktadır (Börü, 2006, s. 28).

Parnell, Crandall ve Menefee (1995, s.42) girişimcilik eğilimini, birbiri ile yakından ilişkili 3 faktörün oluşturduğu bir fonksiyon olarak belirtmektedirler. Bu faktörler; bireylerin sahip olduğu bilgi seviyesi, risk alma seviyesi ve girişimcilik eğitime ilişkin yetkinliği, bireylerin girişimcilik fırsatlarına ilişkin inançları ve bireylerin halihazırda mevcut fırsatları değerlendirebilme konusunda kendilerine duyduğu güven biçiminde sıralanmaktadır.

Girişimcilik eğilimi, genellikle aileden devralınmaktadır. Ailenin etkisini ise, sosyal ve ekonomik süreçler belirlemektedir. Bu kapsamda; ailenin yapısı, babanın mesleği, eğitim ve gelir seviyesi girişimcilik eğiliminin oluşumunda etkin olmaktadır. Çünkü eğitilmiş, meslek sahibi ve yüksek gelir sahibi olan bir baba, çocuklarının da eğitilmiş olmasına imkân sağlayacak ve dolayısıyla çocuk da girişimcilik için gerekli bilgi ve donanıma sahip olacaktır (Bozkurt, 2011, s. 26).

Bu süreçte hükümetlere de büyük görevler düşmektedir. Hükümetlerin bir destek mekanizması şeklinde girişimcilik eğilimlerinin arttırılmasında bazı stratejiler uygulaması gerekmektedir. Bunlar (Mok, 2005, s. 543):

- İnsan, fiziksel ve teknolojik altyapıya önemli yatırımlar yapmak,
- Yenilik yapmaya ve teknoloji geliştirmeye uygun iş ortamı yaratmak,
- Siyasi destek ve teşvik sağlamak,
- Endüstriyel ve ticari çabaları koordine etmek,
- Gerekli olduğunda finansal destek sağlamak biçiminde sıralanabilir.

Tablo 2.4'te girişimcilik eğilimi ile ilgili yapılmış bazı çalışmalar ve sonuçları verilmiştir.

Tablo 2.4. *Girişimcilik eğilimi çalışmaları (Atak ve Dalgın, 2016)*

	Çalışmacı	Çalışma	Çalışmanın Sonucu
1	Wang ve Wong (2004)	Entrepreneurial interest of University students in Singapore.	Öğrenciler arasında girişimciliğe ilginin yüksek olmasına rağmen, yetersiz işletmecilik bilgisi sebebiyle girişimciliğe ilişkin risk algısının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, cinsiyetin, ailenin işletmecilik deneyiminin ve eğitim düzeyinin girişimcilik ilgisini etkilediği araştırmada vurgulanmıştır. Ailenin ekonomik statüsü, etnik köken ve vatandaşlık algısı gibi değişkenlerin ise girişimcilik ilgisi üzerinde bir etki sahibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

2	Yılmaz ve Sünbül (2009)	Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi	Cinsiyete göre girişimcilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.
3	Negiz vd., (2009)	Girişimcilik Özellikleri ve Tipleri Açısından Cinsiyet Farklılıkları: SDÜ-İİBF Araştırması	Erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre; yaratıcılık, yenilik, risk alabilme, sosyal statü kazanma isteği gibi bir takım girişimcilik özelliklerini daha yoğun taşıdığı belirlenmiştir.
4	İplikçioğlu ve Taşer (2009)	İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri	İşletme bölümü öğrencilerinin risk alabilen, belirsizliğe karşı duyarlı ve kendilerine güvenleri yüksek kişiler olduğu tespit edilmiştir.
5	İbicioğlu vd. (2009)	Girişimcilik Özellikler ve Girişimcilik Kültürü Tercihi Üzerinde Ebeveyn etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması	Anne ve babaların demografik özelliklerinin ve yaşam standartlarının çocukların girişimci özelliklere sahip olması ve girişimci türü tercihi üzerinde etkili oldukları belirlenmiştir.
6	Karabulut, (2009)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	Çalışmada yaratıcılığı yüksek, strese tahammüllü ve girişimcilik motivasyonu yüksek olan öğrencilerin girişimcilik eğiliminin yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
7	Gurel vd. (2010)	Tourism Students' Entrepreneurial Intentions	Yenilikçilik ile risk alma sorumluluğu ve girişimci aile ile girişimcilik arasında önemli bir ilişki olduğunu görülmüştür. Eğitimin girişimci tutumlar ve niyetler üzerinde geliştirici ve iyileştirici olarak çok önemli bir rol oynamadığı da görülmüştür.
8	Kaya vd. (2010)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma	Araştırmada girişimcilik için gerekli olan özelliklerden özerklik cinsiyete ve öğrenim şekline (normal ve ikinci öğretim) göre farklılık gösterirken, fırsatçılık ve kişisel kontrol cinsiyete ve öğrenim şekline göre farklılık bulunamamıştır.
9	Top (2011)	Myo Öğrencilerinin Gelecekteki Girişimcilik Kariyer Niyetlerinin	Araştırmada, kız öğrencilerin kendi işini kurmada kaynak bulma konusunda erkek öğrencilere göre daha fazla endişeli olduğu tespit edilmiştir. Kendi işini kurmada olumlu düşünme ve girişimcilik derslerinin etkisi bir işte çalışan öğrencilerde, çalışmayan gruptaki öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır.

		Planlı Davranış Modeli Kapsamında Değerlendirilmesi	
10	Başol vd., (2011)	Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama	Bu çalışma sonucunda, dışa dönüklük kişilik boyutunun, yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek, yenilikçi bir çevre oluşturmak, yatırımcılarla ilişkileri başlatmak, temel amacı tanımlamak, beklenmedik zorluklarla baş etmek ve temel insan kaynakları geliştirmek boyutları ile pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.
11	Ören ve Bıçkes (2011)	Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)	Girişimcilik faktörünü değerlendiren bireylerin, başarıma ihtiyacı ile girişimcilik potansiyeli arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki kurdukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca, risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu da gözlemlenmiştir.
12	Korkmaz (2012)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği	Öğrencilerin gelecekte kendi işini kurma kararlarında örnek teşkil etmesi açısından etkili olan aile faktörünün kendine güven, yenilik ve başarıma ihtiyacı boyutları ile de anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Sınıf demografik değişkeni ile kendine güven, yenilik, kontrol odağı ve risk alma psikolojik boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
13	Kılıç vd., (2012)	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği	Araştırmada üniversite öğrencilerinin yenilik özellikleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yenilikçi bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir.
14	Bilge ve Bal (2012)	Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Çalışmada girişimciliğin alt boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı farklılıklar elde edilmemiştir. Risk alma, fırsatçılık, kararlılık ve dış etkilere karşı bireysel güç gibi girişimciliğin alt boyutları açısından öğrencilerin girişimcilik ilgileri düşük çıkmıştır
15	Gezen ve Köroğlu (2014)	Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Seçimine Etki Eden Kariyer Çapalarının Belirlenmesine	Araştırma sonucunda turizm eğitimi alan öğrenciler için teknik fonksiyonel yetkinlik, hayat tarzı, girişimcilik ve özerklik ve otonomi kariyer çapalarının diğerlerinden daha önemli olduğu tespit edilmiştir.

		Yönelik Bir Araştırma	
16	Özdemir (2014)	Kültür, benlik saygısı ve girişimcilik eğilimi: Amerikan ve Türk üniversite öğrencilerinde karşılaştırmalı bir çalışma	Elde edilen bulgular yatay bireycilik ve dikey toplulukçuluk boyutlarının Türk üniversite öğrencilerinde daha yüksek olduğunu göstermiştir. Buna karşın benlik saygısı düzeyinde katılımcılar arasında bir farklılık bulunmadığı gibi benlik saygısı ve girişimcilik arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.
17	Köksal ve Penez (2015)	Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme	Elde edilen bulgulara göre, üniversite, cinsiyet, yaş, kişinin ailesinde ve akrabalarında girişimci kişi olup olmaması, herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunup bulunması, bir iş fikri olup olmaması ve mezun olduktan sonra 1 yıl içinde yeni bir iş kurma olasılığı değişkenleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilirken, ailenin oturduğu yer ve baba mesleği değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Tablo 2.4 incelendiğinde genel olarak öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin birbirine benzer şekilde olduğu görülmektedir. Öğrenciler üzerinde yapılan girişimcilik eğilimi çalışmalarının sonuçlarındaki bu benzerlik, özellikle, Türkiye’de öğrencilerin girişimcilik eğilimi ve özellikleri hakkında kesin yargılara varmamızı sağlayabilecek bilgiler vermektedir. Bu araştırmaların ortak özelliği olarak; genellikle araştırmaların tümü cinsiyet ve aile temelinde incelendiği ve diğer birçok değişken hakkında soruları yanıtlayamadıkları söylenebilir.

2.5. Girişimci Kişilik Yapısını Etkileyen Etmenler

İnsan her zaman çevresiyle etkileşim içinde bulunan bir varlıktır. Bu etkileşim sürecinde birey bazen etkileyen taraf olurken, kimi zaman da etkilenen taraf olabilmektedir. Girişimci kişiler genellikle çevresini etkileyen bireyler olarak bilinse de bir insan olarak sıklıkla etkilenebilecekleri durumlarla karşılaşılır (Efe, 2016, s. 63). Girişimci kişiliği etkileyen faktörler içerisinde aile, eğitim, kültür, çevre koşulları, kişisel değerler, yaş, cinsiyet, rol modelleri ve iş deneyimi önemli bir yer tutmaktadır.

2.5.1. Aile

Aile, girişimci kişilik üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde bu etkinin üç faktör olarak belirlendiği görülmektedir. Bunlar (İraz, 2005, s. 176):

- Teşvik Edici Aile Etkisi,
- Kısıtlayıcı Aile Etkisi,
- Kararsızlık Yaratıcı Aile Etkisi biçiminde belirtilmiştir.

Teşvik edici aile etkisinde aile, kişiyi kendi işini kurması için destekler ve her zaman teşvik eder. Bu durum, özellikle ailenin reisi konumundaki baba veya yakın bir akrabanın başarılı bir girişimci olduğu durumlarda daha sık görülür. Dolayısıyla bireyler başkalarına örnek olarak sunulur ve kişinin onun gibi olması beklenir.

Kısıtlayıcı aile etkisinde ise; teşvik edici aile etkisinin tam tersine aile, bireyin kendi işini kurmasını desteklemez ve çoğunlukla ona karşı çıkar. Bu kategorideki aileler, bireyin daha güvenli olan devlet kurumları veya kurumsal özel şirketlerde çalışması taraftarıdır. Türkiye insanının her ne kadar girişimci bir yapıya sahip olduğu söylene de “ailelerin genellikle çocuklarını daha garantili ve güvenli olarak gördükleri kamu kurumları ve özel işletmelere yönlendirmeleri” kısıtlayıcı aile etkisine güzel bir örnek olarak gösterilebilir.

Kararsızlık yaratıcı aile etkisinde ise aile, girişimciliğe tam anlamıyla tarafsız bir bakış açısı ile yaklaşmaktadır. Bu durumda aileler bireyi girişimcilik konusunda ne desteklerler ne de ona bir engel oluştururlar. Burada, her ne kadar girişimci kişilik için olumsuz görünmese de tam anlamıyla bir destek gösterilmediği için girişimciliğin gelişimi gecikmeye uğrayabilmektedir (Doğramacı, 2006’dan aktaran Efe, 2016, s. 65).

2.5.2. Eğitim

Girişimcinin eğitim düzeyi, üzerinde önemle durulan konulardan biridir. Genellikle girişimcilerin eğitim durumlarının daha düşük olduğu düşünülse de yapılan çalışmalar bunun doğru olmadığını göstermiştir. Eğitim girişimcinin yetişmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Eğitim sürecinde öğrenilen bilgiler, girişimciliğe geçiş yapıldıktan sonra karşılaşılabilecek sorunların çözülebilmesi açısından önemli bir yardımcıdır. Resmi eğitimin yeni bir girişim için tam olarak gerekli olmadığına örnek olarak; lise mezunu olan başarılı Andrew Carnegie, William Durant, Henry Ford ve William Lear gösterilebilir. Ancak girişimcilik alanında alınan bir eğitimin, girişim için önemli bir destek olduğu söylenebilir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 71).

Günümüzde Massachusetts Institute of Technology (MIT) gibi bazı üniversiteler girişimcilik için önemli eğitim merkezi haline gelmişlerdir. Bu gibi üniversiteler sahip

oldukları öğretim kadroları ile öğrencileri arasından sayısız girişimci ortaya çıkarmış ve bulundukları bölgelerde kötüye giden ekonomik durumu yine bölgedeki işletmeler ile iş birliğine giderek düzeltmişlerdir. Yapılan araştırmalara göre; İkinci Dünya Savaşı'ndan 1988 yılına kadar MIT mezunları tarafından 636 işletme kurulmuş ve 300,000 kişiye iş, bölge halkına ise 10 milyar doların üzerinde getiri sağlanmıştır (Bygrave, 1997, s. 132). Bu gibi eğitim kurumları girişimcilik için birer kuluçka merkezi haline gelerek anılan kurumların artması girişimcilik açısından önemli bir kazanç olacaktır.

2.5.3. Kültür

Girişimci kişilik yapısını etkileyen en önemli faktörlerden biri de kültürdür. Bireyin sahip olduğu kültür girişimcilik yapısını önemli ölçüde etkiler. Nitekim başarılı girişimcileri destekleyen bir kültür daima yeni nesillere güçlü rol modeller sunarak bireylere girişimcilik için itici bir güç olur. Kişilerin bir girişimde bulunma arzusunun altında genellikle kişinin kültürü, alt kültürü, ailesi ve öğretmenleri gibi unsurlar yatmaktadır. Bazı alt kültürler bireye kendi işini kurmasını özendirmektedir. Örneğin Osmanlı Devleti'nin son zamanlarında gayrimüslimlerin zanaatla uğraşmaları bu durumun bir örneğidir (Karadal, 2016, s. 17)

2.5.4. Çevre Koşulları

Girişimcilikte çevre koşulları sosyal, finansal ve politik faktörlerden oluşmaktadır. Sosyal çevre bakımından girişimci kişilik yapısı; aile, arkadaş, öğretmen ve rol modeller gibi faktörlerden etkilenmektedir. Toplumsal çevre de bir bakımdan sosyal çevre ile ilişkilidir ve bireyin girişimci kişiliğinin oluşmasında önemli bir rol oynar. Birey, toplumsal çevresinden gördüğü inançlar ve değerlerden etkilenecek girişimci bir kişilik yapısına veya tersi bir yapıya sahip olabilir. Nitekim birey çocukluğundan bu yana ailesinden veya sosyal çevresinden “benim çocuğum ileride doktor, öğretmen, mühendis, iş adamı vb. olacak” gibi yönlendirmelere maruz kalarak girişimci kişilik yapısı etkilenmektedir. Birey, bu uyarılarla yönlendirilmekte ve geleceğe hazırlanmaktadır (Aydınlık, 2017, s. 17-18). Dolayısıyla toplumsal çevre koşulları, girişimci kişilik yapısını etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir.

Girişimci kişilik yapısını etkileyen bir diğer çevre koşulu da piyasalardaki finansal durumdur. Piyasanın büyüklük ve küçüklük durumuna göre girişimci kişilik etkilenebilmektedir. Bazı piyasalarda yüksek oranda girişimciliğe ihtiyaç duyulmasına karşın, bazılarında ise daha az olabilmektedir. Siyasal çevre koşulları bakımından ise;

bireyin vatandaşı olduğu ülkenin mevcut politikaların ve girişimlere verdiği desteklerin, girişimci kişiliğin gelişmesinde veya törpülenmesinde önemli etkileri bulunmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s. 21-22).

2.5.5. Kişisel Değerler

Kişisel değerlerin girişimci kişilik üzerinde etkisinin çok fazla olduğunu belirten birçok çalışma olmasına rağmen, kişisel değerler temelinde girişimcileri başarısız girişimcilerden, yöneticilerden veya sokaktaki herhangi bir kişiden ayırmak güçtür. Atılganlık, yaratıcılık, uyum, tolerans, samimiyet, dürüstlük ve yakın olmak gibi kişisel değer ölçütleri sadece girişimci kişilikler için değil, aynı zamanda başarılı kişiler için de kullanılan kavramlardır. Genelde girişimcilerin eğilimlerinin işletmecilik ve yönetim sürecindeki eğilim setlerinden farklı olduğu görülmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 72). Girişimin doğası, fırsatçılık, kurumsallaşma ve girişimciliğe özgün girişimci kişilik özellikleri ile bürokratik işletme ve bu işletme dahilinde yöneticilerin planlama, öngörü ve akılcılık gibi özellikleri arasında belirgin sapmalar bulunmaktadır. Bir girişimcinin yeni bir girişim oluşturmalarını ve işinde başarılı olmasını sağlayan bu etmenler, kişisel özellikler arasında genellikle daha çok kazanma görüntüsü etrafında yoğunlaşmaktadır. Kişisel değerler açısından önemli olan bir diğer nokta da girişimcinin etik ve etik davranışlar hakkındaki davranış tarzlarıdır ve bu da girişimcinin etik anlayışını büyük ölçüde etkiler (Hisrich ve Peters, 1998, s. 72).

2.5.6. Yaş ve Cinsiyet

Girişimcilik yaş sınırı olmayan bir faaliyettir. Genç bir kişiden çok yaşlı bir bireye kadar herkes yeni bir işletme kurabilmektedir. Günümüzde özellikle kendi işini kuran genç kişi sayısının önemli ölçüde arttığı görülmektedir (Megginson, Byrd ve Megginson, 2000, s. 9). Girişimcilikte yaş ile kendi işini kurma arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak adına öncelikle kronolojik yaş ve girişimcilik yaşı arasındaki farkı ortaya koymak gerekir. Kronolojik yaş baz alındığında; genellikle birçok girişimcinin kariyerlerine 22-45 yaşları arasında başladığı söylenebilir. Bireyler girişimcilik kariyerlerine bu yaşlardan önce veya sonra da başlayabilmektedirler. Ancak, girişimcinin işletmeyi başarılı bir şekilde faaliyete geçirmesi, deneyim kazanması, finansal destek ve yoğun enerji gereksinimleri göz önüne alındığında bu yaş aralığının dışında girişim kariyerine başlama olasılığı düşük kalmaktadır. Ortalama yaşın fazla anlam ifade etmemesiyle birlikte daha erken yaşlarda başlatılan girişimler geç başlatılanlara oranla daha başarılı sonuçlar vermektedir. Ayrıca,

bireylerin girişimcilik kariyerlerinde heves düzeylerinin arttığı beşer yıl aralıklı kilometre taşı yılları (25, 30, 35, 40 ve 45) bulunmaktadır. Genellikle erkek girişimciler ilk ciddi girişimlerine 30'lu yaşların başında başlarken kadın girişimciler ise; girişimlerine 30'lu yaşların ortasında başlamaktadır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 72-73).

Cinsiyet bazında değerlendirildiğinde kadınlar, 1980 öncesinde, erkek girişimcilere oranla dezavantajlı bir durumda bulunmaktaydı. Kadınların yaklaşık yüzde yetmişlik bir bölümü ilkokul, ortaokul veya lise mezunuydu. Mezun oldukları bölümler ise İngiliz dili, psikoloji, eğitim ve sosyoloji gibi alanlardı. Çok az sayıda kadının mühendislik, temel bilimler ve matematik alanında dereceleri vardı. Ancak son 20 yılda bu alanlardaki kadın sayısı oldukça artmış ve girişimcilik alanında erkekler ve kadınlar büyük oranda eşit şartlara sahip olmuşlardır. Diğer bir ifadeyle, erkek ve kadınlar arasında girişimcilik açısından fizyolojik ve psikolojik özelliklerin ötesinde eşitsizlik büyük oranda azalmıştır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 71-72).

2.5.7. İş Deneyimi

Girişime başlamadan önce birçok işe girip bu işyerlerinden ayrılmak olumsuz bir durum olarak görülse de, bu gibi iş deneyimleri, girişim açısından başarı ve büyümeye önemli katkılar sunabilmektedir. Bireylerin daha önce çalıştıkları işyerlerinden edindikleri olumsuz deneyimler onları yeni girişimlere yöneltebilmektedir. Bu olumsuz deneyimler, başlatacakları girişimler açısından önemli bir başarı faktörü olarak kullanılabilir. Özellikle finans, ürün ve hizmet geliştirme, üretim, dağıtım kanallarının geliştirilmesi ve pazarlama planları geliştirme alanlarında iş deneyimi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 73). Girişim başlatıldıktan sonra ve özellikle büyümeye başladığında iş deneyimlerinin önemi daha da artmaktadır. Girişimler başlangıçta genellikle girişimci ve birkaç tam veya yarı zamanlı çalışanlardan oluşmakta ve büyümeye başladıklarında ise daha fazla çalışan, karmaşık yapı ve coğrafik çeşitlilik sonucunda iş deneyimine olan ihtiyaç artmaktadır. Kısaca iş deneyimi yeni bir girişim için genellikle olumlu etkilerde bulunmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 74).

2.5.8. Rol Modeller

Girişimcilikte rol modeller, genellikle girişimcilik ruhu taşıyan bireyleri girişimciliğe özendirmeleri sebebiyle toplumda önemli bir konumda bulunurlar. Girişimci adayları bu rol modellerle evde, sokakta, işyerinde, kitaplarda, yazılı, sözlü

veya çevrimiçi medyada karşılaşmaktadır. Örneğin, bilgisayar teknolojileri alanında çalışan Bill Gates, günümüzde bir rol model olarak bu alanda yeni girişimcileri etkilemektedir. British Venture Capital Association, İngiltere’de yüksek teknoloji girişimlerinin kısmen az olmasını İngiltere’de ABD’de bulunan Steve Jobs, Bill Gates ve Ken Olsen gibi rol modellerin olmayışına bağlamaktadır (Bygrave, 1997, s. 6). Ancak günümüzde internet teknolojileri sayesinde bilgiye erişim kolaylaşmış ve rol model bulmak her zamankinden daha verimli hale gelerek etkileşimi hızlandırmıştır

2.6. Girişimcilik Süreci

Girişimcilik süreci, bir girişimin oluşturulabilmesi için gerekli bazı aşamalar içermektedir.



Şekil 2.6. Girişimcilik Süreci

Şekil 2.6’da görüldüğü gibi girişimcilik süreci, karşılaşılan fırsatların değerlendirilmesi ile başlayıp, gerekli kaynakların sağlanması, iyi bir iş planının oluşturulması, işletmenin kurulması ve sonucunda da girişimciliğin işlevlerini yerine getirilmesi aşamalarından oluşmaktadır. Girişimcilik sürecinin başarısı bu aşamaların etkin ve verimli bir biçimde yürütülmesine bağlıdır.

2.6.1. Fırsatların Değerlendirilmesi

Girişimcilik sürecinde fırsatları belirleme ve değerlendirme zorlu bir iştir. Çoğu iyi iş fikri aniden ortaya çıkmaz. Girişimci ihtimaller karşısında daima tetikte olmak zorundadır. Girişimci bazı durumlarda potansiyel fırsatları belirleyecek çeşitli mekanizmalar oluşturma yoluna gider. Bu sürecin verimliliğinde girişimciye en çok katkı sağlayan paydaşlar; müşteriler, iş ortakları, dağıtım kanalları ve teknik personel olmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998, s. 39).

Girişimler genellikle müşterilerin isteklerine ve ihtiyaçlarına göre şekillendiği için, onların, fikir ve görüşleri fırsatların yakalanması ve değerlendirilmesi için çok önemlidir. Herhangi bir müşterinin “Eğer şöyle bir ürün olsaydı...” şeklindeki her mesaj yeni bir girişim, yeni bir iş fikri fırsattır. Bunun yanında iş ortakları ile bir araya gelindiğinde

konusulan bazı alanlardaki eksiklikler de girişimci için bir iş fırsatı olabilmektedir. Herhangi bir alanda hissedilen eksiklik yeni bir girişim oluşturma adına girişimciye büyük fırsatlar sunabilmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 40).

Tüketici ile yakın iletişim içinde bulunan dağıtım kanallarındaki çalışanlar ihtiyaç duyulan ürün veya hizmetleri daha iyi görebilmektedir. Örneğin girişimci, bir üniversitede öğrencilerin kitapların yüksek fiyatı ve kampüsteki tek kitap satıcısının yeterli olmaması konusundaki şikayetlerinden yola çıkarak; kampüste ikinci bir kitap dükkânı açmak suretiyle ihtiyaçları karşılamış ve eline geçen bu fırsatı daha iyi değerlendirmiş olmaktadır. (Hisrich ve Peters, 1998, s. 40).

Son olarak; teknik personel de farklı projelerde çalışarak çeşitli fırsatlar ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin bir girişimci, tabut kaplamasında plastik reçineleme işlemi sırasında geliştirdiği yeni bir teknik ile yeni bir palet türü üreterek karşısına çıkan bu fırsatı değerlendirebilir. Bu yüzden fırsatlar nereden gelirse gelsin, her zaman her fırsat dikkatli bir şekilde ele alınmalı ve değerlendirilmelidir. (Hisrich ve Peters, 1998, s. 40).

Girişimci fırsatların kaynağını bilmek durumundadır. Bu yüzden fırsatların değişen teknolojiden mi, pazardaki büyümeden mi, hükümetin düzenlemelerinden mi, yoksa rekabetten dolayı mı ortaya çıktığını bilmek önemlidir. Tabi ki, tüm bu faktörlerin farklı bir pazar ve zaman boyutunun olduğunu göz önünde bulundurmak gerekir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 41).

Bununla birlikte fırsatlar, girişimcinin amaçları ve yetenekleri ile de uyuşmalıdır. Girişimcinin iş fikrinin başarılı olabilmesi için yeterli emek ve zamanını ortaya koyabilmesi oldukça önemlidir. Birçok girişimci adayının; iş arzusu, girişime başladıktan sonraki süreçte girişimle birlikte gelişir düşüncesi, bazen girişimlerde başarısızlığa sebep olabilmektedir. Yine de girişimcinin fırsatlara büyük ölçüde inanması ve gerekli fedakarlıkları yapması başarılı bir girişimcilik için ön koşuldur (Hisrich ve Peters, 1998, s. 41).

Fırsat analizi, bir iş planı değildir. Fırsat analizi iş planına göre daha kısa; fırsata odaklanmış, girişimin tamamını kapsamayan, fırsatın değerlendirilip değerlendirilmemesi hakkında temel sağlayan bir analizdir. Fırsat analizi; mal veya hizmetin tanımı, fırsatın belirlenmesi, girişimci ve takımının oluşturulması ve fırsatın elle tutulur bir girişime dönüştürülmesi için gerekli tüm kaynak ve faaliyet özelliklerinin

belirlenmesi ve girişimde ilk adım için kullanılacak sermaye kaynağının belirlenmesi gibi bilgilerden oluşur. Fırsat analizinde en zorlu iş fırsatların belirlenmesidir. Fırsatların belirlenmesi için şu soruların sorulması gereklidir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 42):

- Pazarda neye ihtiyaç duyuluyor?
- Pazardaki bu ihtiyaç hakkında ne gibi gözlem veya kayıtlarınız var?
- Bu pazar ihtiyacının altında yatan sosyal durum nedir?
- Bu pazarı tanımlamak için hangi pazar araştırmasına ihtiyaç var?
- Bu ihtiyacı karşılamak için hangi patentler alınmalı?
- Bu pazarda rekabet ne durumda?
- Uluslararası pazarın durumu nasıl?
- Uluslararası rekabet durumu nasıl?
- Bu faaliyet için ne kadar para gerekli?

Fırsatların başarılı bir şekilde değerlendirilmesi için bu soruların cevapları aranmalıdır. Bu şekilde; pazarın mevcut durumu, ürünün yaşam evresi, arz-talep durumu, içinde bulunulan sosyal ve politik çevre, potansiyel rakiplerin durumu ve pazarın uluslararası durumu analiz edilerek fırsatın başarılı bir şekilde değerlendirilebilmektedir.

2.6.2. İş Planı

Başarılı bir iş planı, ortaya çıkan fırsatlardan yararlanmak için çok önemli bir faktördür. Başarılı bir iş planı oluşturma süreci, girişimcilik sürecinin belki de en zorlu kısmıdır. İş planı, işletmenin gelecekteki yönünün açıklanması olarak tanımlanmaktadır. Başarılı bir iş planı hazırlamak için fırsatların değerlendirilmesi tek başına yeterli değildir. Bunun yanında girişim hedeflerine ulaşmak için gerekli kaynakların belirlenmesi, tedarik edilmesi ve en önemlisi, bu üretim faktörlerinin etkin ve verimli bir biçimde yönetilmesi gerekir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 42).

Tablo 2.6'ya göre, girişimcilik süreçlerinin her birinin farklı yönlerde süreci tamamlayıcı bir rol üstlendiği görülmektedir. İş planı süreci işletmenin yönetim özeti ile başlar. Daha sonra endüstrinin tanımı, pazarlama, finans, üretim, organizasyon ve operasyonel planlarla ilgili detaylı bilgi ile devam eder. En sonunda da genel bir özet ve varsa ekler bölümüyle biter.

Tablo 2.6. Girişimcilik sürecinin farklı yönleri (Hisrich ve Peters, 1998, s. 40)

Fırsatları Belirlemek ve Değerlendirmek	İş Planı Oluşturmak	Gerekli Kaynakları Elde Etmek	İşletmeyi Kurmak/Yönetmek
Fırsat Yaratmak	Başlık Sayfası İçindekiler	Girişimcinin Var olan Kaynakları	Yönetim Şekli
Fırsatın Gerçek ve Algılanan Değeri	Yönetim Özeti	Kaynak Boşlukları ve Mevcut Sarf Malzemeleri	Başarı İçin Anahtar Değişkenler
Fırsatın Risk ve Getirileri	1.0 İş Tanımı 2.0 Endüstrinin Tanımı 3.0 Pazarlama Planı 4.0 Finansal Plan 5.0 Üretim Planı 6.0 Organizasyon Planı 7.0 Operasyonel Plan 8.0 Özet Ekler	Gerekli Kaynaklara Erişim	Mevcut ve Potansiyel Sorunların Belirlenmesi
Fırsata Karşı Kişisel Özellikler ve Hedefler			Kontrol Sisteminin Geliştirilmesi
Rekabet Durumu			

2.6.3. Kaynakların Sağlanması

Elde edilen fırsatlar sonucunda gerekli kaynakların toplanması oldukça önemli bir aşamadır. Kaynakların sağlanması işlemi, girişimcinin mevcut kaynaklarına değer biçilmesiyle başlar. Bu işlemi takiben girişim için kritik öneme sahip kaynaklar ve kritik önemi olmayan kaynaklar belirlenmelidir. İhtiyaç duyulan kaynakların miktarını ve çeşitliliğini dikkate almaya özen gösterilmelidir. Yetersiz ve uygun olmayan kaynaklarla ilişkili olumsuz riskler de ayrıca değerlendirilmelidir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 42).

Kaynakların sağlanması aşamasında, ihtiyaç duyulan kaynakların mümkün olduğunca en az kontrolden geçirilerek zamanında temin edilmesi gereklidir. Girişimin başlangıç aşamasında, eldeki kaynakların mümkün olduğunca fazla olması girişimin başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Girişim büyüdükçe daha fazla finansal desteğe ihtiyaç duyulacaktır. Bu gibi finansal destekleri bulmak her zaman kolay değildir. Girişimci, karşısına çıkan fırsatlar için finansal destek bulamadığı takdirde eldeki kaynakları kullanma inisiyatifinde bulunabilmelidir. Girişim için önem taşıyan kaynakların alternatif tedarikçileri belirlenmelidir. Girişimci, ana ve alternatif tedarikçilerin ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurarak, kaynakların temininde tedarikçiler ile en iyi anlaşmayı yapmalıdır. Bu şekilde en düşük maliyetle mümkün olan en başarılı tedarik işlemini gerçekleştirebilecektir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 42).

2.6.4. İşletme Kurma/ Yönetme

Gerekli kaynaklar elde edildikten sonra girişimci, bu kaynakları iş planına uygun şekilde işlemelidir. Bununla birlikte büyüyen girişimin operasyonel sorunlarını da göz önünde bulundurmak gerekir. Bu, bir yönetim tarzı ve yapısı uygulanmasının yanı sıra, başarı için anahtar değişkenlerin belirlenmesini içerir. Süreçte karşılaşılabilecek herhangi bir sorunu yönetebilmek için kontrol sistemleri belirlenmelidir. Girişimciler bazen kurdukları işletmeyi yönetmekte ve büyütmede sıkıntılar çekebilmektedir. Tablo 1.2’de de belirtildiği gibi, bunun sebebi girişimci ve yönetici karar alma yöntemlerinin farklılığından kaynaklanabilmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 42).

2.6.5. Girişimcilik İşlevleri

Girişimci işletmesini kurduktan sonra sıra artık girişimcilik işlevlerini yerine getirmeye gelir. Bu işlevlerin yerine getirilmediği durumda girişim pazarda söz sahibi olamaz, büyüyemez ve daha sonra da kapanış sürecine girebilir. Çağdaş bir girişimcilikte yerine getirilmesi gereken işlevler şöyle sıralanabilir (Küçük, 2007, s. 28-29):

- Yeni mal veya hizmet üretmek,
- Yeni üretim yöntemleri geliştirip uygulamak,
- Yeni organizasyonlar kurmak,
- Yeni pazarlara ulaşmak,
- Hammadde ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak.

Girişimciler ortalamanın üzerinde gelir elde edebilmek ve girişimlerinin uzun dönemde hayatta kalabilmesi için yeni mal veya hizmet üretmeli, halihazırda üretilen ve bilinen ürünleri ise niteliklerini ve kalitelerini yükselterek geliştirmeleri gerekir. Sonuçta bu işlevi etkili bir şekilde yerine getiren girişimciler yüksek oranda kar elde edebilmektedir (Küçük, 2007, s. 28).

Bazı durumlarda yeni mal veya hizmet üretmek yerine yeni üretim modelleri geliştirip uygulamak ve bunların patentini alıp satmak yüksek oranda kar getirebilmektedir. Buna örnek olarak Henri Ford’un üretim aşamasında montaj hattını uygulaması gösterilebilir. Bu uygulamada büyük oranda kazançlar elde edilmiş ve otomobil sektörünün liderliği ele geçirilmiştir (Küçük, 2007, s. 28-29).

Girişimciler yeniliklere daima açık olmalıdır. Karşılaşılan veya üretilen yenilikler çerçevesinde örgütsel ve çevresel değişimlerin yapılması gerekebilir. Bu değişimler

sonucunda da; yurtiçi veya yurtdışında yeni pazarlar keşfedip bu pazarlara girerek satışlarını arttırmak, tüketicilerin alım güçlerini yükseltmek, ekonomik kalkınmayı sağlamak ve gelir dağılımını daha dengeli bir hale getirmek hedeflenmelidir (Küçük, 2007, s. 29).

2.7. Girişimcilikte Başarı Koşulları

Girişimcilikte başarılı olma konusunda başrol girişimcinin kendisine aittir. Başarılı bir girişimcinin uzun süre yorulmadan çalışabilmek, zorluklar karşısında yılmamak, karar alımlarda azimli olmak, belli bir düzeye erişene kadar az ile yetinmek ve işin gerektirdiği teknik ve sosyal beceriye sahip olmak gibi çeşitli kişisel özelliklere sahip olması gerekmektedir. Başarılı ve başarısız girişimciler; karar alma yöntemleri ve kişisel özellikleri ile birbirinden ayrılmaktadır. Karar alma yöntemleri ve kişisel özelliklerin yanında; iş olanağının bulunması, işe başlamak için uygun zamanın seçilmesi, gerekli yönetim becerisi ve tecrübesinin bulunması, yeterli öz sermaye ve kredi olanaklarının olması ve risk sigortası gibi faktörler de girişimcinin başarı veya başarısızlığına etki eder (Tutar, 2003, s. 177-178).

2.7.1. İş Olanığı

İş olanağının bulunması girişimcilikte önemli bir başarı faktörüdür. Burada anlatılmak istenen toplumun ihtiyaç duyduğu ve bu alanda bir yatırımın olmadığı bir alana yatırım yapmak veya mevcut yatırımların müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayamaması sonucu yeni ikame mal veya hizmet sunmaktır. Bireyler bu şekilde fırsatları kullanarak ve pazarda ilgi uyandıracak fırsatlar yaratarak girişimcilik niteliği kazanırlar (Tikici ve Aksoy, 2009, s. 50).

Girişimci pazar araştırmaları yapmalı, müşterilerin mevcut ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların ne derece karşılandığını araştırmak durumundadır. Bu araştırmalar sonucunda yaratıcılıklar da kullanılarak ihtiyaç duyulan ve piyasada bulunmayan ürünler belirlenmeli ve üretmeli veya ikame edilmelidir. Girişimci bunları yaparken pazardaki rakiplerinin rekabet güçlerini ve kendi kaynaklarını da dikkate almak durumundadır. Tüm bunların sonucunda pazarın belirli bir bölümünü veya tümünü hedef pazar olarak seçmelidir (Küçük, 2005, s. 43).

2.7.2. Uygun Zaman

İşe başlamak için uygun zamanın seçimi, en önemli başarı faktörlerindendir. Yatırım yapmak için en uygun dönem seçildiği durumlarda girişimcilikte başarı sağlanabilmektedir. Uygun zaman seçiminde ekonomik durumun iyi okunması, alım gücü ve talep miktarına ilişkin tahminler yapılması büyük önem taşımaktadır. Bazen kriz ortamlarında kimi mal veya hizmete talep artmakta bazen de pazarda bir ürüne ilişkin yaşanan yoğun rekabet sonucunda bazı işletmeler pazardan çekilebilmektedirler. Bu gibi dönemler o işe girmek için en uygun zaman olarak değerlendirilebilmektedir (Küçük, 2005, s. 43; Tikici ve Aksoy, 2009, s. 50-51).

Ekonominin iyi olmasından her sektörde işlerin iyi gideceği sonucu çıkarılmamalıdır. Ekonominin canlı olduğu dönemlerde de sektörel açıdan olumsuzluklar yaşanabilir veya sektörün kaldıramayacağı sayıda işletmenin kurulması ile bazı firmaların piyasadan çekilmeleri gerekebilir. Tüm bunlar, uygun zaman seçiminin en iyi şekilde yapılması ve girişimcinin doğru ve zamanında kararlar alması ile başarı faktörüne dönüşebilmektedir (Küçük, 2005, s. 43).

2.7.3. Yönetim Becerisi

Yönetim; beşerî faktörlerin yanında işletmedeki tüm kaynakların planlanmasını, organize edilmesini, koordinasyonunu ve kontrolünü kapsayan geniş açılı bir kavramdır. Tecrübe ise bireylerin belirli bir süreç içerisinde karşılaştıkları olaylar sonucunda elde ettikleri, birçoğunun öğrenilerek elde edilemeyen kazanımlardır. Birey yönetim yeteneğini tecrübesi ile birleştirerek sorunları rahatlıkla çözebilir ve yeni gelişen durumlara kendisini ve işletmesini uyarlayabilmektedir. Bundan dolayı beceri işletmeyi başarılı kılan bir faktör olarak önemini kanıtlamaktadır (Marangoz, 2017, s. 101).

2.7.4. Öz Sermaye ve Kredi Olanakları

Yapılan her bir işin bir bedeli vardır ve bu bedeli ödemedi bir getiri sağlanamaz. Bir işletmenin kurulabilmesi için gerekli sermayeye yatırım sermayesi; bu işletmenin kurulup ilk kazancını elde edinceye kadarki süreçte yapılan harcamalar için kullanılan sermayeye ise çalışma sermayesi denir (Küçük, 2007, s. 44; Marangoz, 2017, s. 101).

Her sektörde bir işe başlamadan önce gerekli sermaye tutarının objektif bir şekilde hesaplanması gerekir. Ancak girişimci her zaman bu sermayenin tamamına sahip olamayabilir. İhtiyaç duyulan ve girişimcinin elinde bulunmayan sermaye kredi veya

çeşitli borçlanma yöntemleri ile elde edilebilir. Bu durumda girişimci yatırımın geri dönüşü ve borçlanma fiyatlarını inceleyerek tercihlerini şekillendirir. İşletmeler kara geçmek için bir müddet çalışıp beklemek zorundadır. Özellikle küçük ölçekli işletmelerin kara geçişine kadar ailelerinin geçimini sağlama yükümlülüğü de göz önüne alındığında, yatırımdan planlanan ilk kazançların elde edilmesine kadar geçecek olan süre çok iyi hesaplanmalıdır. Aksi taktirde aradaki bu süreçteki girişim başarı şansı azalacaktır. Bunların yanında borçların geri ödeme zamanları da göz önünde bulundurulmalıdır (Küçük, 2007, s. 44).

Başarılı bir girişimde öz sermaye ve borçların uygun oranlarda bir araya getirilmesi gerekir. Bu oran genellikle sermayenin en az %60'ının öz kaynaklardan karşılanması ve çalışma sermayesinin de en az altı aylık faaliyete yeterli olacak miktarda olması şeklinde kabul edilmektedir (Özalp, 1971, s. 111).

2.7.5. Risk Sigortası

Çevreden gelen belirsizlikler işletmeleri etkiler. Çevresel belirsizlikler; doğal afetler, siyasi krizler ve ekonomik krizler olabileceği gibi pazarda işletme faaliyetlerini etkileyebilecek tehditler veya fırsatları da kapsar (Küçük, 2007, s. 44; Tikici ve Aksoy, 2009, s. 51).

Sistem yaklaşımı çerçevesinden bakıldığında işletmeler ekonomik sistemi meydana getiren ögeler olarak görülürler. Ekonomik sistemin bir alt sistemi olan bu işletmeler çoğunlukla; kendi kaynakları üzerinde tasarruf edebilen, bazen de siyasi ve politik çevre şartlarını etkileyebilen sistemlerdir. Bunların dışında işletmeler etkileyemeyecekleri veya yönlendiremeyecekleri gelişmelerle de karşı karşıya kalabilmektedir (Küçük, 2007, s. 44-45).

Girişimcilikte başarı faktörü olarak risk sigortası, çevredeki gelişme ve değişikliklere hazırlıklı olmayı ve bu değişime uyum sağlamayı ifade eder. Anılan gelişme ve değişikliklere hazırlıklı olma ve uyum sağlama, işletmelerin karşılarına çıkan fırsatların değerlendirilmesi şeklinde olabileceği gibi, beklenmeyen aniden gerçekleşen durumlarda işletmenin içine düşebileceği sıkıntılı durumlar dikkate alınarak işletme faaliyetlerinin sigorta kapsamına alınması şeklinde de olabilir (Küçük, 2007, s. 45; Tikici ve Aksoy, 2009, s. 51-52).

2.8. Girişimcilikte Başarısızlık Koşulları

Yapılan araştırmalarda başarısızlık oranı KOBİ'lerde büyük ölçekli işletmelere oranla daha fazladır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi KOBİ'lerin finansal sorunlarının daha fazla olmasıdır. İstatistikler, KOBİ'lerin iş hayatına girişlerinden itibaren ilk beş yıl içerisinde piyasadan çekildikleri görülmektedir. Bundan yola çıkarak girişimlerde en belirgin görülen başarısızlık faktörleri; yetersiz yönetim ve sermaye, iş bunalımları, alacakların tahsil edilememesi, haksız rekabet, ekonomik kriz, kişisel şartların uygunsuzluğu ve varlıkların değerinin düşmesi biçiminde sıralanabilir. Bu faktörlere eklenebilecek birçok farklı başarısızlık faktörü bulunmaktadır. Bu faktörler genel olarak dört ana başlık altında incelenebilir (Küçük, 2007, s. 45)

2.8.1. Kuruluş Yeri Seçim Hatası

Girişimciler açısından kuruluş yeri, işletme kurmanın en detaylı ve önemli, derinlikli bir inceleme ve araştırmayı gerektiren aşamalardan birisidir. Kuruluş yeri kararı uygulamaya geçildikten sonra geri dönüşü çok zor olan veya hiç olmayan zorlu bir tercihtir. İşletme kurulduktan sonra yer değişimi büyük bir maliyet ve sorunları beraberinde getirecektir. Kuruluş yeri seçim süreci, her detaya her detayın incelenerek ve hassas araştırmalar yapılarak karar verilmesi gereken bir süreçtir. Kuruluş yerinin rasyonel çalışmalar sonucu belirlenmemesi sonucu işletmenin başarısız olması ve yaşamının son bulması yüksek ihtimali bulunan bir sonudur (Tikici ve Aksoy, 2009, s. 52).

2.8.2. Rekabet Koşullarının Göz Ardı Edilmesi

İşletmeler pazarda sektör lideri, takipçi veya rekabetçi gibi farklı konumlarda olabilecekleri gibi, pazarın yapısı da monopol veya oligopol gibi farklılıklar gösterebilmektedir. Bu durum göz önüne alındığında pazara yeni giren bir müteşebbis, kendi kaynaklarının yanında, pazardaki rakiplerin ve piyasanın yapısını da göz önünde bulundurarak bir hedef pazar belirlemelidir. Belirlenen hedef pazar, bazen pazarın tamamı olmakla birlikte yetersiz kaynak ve yüksek rekabet ortamlarında da pazarın belirli bir kısmı olabilmektedir (Küçük, 2007, s. 46).

Müteşebbis, işletmesini kurup faaliyette bulunacağı pazarı belirlemeden önce Fırsatlar-Üstünlükler-Tehditler-Zayıflıklar (FÜTZ-SWOT) analizi gibi çeşitli analiz yöntemleri ile rakiplerinin ve kendi işletmesinin üstün veya zayıf yönlerini incelemeli

ve bu doğrultuda rekabet edebileceği ve hedeflerine ulaşabileceği pazarı tercih etmelidir (Küçük, 2007, s. 47; Tikici ve Aksoy, 2009, s. 52).

İşletmelerin aynı zamanda yakın çevre faktörlerinden biri olan rakipler, çoğu kez benzer veya muadili mal veya hizmeti piyasaya sürmektedirler. Bu nedenle rakipler, işletmenin faaliyetlerini yakından etkilemektedir. Rakipler bazen kaliteli ürünleri, düşük fiyatları, kurdukları sağlam lojistik ağı ve yoğun reklam vb. pazarlama faaliyetleri ile pazarda üstünlük kurabilmektedir. Bu gibi rakiplerle rekabet içinde bulunmak oldukça zordur. Bu durumda müteşebbis ancak yeterli kişisel ve fiziksel unsurlara sahip olduğu takdirde bu gibi bir pazara girmelidir. Aksi takdirde ya pazara girmemeli ya da pazarı bölümlendirerek, pazarın bir bölümünde ihtiyaçları en iyi şekilde karşılayıp, rakiplerine bu pazar bölümünde üstünlük sağlayamaya çalışmalıdır. (Küçük, 2007, s. 47).

Piyasada güçlü rakiplerin olduğu bir ortamda işletmeler niş pazarlama stratejisini de benimseyebilmektedir. Niş pazarlama stratejisi, pazarlama faaliyetlerini, pazarın daha alt bölümlerine yönlendirerek müşterilerin özel ihtiyaçlarını karşılamak sureti ile rekabette avantaj sağlamasını ifade eder. Buna örnek olarak, sadece haber kanalı olarak yayın yapan CNN ve sadece çocuk kanalı olarak yayın yapan Cartoon Network kanalları gösterilebilir.

Bazı durumlarda da işletmeler pazarda takipçi konumunda kalıp, pasif bir tutum içine girerek belirli bir pazar payı ile yetinip ılımlı bir rekabet stratejisi izlerler. Bu şekilde aktif rekabete girmeyerek fazla yıpranmaz ve güçlü işletmelerin baskısıyla pazardan silinmeyip yaşamlarını sürdürürler (Küçük, 2007, s. 47).

2.8.3. Yetersiz Sermaye

Yetersiz sermaye girişimcilikte başarısızlık sebeplerinden en önemlilerindendir. Günümüzde birçok işletme sermaye yetersizliğinden dolayı kapanmakta, âtıl kalmakta ya da kapasitesinin altında üretim ile çalışmaktadır. Küçük (1998), Erzurum ilinde KOBİ'ler üzerinde yapmış olduğu çalışmasında bu durumu bizzat tespit etmiştir (Küçük, 2007, s. 47).

Bazı girişimciler, gerekli fizibilite çalışmalarını bir külfet olarak görmekte ve yeterli hassasiyeti göstermemektedir. Bu gibi girişimciler, işletme literatüründe “koyun ekonomisi” olarak adlandırılan, “diğerleri kar ediyorsa ben de kar ederim” anlayışı ile

girişimde bulunurlar. Genellikle buna örnek olarak Anadolu’da yaygın un fabrikaları ve Karadeniz kıyılarındaki balık yağı fabrikaları gösterilmektedir (Alpugan, 1996, s. 117).

Yukarıdaki örneğe benzer anlayışlarla yatırıma başlanıldığında, yatırım daha sona ermeden girişimcinin sermayesi bitebilmektedir. Bunun sonucunda girişimciler, yüksek faizli krediler kullanmakta ve sonrasında ödemelerde sıkıntı yaşayabilmektedir. Girişimciler genellikle yatırım için gerekli sermayeyi hesaplasalar da işletme sermayesini gözden kaçırabilmektedir. Bu durumda girişim faaliyete geçememekte veya kapasitesinin altında çalışmaktadır. Tüm bunlar işletmenin birim maliyetlerini yükseltmekte ve işletmenin rekabet gücünü zayıflatmaktadır (Küçük, 2007, s. 48).

2.8.4. Kişisel Yetersizlik

Girişimlerin başarısızlıklarında yukarıda konu edilen dışsal faktörlerin yanında girişimci bireyin kişisel yetersizlikleri de etkin rol oynamaktadır. Kişisel yetersizlik olarak adlandırılan bu faktörler:

- Ticaret bilgisinin yetersizliği,
- Hazırlıklı olmadan işe başlamak biçiminde sıralanabilir.

Girişimciler her zaman aynı düzeyde ticaret bilgisine sahip değildir. Kimi girişimci ailesinden gelen bir ticari faaliyet sonucu bu bilgiye sahipken, bazıları bunun eğitimini alarak ticaret hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Bunun yanında hiçbir eğitim veya ticari altyapıya sahip olmadan girişimde bulunan bireyler de mevcuttur. Bu şekilde girişimde bulunan bazı başarılı girişimciler de bulunabilmektedir. Ancak günümüzde yoğun rekabet ortamında başarılı olabilmek için yeterli bilgi birikimine sahip olmak gerekir (Küçük, 2007, s. 48).

Günümüzde bazı girişimciler, yeterli deneyime sahip olmaksızın gerekli hazırlıkları da yapmadan işe girişebilmektedir. Cesaret her ne kadar girişimciler için son derece önemli bir kişisel özellik olsa da, hazırlıksız bir şekilde sadece cesaret ile işe atılmak girişimci kişilik özelliklerinden biri olan cesaretin avantajını riske dönüştürmek anlamına gelmektedir. Ekonomik konjonktürün olumsuz seyrettiği durumlarda bu risk daha da fazla olabilmektedir. Bu gibi yüksek risklere rağmen, girişimciler bazen karşısına çıkan fırsatın bir daha ele geçmeyeceği ve yüksek kar elde etme düşüncesini taşırlar. Bu nedenle yeterli hazırlıkları yapmadan işe girişebilmektedirler. Bu gibi durumlarda girişimlerin başarısız olma oranları yüksek seviyededir (Alpugan, 1998, s. 17).

2.9. Girişimcilik Eğitimi

Girişimcilik eğitimi, bireylerin yaratıcılık eğilimlerini arttırmak amaçlı bir çabadır. Bundan dolayı girişimcilik eğitimi, temel işletme eğitimi veya ekonomi eğitimi ile bir tutulmamalıdır. Yüksek öğretim kurumlarında verilen girişimcilik eğitimi ise, kişileri girişim ve iş hayatı konularında aktif hale getirmekle birlikte iyi bir girişimci olabilmeleri için sahip olmaları gereken özelliklere yönelik bilgi edindirmeyi amaçlamaktadır (Liñán, Moriano ve Zarnowska, 2008, s. 45).

Bu alanda en sık kullanılan iki kavram işletme eğitimi ve girişimcilik eğitimidir. İşletme eğitimi, genellikle Birleşik Krallık'ta kullanılmakta ve kişisel gelişim, zihniyet, beceriler ve yetenekler üzerine geniş bir odaklanma olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik eğitimi ise bir girişim kurmak ve serbest meslek sahibi olmak bağlamında ele alınmaktadır. ABD’de ise yaygın olarak, girişimcilik eğitimi kavramı kullanılmaktadır. Bazı araştırmacılar bu konuda açık fakat pratik olmayan “uzun vadeli girişim ve girişimcilik eğitimi” tanımını da kullanmaktadır. Bu ülkede girişimcilik eğitimine Avrupa’dan daha önce başlanmış ve Avrupa’da girişimcilik eğitimi ABD’deki kadar hızlı gelişim gösterememiştir. Bunun nedeni olarak Avrupa’da girişimcilik eğitimlerinin 1970’li yıllardan sonra gelişme göstermesi söylenebilir (Lackéus, 2015, s. 7).

Girişimcilik eğitimine ek olarak, Kuzey ve Doğu Avrupa’da başka kavramların kullanıldığı görölmektedir. İsveç ve Balkanlarda, “girişimci öğrenme” kavramı genellikle girişimcilik eğitimine eşdeğer olarak kullanılmaktadır. Finlandiya’da kullanılan diğer bir kavram kümesi ise, “iç girişimcilik eğitimi” ve “dış girişimcilik eğitimi”dir. Tüm bu karmaşaya ek olarak Finlandiya’da kullanılan iç girişimcilik eğitimi kavramı, literatürdeki bir girişimcilik türü olan İç Girişimcilik (intrapreneurship) kavramı ile de sık sık karıştıırılabilir (Lackéus, 2015, s. 8).

Türkiye’deki girişimcilik eğitimleri incelendiğinde ise bu derslerin daha çok İktisadi ve İdari Bilimler Fakölteleri ya da meslek yükseköğretilerinde yer alan işletmecilik bölümleri tarafından verildiği görölmektedir. Son yıllarda Avrupa’daki duruma benzer şekilde Türkiye’de de girişimciliği destekleyici eğitim merkezlerinin sayısında bir artış yaşanmış ve bu alanda yapılan çalışmalar hız kazanmıştır (Aracıoğlu, vd. , 2016, s. 60). Ancak Türkiye’de verilen girişimcilik eğitimleri, ABD ve Avrupa’daki durumun aksine halen genel anlamda üniversitelerde verilmektedir. Son yıllarda görölen farklı eğitim

uygulamaları ile ülkemizde girişimcilik eğitimi ekosistemi zenginlik kazanmaya yeni yeni başlamaktadır.

Girişimcilik eğitiminde temel amaç, girişimci kişiliği ortaya çıkarmaktır (Rasmussen ve Sørheim, 2006, s. 193). Girişimcilik eğitiminin başlıca amaçlarını Raposo ve Paço (2011, s.455) şu şekilde belirtmiştir:

- Girişimcilik konusunda faydalı bilgi edinmek,
- Tekniklerin kullanımı ile kapasiteleri artırmak, iş durumlarının incelenmesi ve eylem planları oluşturmak,
- Girişimcilik becerilerini belirlemek ve teşvik etmek,
- Girişimcilik ile ilgili tüm konulara empati geliştirmek ve destek sağlamak,
- Değişime yönelik tutumlar geliştirmek,
- Yeni başlayan ve diğer girişimleri desteklemek.

Bir diğer çalışmada Alberti vd. (2004, s.8-9) girişimcilik eğitiminin amaçlarını şu şekilde sıralamıştır:

- Girişimcilik alanıyla ilgili belirli bir alan veya disipline ilişkin bilgi, kavram ve tekniklerin öğretilmesini amaçlar,
- Girişimcilikte muhasebe, finans, pazarlama ve genel yönetim bilgisini bütüncül bir şekilde kullanarak analiz ve sentez yapma becerilerini geliştirmeyi amaçlar,
- Bireylerin yeni girişimcilik kariyer olanakları konusundaki farkındalıklarını artırmayı ve girişimcilik çıkarları, yetenekleri ve potansiyelleri hakkında farkındalık geliştirmelerinde onlara destek olmayı amaçlar,
- Riskten kaçınma önyargısını azaltmak ve risk yönetimini öğretmeyi amaçlar,
- Girişimcilikte bireyleri astlarını yenilik yapmaya teşvik etme konusunda eğitmeyi amaçlar.

Başka bir deyişle, girişimcilik eğitimi, yukarıda listelenen farklı beceri, bilgi ve tutumların birleşimi olarak kabul edilen girişimcilik yetkinliklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

BÖLÜM 3: KUŞAK KAVRAMI VE KURAMLARI

Bu bölümde; kuşak kavramı ile ilgili temel bilgiler, kuşak kuramları, temel kuşaklar ve özellikleri, Türkiye nüfusu içerisinde kuşaklar ve Türkiye’de eğitim yaşamında kuşaklar üzerinde durulacaktır.

3.1. Kuşak Kavramı

Kuşak; yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer sorumluluk ve faaliyetlerle yükümlü olmuş kişilerin yer aldığı topluluk olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Bu tanımlamaya göre kuşak kavramı, aynı dönemde yetişen kişilere ait karakteristik özelliklerin, diğer dönemlerde yetişen kişiler ve yaş gruplarından ayırt edilmesini sağlayan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

1830-1840 yılları arasında kuşak çalışmaları hakkında ilk bilimsel çalışmalar yapan kişi Auguste Comte olmuştur. Comte’a göre kuşaksal değişiklikler, tarihin akışı içerisinde hareket eden kuvvetlerdir ve sosyal ilerleme, ancak bir kuşağın ardından gelen kuşağa öğreteceği birikimler ile mümkün olmaktadır (Comte, 1974, s. 635). Kuşakların edindiği bilgi, beceri ve deneyimler bir sonraki kuşağa aktarılarak sosyal düzen sağlanmaktadır. Bu deneyimler, toplumsal acılar veya bir başarı sonucunda oluşabilmektedir. Örneğin, bir savaş döneminin acı ve zor koşulları altında yaşayan kuşak üyeleri, kendinden sonra gelecek kuşaklara barışın önemini aktarırlar. Bu aktarım, gelecek kuşağın daha iyi şartlar altında yaşaması için bir öğreti niteliği taşımakta ve toplumsal gelişmenin önü açılmaktadır (Şalap, 2016, s. 7).

20. yüzyılda sosyal bilimler araştırma metotlarını kullanarak kuşak araştırmaları yapan ilk kişi Karl Mannheim’dir. Mannheim kuşak kavramını, ortak kültür ve alışkanlıkları paylaşan insanlar topluluğu olarak tanımlamaktadır (Latif ve Serbest, 2014, s. 136).

Jean-Claude Lagree’ye göre kuşak, aynı tarihsel olayların içinde bulunmuş, aynı dönemi yaşamış, aynı toplumsal koşullarda sosyalleşen ve hatta aynı birleştirici kimliğe sahip bireylerin oluşturdukları topluluklar olarak tanımlanmaktadır (Lagree, 1991, s. 7).

3.2. Kuşak Kuramları

Kuşak kuramları, tarih dönemleri esas alınarak yaş grupları arasında değişen davranış ve tutumların incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Kuşaklar ile ilgili yapılan

ilk çalışmalarda, kuşak farklılıkları en temel biçimde açıklanmıştır. Daha sonra tarihi dönemler temel alınarak bireylerin yaş grupları belirlenmiş ve her yaş grubu kendi dönemiyle özdeş hale getirilerek adlandırılmıştır. Bu şekilde sistemli bir yapı haline getirilen kuşak kuramları, batı dünyası tarihinde insan gelişimini anlamak üzerine oluşturulmuştur. Bu çalışmaların yanında Türkiye’de kuşaklar konusunda çeşitli araştırmalar da bulunmaktadır (Şalap, 2016, s. 11)

3.2.1. Batı Dünyasında Kuşak Kuramları

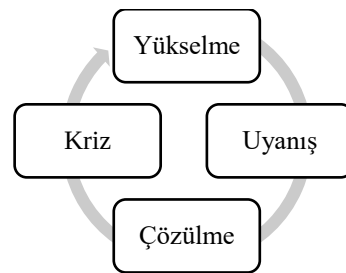
Dünyada kuşak kuramına ilişkin ilk çalışma Karl Mannheim tarafından yapılmıştır. Mannheim’i takiben Inglehart, Strauss ve Howe’un çalışmaları ile kuşak kuramları daha da geliştirilmiştir (Gürbüz, 2015, s. 41). Mannheim, kuşak farklılıklarının başlangıç noktaları ve toplumsal değişimin anlaşılması üzerine; Inglehart yaşlı ve genç kuşaklar arasındaki farklılıkları ortaya çıkarma konusuna; Strauss ve Howe ise sistematik kuşak araştırmaları üzerine odaklanmışlardır.

Mannheim, kuşak çalışmalarını 1950’li yıllarda Alman toplumu üzerinde yapmıştır. Mannheim’in 1952 yılında yazmış olduğu “Kuşakların Sorunları (Problems of Generations)” adlı makalede, kuşaklar sosyolojik açıdan incelemiştir. Bu çalışma kuşakları en geniş kapsamlı ve sistematik bir biçimde inceleyen ve kuşakları sosyal tarihin içerisine yerleştiren bir niteliğe sahiptir (Pilcher, 1994, s. 481-482). Karl Mannheim, kuşakların aynı yaş grubundaki güçlü bir tarihsel olaya bağlı bir grup insan olduğunu ileri sürmüştür (Lively, 2002, s. 2). Yazara göre; güçlü tarihi olaylara olan bağlılık, kuşakların ortak deneyimleriyle ilgilidir. Gelecek beklentisi de toplumun paylaştığı değer ve deneyimlere göre değişmektedir. Bu bağlamda Mannheim aynı kuşaktan insanların, kendilerinden önceki kuşaklara göre dünyaya farklı yönlerden nasıl bakabileceklerini anlatmıştır (Morsümbül, 2014, s. 138). Mannheim ayrıca siyasi tutumlara yönelik; özellikle orta yaş grubundaki kuşakların siyasal tutumlarının anlaşılabilmesi için kuşağın gençlik dönemindeki ortamın baskın ideolojileri ve sorunlarının incelenmesi gerektiği üzerinde durmuştur (Kışlalı, 1976, s. 118).

Günümüze daha yakın çalışmalar yapmasıyla tanınan siyaset bilimci Ronald Inglehart; sosyal değerlerin tarihsel süreçte ne gibi değişimler geçirdiğini incelemiştir. Batılı toplumlarda başlayan dönüşümlerin, ekonomik ve fiziksel güvenliğe öncelik veren materyalist düşünce yapısından; özgürlük, kendini ifade etme ve hayat kalitesine öncelik veren post-materyalist düşünce yapısına doğru olduğu düşüncesindedir (Baştürk, 2013, s.

10). Inglehart’a göre materyalistler yaşlı kuşağı ifade ederken, post-materyalistler ise genç kuşağı belirtmektedir. Materyalistler kişisel ve ekonomik güvenlik ile ilgilenirken, post-materyalistler ise kişisel ifade, sosyal duyarlılık ve çevre kalitesi ile ilgilenmektedirler (Yalın, 2007, s. 156). Inglehart bu durumu, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki kuşağın yaşamlarını zenginlik içinde geçirdiğini, bunun da genç kuşaklar ile yaşlı kuşaklar arasında büyük farklılıklara sebebiyet verdiği şeklinde yorumlamıştır (Morsümbül, 2014, s. 138). Yazar, toplumsal radikal dönüşüm olarak İkinci Dünya Savaşını temel almaktadır. İkinci Dünya Savaşı, kuşaklar arasında bir milat olarak kabul edilir. Milat çizgisinin gerisindeki kuşak yaşlı, milat çizgisinin ilerisindeki grup ise genç kuşak olarak nitelendirilir. Yazara göre savaşın zorlu koşullarını yaşamayan genç kuşaklar, kişisel değerlerine daha düşkündürler (Şalap, 2016, s. 13).

Günümüz tarihine en yakın sistematik kuşak kuramları, William Strauss ve Neil Howe tarafından oluşturulmuştur. Ancak bu kuramlar Amerikan tarihi temel alınarak yapılandırılmıştır (Karaaslan, 2014, s. 35). Strauss ve Howe, kuşakları doğum tarihlerine göre ayırmışlardır. Yazarlar kuşakların daha ayırt edici olması için aidiyet algısı, ortak inanç, davranışlar ve ortak alan olmak üzere üç özelliğin de bir arada bulunması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu ilkeler bağlamında Strauss ve Howe’nin oluşturduğu kuşak kuramları, dört temel tarihi süreçten oluşmaktadır. Her bir toplumsal dönem, ortalama 15 ve 20 yıllık bir süreci kapsamaktadır. Bu dört dönem yaklaşık 80-90 yıl sürmekte ve dört aşama tamamlandıktan sonra kendini tekrar etmektedir (Çorum, 2012, s. 11). Şekil 3.2.1’de bu dönemler belirtilmektedir.



Şekil 3.2.1. Strauss ve Howe'nin dört temel dönemi (Şalap, 2016)

William Strauss ve Neil Howe'un 1997 yılında yayınladıkları "The Fourth Turning" adlı kitabında, gösterdikleri bu döngünün aşamalarını detaylı şekilde açıklamışlardır. *Yükselme dönemi*, eski değerler rejiminin yıkıldığı ve yeni vatandaşlık haklarının (civil rights) düzenlendiği, güçlü kurumların ortaya çıktığı ve bireyselleşimin

zayıfladığı 1945 ile 1964 yılları arasındaki zaman dilimidir. *Uyanış dönemi*, yeni değerler rejimiyle birlikte sivil hakların tehlikenin azaldığı anda manevi değerlerin yükselişe geçtiği çok hırslı 1964 ile 1984 yılları arasındaki dönemdir. *Çözülme dönemi*, yeni değerlerin değerlendirilmesi ve eski sivil hakların değerini kaybetmesiyle bireyselleşmenin yükselmesi ve kurumların zayıfladığı 1985 ile 2005 yılları arasındaki dönemdir. *Kriz dönemi* ise, mevcut değerlerin yetersiz kalması ve bunların yerine farklı değerlerin konulmasıyla döngüyü yeni bir başlangıca götüren dönemdir. Henüz belirli bir zaman aralığı verilemeyen milenyum krizi olarak adlandırılan uzun vadeli bir dönemi kapsar (Strauss ve Howe, 1997, s. 19).

Dünyada kuşak kuramlarının gelişimi, Strauss ve Howe'un kuşak kuramıyla birlikte sistemli bir hal almıştır. Fakat bu kuram, 2005 yılında belirsiz bir şekilde sona erdirilmiştir. Bu nedenle Strauss ve Howe'un kuram sistematizasyonundan baz alınarak, 2005 yılı ve sonrasında doğan kuşağın da içinde bulunduğu kuşak kuramları ortaya çıkmıştır. Bu kuramların öncüleri arasında Martin ve Tulgan, Lancaster ve Stillman, Oblinger ve Oblinger, Don Tapscott ve Zemke sayılabilir.

Tablo 3.2.1'de dünyadaki kuşak kuramlarına yönelik sistematik bir sınıflandırma yer almaktadır.

Tablo 3.2.1. Dünyada kuşak kuramlarına göre kuşakların sınıflandırılması (Reeves ve Oh, 2008)

Sınıflandırmalar					
Strauss ve Howe (2000)	Sessiz Kuşak 1923-1943	Patlama Kuşağı 1943-1960	13. Kuşak 1961-1981	Milenyum Kuşağı 1982-2005	-
Don Tapscott (1998)	-	Bebek Patlaması 1946-1964	X Kuşağı 1965-1975	Dijital Kuşak 1976-2000	-
Zemke ve Diğerleri (2000)	Emektar Kuşak 1922-1943	Bebek Patlaması 1944-1960	X'ler Kuşağı 1960-1980	Sonraki Kuşak 1980-1999	-
Lancaster ve Stillman (2002)	Gelenekseller 1900-1945	Bebek Patlaması 1946-1964	X kuşağı 1965-1980	Y Kuşağı 1981-1999	-
Martin ve Tulgan (2002)	Sessiz Kuşak 1925-1942	Bebek Patlaması 1946-1964	X Kuşağı 1965-1977	Milenyumlar 1978-2000	-
Oblinger ve Oblinger (2005)	Olgun Kuşak > 1946	Bebek Patlaması 1947-1964	X'ler Kuşağı 1965-1980	Milenyum Kuşağı 1981-1995	Post-Milenyumlar 1995'ten Günümüze

Tablo 3.2.1 incelendiğinde batılı kuramlarda bazı tarihsel ve kavramsal farklılıklar görülse de genel olarak Strauss ve Howe'un sınıflandırması temel alınmaktadır. Bu

sınıflandırmada kullanılan tarihsel süreçler ve kuşak isimlerinde bazı küçük değişikliklere gidilerek kuramlarda farklı sınıflandırmalar oluşturulmuştur.

3.2.2. Türkiye’deki Çalışmalar

Türkiye’de Batılı ülkelere göre kuşak çalışmaları daha geç başlamış ve bu çalışmalar genellikle farklı disiplinlerde kendine yer bulmuştur. Bunun neticesinde kuşak çalışmalarına farklı disiplinlerde karşılaşılabilmektedir. Özellikle Türkiye’de üretilmiş ve üzerinde durulmuş bir kuşak çalışması bulunmamaktadır. Kuşaklar üzerine yapılan araştırmalarda ise Türk toplumunun yapısı ve tarihi değerleri üzerine incelemeler yerine Batılı kuşak kuramları temelinde incelemeler yapılmıştır. Bu sebeple Türkiye’ye özgü bir kuşak sınıflandırması yapılmamış, Batılı kuşak kuramları esas alınarak çeşitli sınıflandırmalar kullanılmıştır.

3.2.3. Kuşak Kuramlarına Eleştirel Bir Bakış

Doğa bilimlerinde olduğu gibi, sosyal bilimlerde de evrensellik özelliği çok zor bir olgudur. Bunun en temel nedeni, her toplumun kendine has karakteristik özelliklerinin bulunması ve sosyal bilimlerde inceleme alanının doğa bilimlerindeki inceleme objesinden farklı olmasıdır (Hira, 2011, s. 182). Bir toplum açısından önemli sosyal bir olgu, bütün toplumlar açısından bir sonuca varılmasına imkân vermemektedir.

Her toplumun kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler evrenselleştirilemeyen özellikler de olabilmektedir. Bu bağlamda sistematik olarak bir düzene sahip olsa da kuşaklar kuramındaki sistem unsurları, farklı toplumlar açısından değişkenlik gösterebilmektedir. Burada yapılması gereken, sistem unsurlarının toplumlara özgü bir şekilde araştırılıp incelenmesi olacaktır (Kongar, 1993, s. 322).

Yukarıdaki bilgiler ışığında, Türkiye’deki kuşak çalışmalarının diğer ülkelerdeki kuşak kuramlarından tamamen aynı şekilde alınarak araştırılmalarda kullanılmasının, toplumsal ve mekânsal değişiklikler durumunda farklı sonuçlar gösterebileceği söylenebilir. Bir diğer ifade ile, Dünyadaki ve Türkiye’deki sosyal farklılıklar ve değişimler aynı özelliklere sahip olmadığından aynı etki ve sonuçları göstermeyebilmektedir. Buna en basit örnek olarak sanayileşme süreci gösterilebilir. Batı’da bu süreç 18.yy’da Türkiye’de ise 20.yy’da başlamıştır. Bu nedenle, Batı dünyasında 18.yy’da yaşanmış olan toplumsal değişimin etkileri Türkiye’de 20.yy’da

yaşanmaya başlamıştır. Bu durum, Batı ülkelerindeki kuşaklar ile Türkiye’deki kuşaklar arasında bir farklılık oluşmasını kaçınılmaz kılmıştır (Geçim, 1989, s. 275).

Toplumlar açısından sanayileşme sürecinde olduğu gibi, kuşakların sınıflandırılmasında temel alınan dönemlerde de farklılıklar bulunmaktadır. Strauss ve Howe, çalışmalarında Amerikan tarihini temel alarak 15-20 yıllık toplumsal döngüler üzerinden kuşak sınıflandırılması yapmıştır. Buna karşın Türkiye’de toplumsal dönüşümlerde siyasal nedenler etken olduğu için çalışma yaşamına dair incelemeler Cumhuriyet Dönemi (1923-1946), Çok Partili Dönem (1946-1960), 1960 Yasası Dönemi (1960-1980), Askeri Müdahale Dönemi (1980 ve sonrası) şeklinde sınıflandırmalar üzerinden yapılmıştır (Şalap, 2016, s. 23).

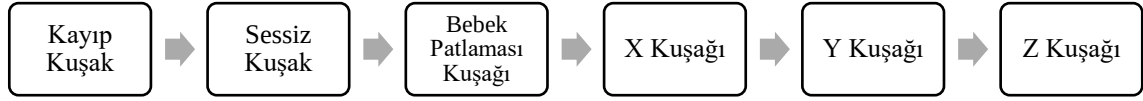
Kuşak kuramlarına yönelik bir diğer eleştirel bakış açısında ise bölgesel gelişmişlik açısından değerlendirmelerde bulunulmuştur. Ülkeler arası farklılıkların yanında, ülkelerin bulunduğu konum ve ülkelerin kendi içindeki bölgesel gelişmişlik farklılıkları ele alınmıştır. Ülke içindeki bölgeler arasında sosyal, bilimsel ve ekonomik gelişmişlik açısından farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar kuşak teorilerinin evrenselleştirilmesini zora sokmuştur. Bu gelişmişlik farkı Türkiye nezdinde incelendiğinde Marmara, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgelerinin gelişmişlik düzeyi Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine göre farklılık göstermesi, aynı kuşaktan olsa bile kuşak üyelerinin benzer durumlar karşısında benzer tutum ve davranış göstermesini engelleyecektir (Ersungur, Kızıltan ve Polat, 2007, s. 64).

Tüm bu eleştiriler sonucunda kuşakların özellikleri ve sınıflandırılması açısından Türkiye ve Dünya’daki kuramlar birbirinden ayrıştırılarak Türkiye’ye özgü sınıflandırılmalarının yapılması gerekmektedir. Türkiye’de bulunan kuşakların temel özelliklerinin saptanması ve sınıflandırılması için bu konuda daha çok bilimsel çalışma yapılması gerekmektedir (Gürbüz, 2015, s. 53)

3.3. Temel Kuşaklar ve Özellikleri

Kuşak kavram ve sınıflandırılması konusunda henüz bir fikir birliğine varılamamıştır. Sınıflandırmalar ve algılar kültürden kültüre değişiklik göstermektedir. Derinlemesine bir kuşak araştırması yapıldığında sınıflandırmaların tarihlerinde de birçok farklılık olduğu görülebilir. Bu çalışmada kuşak kavramları Şekil 3.3’te görüldüğü

gibi “Kayıp Kuşak, Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı” biçiminde ele alınmaktadır.



Şekil 3.3. Temel kuşaklar

3.3.1. Kayıp Kuşak

Literatürde hakkında pek fazla bilgi olmayan Kayıp Kuşak, 1900-1925 yılları arasında doğmuş ve genel olarak genç yaşta I. Dünya Savaşına katılmış kişilerin oluşturduğu kuşak olarak belirtilmektedir. Kayıp kuşak üyelerinin “Kayıp” olarak adlandırılmasındaki en büyük etken dünya çapında patlak veren bir savaş neticesinde ülkelerin neredeyse tüm gençlerinin savaşa katılıp eğitim ve teknik yönden geri kalması olmuştur. Günümüzde kayıp kuşak üyeleri oldukça az sayıdadır, birçoğu çalışma ve eğitim hayatında bulunmamaktadır.

3.3.2. Gelenekselciler, Gazi Kuşağı ve Sessiz Kuşak

1925-1945 yılları arasında doğan kuşağa sessiz kuşak adı verilmektedir (Kyles D. , 2005, s. 54). Günümüzde iş ve eğitim hayatında çok az sayıda bulunan bu kuşak, 1925lerden II. Dünya Savaşı’nın bitimine kadarki zaman diliminde yetişen kuşağı tanımlamaktadır. Bu kuşağın genel özellikleri; sadık, tutarlı ve uyumlu olmalarıdır. Sessiz kuşak üyelerinin çoğu büyük buhran ve II. Dünya Savaşı gibi sıkıntılarla karşılaşmış bireylerdir. Bu olayların izlerini taşıyan sessiz kuşak üyelerinde kanaatkâr olmak, tedbirli olmak, risklerden sakınmak ve kurallara uymak gibi eğilimler yaşam tarzı haline gelmiştir (Lehto, vd., s. 239).

Günümüzde sessiz kuşak üyeleri çok az da olsa iş yaşamında bulunmaktadır. Bu kuşak günümüz iş yaşamının temellerini atan kuşak olarak da bilinmektedirler. O dönemin şartlarında eşsiz birer bilgi kaynağı olmaları ve pratik zekâları onları işletmeler için yüksek mevkilerdeki kişiler haline getirmiştir (Filipczak, Zemke ve Raines, 2013, s. 45).

Sessiz kuşak üyeleri, posta veya yazılı iletişimin diğer formları gibi açık, basit bir bilgi alımını tercih ederler. Sessiz kuşak dünyada en az üyesi olan kuşak olarak

bilinmektedir. Dünya genelinde yaşanan ekonomik sıkıntılar, açlık, işsizlik, tasarruf etme gibi yaşam koşullarına maruz kalmış bir kuşaktır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s. 171).

Türkiye’de II. Dünya Savaşı ve büyük buhran zamanında doğan kuşak üyelerini kapsayan ve günümüzde babaanneleri, anneanneleri ve dedeleri temsil eden kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk dönemlerini görmüş ve yaşamış bu nesle bazı uzmanlar tarafından “Uyumlu Nesil” adı verilmektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s. 171).

3.3.3. Bebek Patlaması Kuşağı

Bebek patlaması kuşağı üyeleri 1946-1964 yılları arasında dünyaya gelmiş insanlardır. Bu kuşağın üyeleri genellikle işkolik, işverenlerine karşı sadık ve yönlendirilmeyi kabul eden yapıda kişilerdir (Bejtkovský, 2016, s. 27). Bu dönemde dünyaya gelen kişiler “Soğuk Savaş Çocukları” olarak da adlandırılır. Anılan dönemde ülkelerin siyasi ve ekonomik yapılarında ciddi değişiklikler görülmüştür. Bununla birlikte ekonomik refah da yavaş yavaş yükselmeye başlamıştır. Anılan gelişmeler bu kuşak üyelerinin düşünce yapısını önemli ölçüde etkilemiştir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s. 171-172).

Bebek patlaması kuşağı, Batı dünyasında insan hakları hareketleri ve radyonun altın çağını yaşadığı dönemde doğan bireylerden oluşmaktadır. Türkiye’de ise ihtilal, darbe ve çok partili hayat sancılarının en etkili biçimde yaşandığı dönemde doğan bireylerden oluşmaktadır. Bu kuşak bireylerinin en temel özellikleri arasında kanaatkâr olmaları, yüksek sadakat duygusuna sahip olmaları, belirli bir yerde uzun süre çalışmaları, bencil olmaları, işkolik olmaları, çalışkan olmaları, idealist olmaları ve teknoloji ile aralarının çok iyi olmaması gibi özellikler sıralanabilir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014, s. 172). Bu kuşak üyeleri günümüzde iş ve eğitim hayatında halen bulunmaktadır ve gelecek 10 yıl içerisinde emekli olmaları ve iş yaşamından ayrılmaları beklenmektedir.

3.3.4. X Kuşağı

X Kuşağı, 1965-1979 yılları arasında dünyaya gelen bireylerden oluşmaktadır. Bu kuşak ayrıca “Kuşak I” ve “Kuşak F” olarak da adlandırılmıştır. I harfi, “invisible” yani görünmez kuşak, L harfi ise “Lost” yani kayıp kuşak anlamında kullanılmıştır (Bako, 2016, s. 17). Bu tanımlamaların yanında ayrıca X’ciler, Patlama Sonrasılar, Gölge Kuşak,

13. Kuşak (ABD’nin kuruluşundan itibaren doğan 13. kuşak) ve Bebek Kırıcılar şeklinde de tanımlanmışlardır (Latif ve Serbest, 2014, s. 139).

“ABD’de ebeveynlerinin dünyaya getirmemek için doğum kontrol hapları kullanan ilk çocuklar onlardı. Bu kuşak her zaman, özellikle çocukken, yetişkinlerin kendilerini ve ülkeyi kontrol edemediğini hissettiler. Diğer nesiller ile karşılaştırıldığında, itilmişlik hissi bu neslin neredeyse tüm üyelerinde bulunur. Amerikan tarihinin karanlık zamanlarında dünyaya geldikleri için bu kuşağın üyeleri kendilerini düşük okul puanları, yüksek suç ve intihar oranları, madde bağımlılığı içinde buldular. Bu nedenle de yaşlılar tarafından muhtemel silahlı ve tehlikeli olarak görüldüler. Düşük sınav notları yüzünden yaşlılar tarafından çok ağır şekilde eleştiriye maruz kaldılar ve bu durum onların içindeki Patlama kuşağına olan merhameti kaybetti. Okul puanları yüzünden aşağılandılar, alaya edildiler ve düşük zekâ seviyeli kuşak olarak tanımlandılar. Bu dönemde göçmenler ve göçmenlerin çocukları okul notlarında daha ileri bir seviyede ve yarışmaların finalistleri ve kazananı oldular (Strauss ve Howe, 1991’den aktaran, Bako, 2016, s. 17).”

Eski kuşaklar onları telaşlı, güvenilmez, kayıp, mahvolmuş ve hatta harcanmış kuşak olarak adlandırmışlardır. Bebek patlaması kuşağının aksine X kuşağı üyeleri; fikirlerini milyonlarca dolara satmaya ve boş zamanlarını yüksek ücretler karşılığında takas etmeye hazır oldukları ifade edilmektedir (Strauss ve Howe, 1991, s. 320).

Eski kuşakların onlar hakkında söyledikleri ve düşündüklerinin aksine X Kuşağı üyeleri kendilerini, “pragmatik, hızlı, keskin gözlü ve hayat oyunun oynayabilmek için dışarı adım atabilecek bireyler olarak görmüşlerdir (Strauss ve Howe, 1991, s. 320). Her şekilde X kuşağı kendini bu şekilde kabul etmiş ve içinde bulundukları koşulların onları bu hale getirdiklerini kabul etmişlerdir. Kendilerini düşünen aile bireyleri, parçalanmış aileler, birbiriyle çatışan misyonları olan okullar, perişan liderler, yeni halk sağlığı tehditleri ve gençlerin yerine yaşlıları destekleyen bir ekonomik düzen ile karşılaşmışlardır (Strauss ve Howe, 1991, s. 321). X kuşağı için o dönemlerde iyi bir ekonomik bir gelecek görünmemekte; sadece artan maliyetler ve azalan maaşlar söz konusu olmaktaydı. Tabi onlar bu şartlar altında yaşamayı öğrenmişlerdir. Bu nedenle kendilerini “bağımsız ve kendini gerçekleştiren” bireyler olarak da ifade etmişlerdir (Strauss ve Howe, 1991, s. 321).

Sonuç olarak, X kuşağı üyeleri hayata önceki kuşaktan daha önce atılmışlardır. Bu kuşak kendinden önceki kuşağın onlara bıraktığı alanda yaşamak zorunda bırakılmış ve

bunun sonucunda yaşlandıklarında daha öncekilerin değer yargıları X kuşağı üyeleri tarafından neredeyse tamamen değersizleşmiştir. Bu özellikler genellikle ABD’li X kuşağı üyelerini yansıtmaktadır. Türkiye’de X kuşağının durumu ise; kültürel, demografik ve gelişmişlik farklılıkları sebebiyle değişiklikler göstermektedir.

Türkiye’de, X kuşağı “geçiş dönemi çocukları” olarak adlandırılmaktadır. Bunun nedeni hem Türkiye’de hem de dünyadaki değişiklikler ve dönüşümler olmuştur. X kuşağı, değişen dünyanın acımasız gerçekleri ile büyümüş ve sosyalist, sadık ve idealist özelliklere sahiptir (Senbir, 2004, s. 24). TÜİK’in verilerine göre kişi başına düşen milli hasıla 1965’te 271 dolar iken, 1979’da 1877 dolara çıkarak diğer nesillere kıyasla X Kuşağının yaşam standartlarında önemli gelişmelere yol açmıştır. Bu durum sayesinde X kuşağı bireyleri parasal konular dışında, sosyal yaşamla ilgili unsurlara önem vermeye başlamışlardır (Ayhün, 2013, s. 100). Bu nesil daha çalışkan ve gerçekçi olarak ifade edilmektedir. X kuşağı, toplam nüfusun %22’sini oluşturmakta ve uzmanlar tarafından “rekabetçi” olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşak üyeleri üniversitelerde solcu-sağcı çatışmaları ve petrol krizlerini yaşamış ve televizyon o yıllarda önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir (Ayvaz, 2013). X kuşağı çalışanları; toplumsal sorunlara duyarlı, motivasyonları yüksek, otoriteye saygılı ve kanaatkâr yapıya sahiptir. Bireyseliği ön planda tutan X kuşağı çalışanları, işe bakış açısı olarak “yaşamak için çalışmak” düşüncesinin önemine vurgu yapmaktadır (Ayhün, 2013, s. 104). X kuşağı üyeleri günümüzde hala aktif bir şekilde iş yaşamında bulunmaktadır.

3.3.5. Y Kuşağı

Günümüzde en kalabalık nüfusa sahip olduğu düşünülen Y kuşağının tarihsel aralığı konusunda birçok farklı görüş olmakla birlikte; genellikle 1980-1999 yılları arasında doğmuş kişilerin oluşturduğu nesil olarak ifade edilmektedir (Kyles, 2005, s. 54). Y kuşağının yaş aralığı hakkında pek çok araştırmacının birbirine yakın tarihler ifade ettiği görülse de özellikleri açısından çeşitli farklılıklar göze çarpmaktadır. Tablo 3.3.5’te bazı araştırmacıların Y kuşağının yaş aralığı hakkındaki ifadeleri yer almaktadır.

Tablo 3.3.5. Y kuşağına atfedilen yaş aralıkları (Yüksekbilgili, 2015)

Araştırmacılar	Atfedilen Yaş Aralıkları
Howe ve Strauss (1997)	1982- 2004
Washburn (2000)	1982 – 2003
Pekala (2001)	1979- 2001

Lancaster ve Stillman (2002)	1981 – 1989
Arsenault (2004)	1981- 2000
Kotler ve Armstrong (2004); Bush, Martin ve Bush (2004); Hacker (2008)	1977 – 2000
Seçkin, (2005)	1980- 1995
Broadbidge, Maxwell ve Ogden (2007)	1978- 2000
Lower (2008)	1980- 2001
Tolbize (2008)	1981 – 1995
Yelkikalan ve Altın (2010)	1980 – 1994
Williams ve Page (2011); Kim, Knight ve Crutsinger (2009); Nusair, Parsa ve Cobanoğlu (2011); Senbir (2004)	1977 – 1994
Miller ve Washington (2011); Salahuddin (2010)	1980- 2000
Ergil (2013); Keleş (2011); Haeberle, Herzberg ve Hobby (2009); Crumpacker ve Crumpacker (2007); Kyles (2005)	1980 – 1999

Tablo 3.3.5’te görüldüğü üzere literatürde Y kuşağının yaş aralığı hakkında birçok farklı bilgi bulunmaktadır. Bazı araştırmacılar 1980-1994 yılları arasını Y kuşağı olarak değerlendirmekte ve 1995-2000 yılları arasında doğmuş bireyleri “Milenyum Kuşağı” olarak da adlandırmaktadır.

Y kuşağına verilmiş diğer isimler genellikle; Milenyum kuşağı, Gelecek kuşak, Dijital kuşak, Eko Patlaması ve Bir Sonrakiler şeklindedir. Y kuşağı da X kuşağında olduğu gibi çalışan aile bireyelerine sahiptir. Bu kuşağın ebeveynleri önceki kuşaklardan çok farklı özelliklere sahiptir. Çocuklarının en iyi şartlarda yetiştirilmesi, iyi bir eğitim alması ve güvenli bir ortamda bulunması için uğraş verirler. Gelişmiş insan hakları standartları ile yetişen bu nesil, söylenen son sözlerin hiçbir zaman gerçekten bir son söz olmadığını ve her durumun değişebileceğini göstermiştir (Wendover, 2001’den aktaran; Yüksekbilgili, 2015, s. 261).

Y kuşağının temel özellikleri olarak rahat koşullarda çalışabilecekleri işleri tercih etmeleri, teknolojiyi yakından takip edip kullanmaları, kendi işlerini kurmak istemeleri, özgürlüklerine düşkünlükleri, kendilerine olan yüksek güvenleri, aynı anda birden fazla işi yapabilmeleri, sabırsız olmaları ve sosyal iletişim ağları ile işyeri sınırları içinde/dışında sürekli bağlantıda kalabilmeleri gösterilmektedir. Ayrıca Y kuşağının en

önemli iletişim alanı internettir (Yüksekbilgili, 2015, s. 261). Teknoloji dostu olmalarının yanında; teknoloji odaklı, bireyci, zor beğenen ve dünya vatandaşı olmaları açısından dikkat çekmektedir. Anne ve babaları olan X kuşağıyla teknoloji kullanımı açısından önemli farklılıklar taşıyan bu nesil; bilgisayar, telefon ve internet çocukları olarak da ifade edilmektedir (Senbir, 2004: 26).

Günümüzde Y kuşağını eğlence, gezme, yaşama, yeni şeyler deneme, başarı, para, alışveriş, ne istediğini bilme, yoğun çalışma, hayallerinin peşinden koşma, sorgulama ve sevdiklerine zaman ayırma gibi konulara önem vermektedir (Tufur, 2011, s. 36). Y kuşağının doğduğu yıllarda Türkiye’de; sağlık, eğitim ve gelir bağlamlarında önemli iyileşmelerin yaşanması bu özellikleri önemli ölçüde etkilemektedir. Günümüzde Y kuşağı üyeleri aktif olarak eğitim ve iş hayatında rol almaktadır.

3.3.6. Z Kuşağı

2000 yılından günümüze kadar olan süreçte doğan (2000-2021) bireyler Z kuşağı olarak adlandırılmaktadır. Bu kuşak ayrıca “Yeni Sessiz Nesil”, “İnternet Kuşağı” gibi isimlerle de ifade edilmektedir (Jones, Jo ve Martin, 2007, s. 3). Genel olarak zevklerine düşkün, teknolojiyi hızlı kavrayan ve işlerini kısa sürede tamamlayan, bireyselliğe önem veren, en yeni iletişim araçlarını iyi bir şekilde kullanan, iş arkadaşlarıyla dost olmayı tercih eden, yeniliklere açık, haberleşmek için e-posta yerine “Facebook”, “Whatsapp”, “Twitter” veya “Instagram” gibi sosyal medya araçlarını kullanan, arkadaşlık ilişkilerini ise ağırlıklı olarak sosyal medya üzerinden yürüten, teknoloji bağımlısı olmayıp, teknolojiyi doğal olarak bir yaşam standardı olarak algılayan Z kuşağı, internet teknolojilerine yatkınlığı ile bilinmektedir (Kayıkçı ve Bozkurt, 2018, s. 55).

Z kuşağı üyeleri yeniliklere açık olmaları ve daha kolay uyum sağlamaları nedeniyle değişimi sadece mobil iletişim, sosyal medya gibi içeriklerle sınırlandırmayıp; giyilebilir teknolojiler, yapay zekâ ve robotik gibi yenilikçi içerikleri yaşamlarına rahatlıkla entegre edebilmektedir. Bu entegrasyonlar yüzünden yakın zamanda Z kuşağı üyelerinin bugün olduğundan farklı aile yapıları olacağı düşünülmektedir (Wellner, 2000, s. 63).

‘İnternet kuşağı’ olarak da adlandırılan bu nesil, teknolojik yenilikler, ulaşım ve iletişim kolaylıkları içinde yetişmektedir. Diğer kuşak üyelerinin aksine ‘Bağlantı Gençleri’ yani birbirinden farklı yapı ve düşüncede toplulukların üyeleri olabilmektedir.

Uzaktan ilişki şekline uyum sağlamışlardır. Bu nedenle yalnız yaşamakta ve ileride de yalnız yaşayabilecekleri savunulmaktadır (Mengi, 2009) .

2020 yılına kadar dünyada 2,56 milyar civarında Z kuşağı üyesi olacağı tahmin edilmektedir. Z Kuşağı, farklı bakış açılarının değerini bilen ve çeşitlilik bekleyen bir yapıdadır. Dünya çapında sınırları ortadan kaldırarak kolaylıkla iletişim ve bağlantılar kurabilmektedir. Günümüzde yetişkinlerin %58'i, çocukların kendilerine kıyasla küresel akranlarıyla daha fazla ortak noktaya sahip olduğunu kabul etmektedir. Z kuşağı, Y kuşağının aksine üniversite borçları, ebeveynleriyle birlikte yaşamak veya az sayıda iş seçeneğine sahip olmak istememektedir (WeRGenZ, 2020).

Günümüzde Z kuşağı iş hayatına yeni yeni atılmakta, eğitim hayatında ise aktif şekilde bulunmaktadır. Türkiye’de nüfusun yaklaşık %17’lik bir kısmı bu kuşağın üyesidir (Ayvaz, 2013).

3.4. Türkiye Nüfusu İçinde Kuşaklar

Türkiye Cumhuriyeti’nin 2018 yılı TÜİK verilerine göre toplam nüfusu 81,867,223 olarak belirtilmiştir. Bu nüfusun 41,059,075’i erkek, 40,808,147’si kadın olarak belirlenmiştir. Tablo 3.4’te Türkiye’nin yaş grupları ve cinsiyet bazında nüfus sayım bilgileri yer almaktadır.

Tablo 3.4. Türkiye nüfusu içinde yaş grupları (TÜİK, 2018)

Yaş grubu	2018		
	Toplam	Erkek	Kadın
Toplam-			
Total	81 867 223	41 059 075	40 808 147
0-4	6 544 781	3 357 981	3 186 800
5-9	6 336 787	3 253 192	3 083 595
10-14	6 322 223	3 244 584	3 077 639
15-19	6 402 806	3 288 016	3 114 790
20-24	6 523 846	3 333 076	3 190 769
25-29	6 256 609	3 176 593	3 080 016
30-34	6 319 097	3 197 285	3 121 812
35-39	6 563 350	3 309 834	3 253 516
40-44	5 836 212	2 947 638	2 888 574
45-49	5 302 832	2 665 168	2 637 665
50-54	4 693 555	2 367 229	2 326 325
55-59	4 163 996	2 072 110	2 091 886
60-64	3 437 773	1 687 722	1 750 051

65-69	2 604 978	1 242 584	1 362 395
70-74	1 849 910	831 911	1 017 999
75-79	1 257 817	537 620	720 197
80-84	790 992	317 440	473 552
85-89	484 644	181 949	302 695
90-94	146 412	41 254	105 158
95-99	23 611	5 249	18 362
100+	4 990	638	4 352

Tablo 3.4 incelendiğinde 25 606 597 Z kuşağı üyesi, 25 662 902 Y kuşağı üyesi, 15 832 599 X kuşağı üyesi, 12 056 657 Bebek Patlaması kuşağı üyesi, 2 679 865 Sessiz kuşak üyesi ve 28 601 Kayıp kuşak üyesi Türkiye nüfusunu oluşturmaktadır. Ülkemiz nüfusunda, nüfusun 4'te 1'lik kısmını Z kuşağı oluşturarak en fazla üyeye sahip kuşak olarak Z Kuşağı kayıtlara geçmektedir.

BÖLÜM 4: ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN KUŞAKLAR BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ AÇIKÖĞRETİM SİSTEMİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı ve Problemleri

Bu araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ve eğilimlerinin kuşaklar bağlamında değişimini incelemek adına Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerini belirli değişkenlerle ölçüp ortaya koymak ve farklılıkları göstermektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmada şu hipotezler test edilecektir:

H₁: Öğrencilerin girişimcilik seviyeleri kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₂: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “Kendine Güven” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₃: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “Risk Alma” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₄: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “Yenilikçilik” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₅: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “Farklılık Oluşturma” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₆: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “Belirsizliğe Karşı Tolerans” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₇: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “İçsel Kontrol Odaklılık” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

H₈: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinden “Başarı İhtiyacı” boyutu kuşaklara göre farklılık göstermektedir.

Bu hipotezlerin yanında araştırmada şu soruların cevapları da aranacaktır:

1. Öğrenciler: cinsiyetlerine, kuşaklarına, eğitim düzeylerine, yabancı dil seviyelerine, meslek gruplarına, ailelerinin iş gruplarına, girişimcilik dersi görüp görmemelerine ve ebeveynlik durumlarına göre nasıl bir dağılım göstermektedirler?

2. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri çeşitli değişkenlere göre farklılaşmakta mıdır?

a. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri cinsiyetlerine göre farklılaşmakta mıdır?

b. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri eğitim düzeylerine göre farklılaşmakta mıdır?

c. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri yabancı dil seviyelerine göre farklılaşmakta mıdır?

d. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ailelerinin mesleklerine göre farklılaşmakta mıdır?

e. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılaşmakta mıdır?

f. Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ebeveynlik durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?

4.2. Araştırma Modeli

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemine kayıtlı öğrencilerin girişimcilik ve girişimci kişilik özelliklerinin kuşaklar bazında farklılıklarını tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada, veri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden çevrimiçi anket kullanılmıştır. Kuşaklar arası farklılıkların yanında, cinsiyet, aile meslek durumu, ebeveynlik durumu, daha önce girişimcilik dersi alması, yabancı dil seviyesi ve öğrenim durumları gibi değişkenler açısından da farklılıkların tespiti için analizler yapılmıştır.

Kullanılan ölçek Google Formlar uygulamasına anket olarak yüklenmiş ve anketin url'si Açıköğretim İstatistik Bilgi Edinme ve Değerlendirme Birimi'nin onayı ile gönüllülük esasına dayalı olarak Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencilerinden çalışmaya katkıda bulunmaları istenmiştir.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni 2019 -2020 öğrenim yılı Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencilerinden oluşmaktadır. Kayıtlı tüm öğrencilere ulaşmanın güç olması nedeniyle örnekleme işlemine başvurulmuştur. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim

Sistemine kayıtlı öğrencilere internet üzerinden anket formu gönderilmiş ve geri dönüş yapan 663 öğrenci araştırmamızın örneklemi oluşturmuştur.

4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak, genellenebilir ve daha nesnel sonuçlar elde etmek için anket kullanılmıştır. Anketin katılımcılara ulaştırılması “Google Formlar” üzerinden oluşturulan anket formunun öğrenci bilgi sisteminden aktarılması ile mümkün olmuştur.

Araştırma anketi iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde sırasıyla öğrencilerden cinsiyet, doğum tarihi aralığı, öğrenim durumları, yabancı dil seviyeleri, ailelerinin kendi işinin sahibi olma durumları, girişimcilik ile ilgili ders alma durumları ve ebeveynlik durumları hakkında bilgi istenmiştir. İkinci bölümde Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen beşli Likert ölçeği yapısında tasarlanan ve katılımcıların girişimcilik özelliklerini ölçmeyi amaçlayan 36 soruluk “Öğrencilere Yönelik Girişimcilik Ölçeği” (EK-2) kullanılmıştır. Ölçekte yer alan “1=Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3=Bazen, 4=Sık Sık, 5=Çok Sık” ifadelerini katılımcıların değerlendirmeleri istenmiştir.

4.4. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi, Türk yükseköğretim sistemine 1982 yılında dahil olmuştur. Yaklaşık 1 milyon 400 bin öğrencisi ve 2 milyon 800 bin mezunuyla, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi, yükseköğretimin yanında çeşitli özel projeler ile Türkiye’nin eğitim sorunlarının aşılmasında önemli bir rol sahibidir (Anadolu Üniversitesi, 2020a).

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi, 3 fakülte altında toplam 19 lisans ve 41 önlisans programı ile yurtiçi eğitim olanaklarının yanında yurtdışında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Azerbaycan, Kosova, Makedonya, Bulgaristan, Bosna Hersek, Kuzey Amerika, Suudi Arabistan ve çeşitli Batı Avrupa ülkelerinde de eğitim hizmetlerini bürolar ve sınav merkezleri ile sürdürmektedir (Anadolu Üniversitesi, 2020a).

2020 yılı itibarıyla Anadolu Üniversitesi Açıköğretim sisteminde bulunan önlisans programları; “Acil Durum ve Afet Yönetimi, Adalet, Aşçılık, Bankacılık ve Sigortacılık, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı, Coğrafi Bilgi Sistemleri, Çağrı Merkezi Hizmetleri, Çocuk Gelişimi, Dış Ticaret, Elektrik Enerjisi Üretim, İletim ve Dağıtım, Emlak ve Emlak Yönetimi, Engelli Bakımı ve Rehabilitasyon, Ev İdaresi, Fotoğrafçılık

ve Kameramanlık, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, İlahiyat (Arapça), İlahiyat, İnsan Kaynakları Yönetimi, İşletme Yönetimi, İş Sağlığı ve Güvenliği, Kültürel Miras ve Turizm, Laborant ve Veteriner Sağlık, Lojistik, Marka İletişimi, Medya ve İletişim, Menkul Kıymetler ve Sermaye Piyasası, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, Özel Güvenlik ve Koruma, Perakende Satış ve Mağaza Yönetimi, Radyo ve Televizyon Programcılığı, Sağlık Kurumları İşletmeciliği, Sosyal Hizmetler, Sosyal Medya Yöneticiliği, Spor Yönetimi, Tarım, Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Yaşlı Bakımı, Yerel Yönetimler, Web Tasarımı ve Kodlama” şeklinde sıralanmaktadır (Anadolu Üniversitesi, 2020a).

2020 yılı itibarıyla Anadolu Üniversitesi Açıköğretim sisteminde bulunan lisans programları ise; “Felsefe, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Sağlık Yönetimi, Sosyal Hizmet, Sosyoloji, Tarih, Türk Dili ve Edebiyatı, Yönetim Bilişim Sistemleri, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, İktisat, Maliye, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler (İngilizce), Uluslararası İlişkiler, Havacılık Yönetimi, İşletme (İngilizce), İşletme, Konaklama İşletmeciliği, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi” şeklinde sıralanmaktadır (Anadolu Üniversitesi, 2020a).

Ekim 2019 itibarıyla Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemine kayıtlı aktif öğrenci sayısı 1 milyon 50 bin 192 olup; aktif, pasif, kadın, erkek öğrencilerin dağılımı Tablo 4.4’ de gösterilmektedir (Anadolu Üniversitesi, 2020b).

Tablo 4.4. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrenci sayıları (Anadolu Üniversitesi, 2020b)

Aktif			Toplam	Pasif-Aktif		Toplam
	Kadın	Erkek		Kadın	Erkek	
İktisat Fakültesi	58803	109515	168318	222936	325775	548711
İşletme Fakültesi	52618	105604	158222	224825	374520	599345
Açıköğretim Fakültesi	375050	348602	723652	715574	594349	1309923
Toplam	486471	563721	1050192	1163335	1294644	2457979

4.5. Veri Analizi

Araştırmadan alınan cevaplar ile yapılan analizler kapsamında ortaya çıkan bulgular bu bölümde incelenmektedir.

Verilerin analizi aşamasında tanımlayıcı istatistiklerden, girişimcilik ölçeği boyutlarının belirlenmesinde faktör analizinden, normallik varsayımı için Kolmogorov-Smirnov testinden, Girişimcilik boyutları bakımından grupların karşılaştırılmasında Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testlerinden yararlanılmıştır.

4.5.1. Kişisel Bilgiler

Araştırmanın katılımcıları Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi öğrencileri olup, araştırmaya 663 öğrenci katılmıştır. Araştırmanın bu bölümünde, farklı değişkenler bazında frekans dağılımları incelenmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 4.5.1.1’de verilmiştir.

Tablo 4.5.1.1. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımları

Cinsiyet	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Erkek	409	61,7	61,7
Kadın	254	38,3	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.1’ de yer alan değerler incelendiğinde erkek öğrencilerin sayısı 409’dur ve katılımcıların %61,7’sini oluşturmaktadır. Kadın öğrencilerin sayısı ise 254 ile katılımcıların %38,3’lük kesimini oluşturmaktadır.

Öğrencilerin ait olduğu kuşaklara göre dağılımı Tablo 4.5.1.2’de verilmiştir.

Tablo 4.5.1.2. Öğrencilerin kuşaklara göre dağılımları

Kuşaklar	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Y Kuşağı	508	76,6	76,6
X Kuşağı	113	17,0	93,6
Z Kuşağı	25	3,8	97,4
Bebek Patlaması Kuşağı	16	2,4	99,8
Sessiz Kuşak	1	0,2	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.2’de yer alan değerler incelendiğinde; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (508 kişi, %76,6) Y Kuşağı’nda yer aldığı görülmektedir. X Kuşağı üyeleri 113 kişi (%17) ile ikinci sırada yer almaktadır. Bunları sırasıyla Z Kuşağı (25 kişi, %3,8), Bebek Patlaması Kuşağı (16 kişi, %2,4) ve 1 kişi (%0,2) ile Sessiz Kuşak izlemektedir.

Öğrencilerin öğrenim durumlarına göre dağılımları Tablo 4.5.1.3’te verilmiştir.

Tablo 4.5.1.3. Katılımcıların mezuniyet durumlarına göre dağılımları

Mezuniyet	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Lisans	308	46,5	46,5
Önlisans	306	46,2	92,6
Yüksek Lisans	39	5,9	98,5
Doktora	10	1,5	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.3 incelendiğinde, katılımcıların büyük bir çoğunluğunu lisans (308 kişi, %46,5) ve önlisans (306 kişi, %46,2) mezunları oluşturmaktadır. Lisans ve önlisans mezunu katılımcıların toplamı ise %92,6 oranındadır. Bunu ise, üçüncü sırada yüksek lisans mezunları (39 kişi, %5,9) takip etmektedir. Son olarak da doktora mezunları (10 kişi, %1,5) bunları izlemektedir.

Öğrencilerin ailelerinden herhangi birisinin kendi işinin sahibi olma durumlarına göre dağılımları Tablo 4.5.1.4'te belirtilmiştir.

Tablo 4.5.1.4. Kendi işini kuran aile bireyi dağılımları

Aile Bireyleri	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Hiçbiri	469	70,7	70,7
Baba	119	17,9	88,6
Ağabey veya Abla	62	9,4	98
Anne ve Baba	9	1,4	99,4
Anne	4	0,6	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.4 incelendiğinde, ailelerinde kendi işinin sahibi olmayan öğrencilerin sayısı 469 olarak görülmektedir. Bu grup katılımcıların %70,7'sini oluşturmaktadır. Katılımcıların ailelerinden sadece Baba'nın kendi işinin sahibi olma durumu 119 katılımcıda (%17,9) bulunmaktadır. Katılımcıların 62'sinin Ağabey veya Abla'sının kendi işinin sahibi olduğu ve bu grubun %9,4'lük kesimi oluşturduğu belirlenmiştir. Anne ve Babadan her ikisinin de kendi işlerinin sahibi olma durumu 9 katılımcıda (%1,4) bulunmaktadır. Son olarak ailelerinden sadece Anne'nin kendi işinin sahibi olması durumunu 4 katılımcı (%0,6) taşımaktadır.

Öğrencilerin daha önce Girişimcilik ile ilgili ders almalarına göre dağılımları Tablo 4.5.1.5'te gösterilmiştir.

Tablo 4.5.1.5. Girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders alma dağılımı

Girişimcilik Dersi Alma	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Hayır	416	62,7	62,7
Evet	247	37,3	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.5'te yer alan değerler incelendiğinde, katılımcıların 416'sının daha önce girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders almadığı görülmektedir. Bu sayı, toplam katılımcı oranının %62,7'sini oluşturmaktadır. Daha önce girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders alan 247 öğrenci ise toplam katılımcı sayısının %37,3'ünü oluşturmaktadır.

Öğrencilerin ebeveynlik durumlarına göre dağılımları Tablo 4.5.1.6'da yer almaktadır.

Tablo 4.5.1.6. Katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarına ilişkin dağılımları

Çocuk Sahibi Olma	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Yok	411	62	62
Var	252	38	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.6'daki değerler incelendiğinde, çocuk sahibi olmayan katılımcı sayısının 411 olduğu ve bu katılımcıların toplam sayının %62'sini oluşturduğu görülmektedir. Çocuk sahibi olan 252 katılımcının oranı ise %38'dir.

Öğrencilerin yabancı dil seviyesine göre frekans dağılımları Tablo 4.5.1.7'de gösterilmektedir.

Tablo 4.5.1.7. Katılımcıların yabancı dil seviyelerine ilişkin dağılımları

Yabancı Dil Seviyesi	Sıklık	%	Kümülatif Yüzdelik
Orta	300	45,2	45,2
Düşük	280	42,2	87,5
İyi	83	12,5	100
Toplam	663	100	

Tablo 4.5.1.7'deki veriler incelendiğinde; katılımcıların yabancı dil seviyelerinin orta (300 kişi, %45,2) ve düşük düzeyde (280 kişi, %42,2) yoğunlaştığı görülmektedir. Bunları yabancı dil seviyesi iyi düzeyde olan katılımcılar (83 kişi, %12,5) izlemektedir.

4.5.2. Girişimcilik Boyutlarının Belirlenmesinde Faktör Analizi

Faktör analizi, birbirleri ile ilişkili veri yapılarını birbirinden bağımsız daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek, bir diğer deyişle bir oluşumun nedenini

açıkladıkları varsayılan değişkenleri (faktörleri/boyutları/bileşenleri) ortaya çıkarmak ve gerektiğinde adlandırmak amacıyla başvurulan bir yöntemler bütünüdür. Bu çerçevede, faktör analizi birçok değişkenin birkaç başlık altında toplanıp toplanmadığı hakkında bilgi veren bir yöntemler bütünü olarak da tanımlanabilir (Alpar, 2010).

Faktör analizi aynı yapıyı ya da niteliği ölçen çok sayıdaki değişkeni bir araya toplayarak ölçmeyi az sayıda anlamlı ve birbirinden bağımsız faktör ile açıklamayı amaçlayan, yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Büyüköztürk, 2006; Kalaycı, 2010).

Faktör analizi toplama dayalı ölçeklerin yapı geçerliğinin belirlenmesinde sıklıkla başvurulan bir yöntemdir. Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellikle karıştırmadan doğru olarak ölçebilme derecesidir (Alpar, 2010).

Faktör analizinde örneğin regresyon analizinde olduğu gibi, bağımlı değişken ve bu değişkeni açıklamaya çalışan bağımsız değişkenler seti mevcut değildir. Faktör analizinde aralarında yüksek korelasyon olan değişkenler setinin bir araya getirilmesi suretiyle faktör adı verilen genel değişkenlerin oluşturulması söz konusudur (Kalaycı, 2010). Burada amaç (Büyüköztürk, 2006; Kalaycı, 2010):

- Değişken sayısını azaltmak,
- Değişkenleri sınıflandırmak,
- Yeni değişken ya da faktörler arasında ilişkisizlik sağlamak,
- Anlamlı faktörler elde etmektir.

Verilerin faktör analizine uygunluğunun değerlendirilmesinde farklı test türleri kullanılmaktadır. Bunlar:

Korelasyon matrisi: Bu amaçla kullanılan ilk yöntem tüm değişkenler için korelasyon matrisinin oluşturulmasıdır. İstenen durum değişkenler arasındaki ilişkinin yüksek olmasıdır. Değişkenler arasındaki korelasyon ne kadar yüksek ise, değişkenlerin ortak faktör oluşturma olasılıkları o kadar yüksektir.

Barlett testi (Barlett test of sphericity): Korelasyon analizinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek ilişki olduğu olasılığı test edilir. Analize devam edebilmek için “korelasyon matrisi birim matristir” sıfır hipotezinin reddedilmesi gerekir.

Hipotezin reddi değişkenler arasında yüksek ilişki olduğunu, analize devam edilebileceğini gösterir.

Kaiser –Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü: Gözlenen korelasyon katsayıları ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO oranının 0.5'in üzerinde olması gerekir.

Tablo 4.5.2. KMO değeri yorumlama tablosu

KMO Değeri	Yorum
0.90	Mükemmel
0.80	Çok iyi
0.70	İyi
0.60	Orta
0.50	Zayıf
0.50'nin altı	Kabul edilemez

KMO Analizi, örneklemin yeterli olup olmadığını; Bartlett Test ise değişkenler arasındaki korelasyonların anlamlı olup olmadığını, dolayısıyla Faktör Analizinin uygulanmasının uygun olup olmayacağını belirlenmesini sağlar. Tablo 4.5.2.1'de Faktör Analizi için KMO ve Bartlett Testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.5.2.1. Faktör analizi için KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO Değeri		,963
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare Değeri	13304,242
	Serbestlik Derecesi	630
	p değeri	,001*

*: $p < 0.05$

Tablo 4.5.2.1'in verilerine göre, Faktör Analizi için KMO değeri, 0,963 olarak bulunmuştur. Bu değer, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu gösterir. Bartlett Test için p değeri 0,001 bulunmuştur. Bu değer 0.05 ten küçük olduğu için değişkenlerin anlamlı ilişkili olduğu sonucuna ulaşılır. Bu durumda Faktör Analizi yapılması uygundur.

Yapılan Faktör Analizi sonuçları Tablo 4.5.2.2'de gösterilmektedir.

Tablo 4.5.2.2. Faktör analizi sonuçları tablosu

Bileşen (Faktör)	Özdeğer	Açıklanan Varyans Yüzdesi	Kümülatif Varyans	Varimax Döndürme Sonucu Kümülatif Varyans
1	15,768	43,800	43,800	43,800
2	1,482	4,116	47,915	47,915
3	1,282	3,562	51,477	51,477
4	1,226	3,406	54,883	54,883
5	1,093	3,036	57,919	57,919
6	,981	2,725	60,645	60,645
7	,922	2,562	63,206	63,206
8	,901	2,502	65,708	
9	,808	2,246	67,953	
10	,744	2,066	70,019	
11	,740	2,054	72,073	
12	,669	1,859	73,932	
13	,637	1,770	75,702	
14	,600	1,666	77,368	
15	,557	1,548	78,916	
16	,523	1,452	80,368	
17	,498	1,382	81,750	
18	,494	1,372	83,123	
19	,477	1,324	84,447	
20	,446	1,239	85,686	
21	,443	1,231	86,918	
22	,422	1,173	88,090	
23	,410	1,140	89,230	
24	,378	1,051	90,281	
25	,366	1,018	91,299	
26	,354	,983	92,282	
27	,335	,932	93,214	
28	,325	,903	94,117	
29	,321	,892	95,009	
30	,308	,856	95,864	
31	,298	,828	96,692	
32	,274	,761	97,453	
33	,256	,712	98,165	
34	,243	,676	98,841	
35	,218	,605	99,446	
36	,200	,554	100,000	

Tablo 4.5.2.2’deki veriler incelendiğinde 7 faktörün toplam varyansın %63,206’sını açıkladığı görülmektedir. Bu açıklama oranı kabul edilebilir bir miktardır.

Yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen Varimax Döndürme Sonucu Faktör Yükleri Matrisi Tablo 4.5.2.3’te gösterilmiştir.

Tablo 4.5.2.3. Varimax döndürme sonucu faktör yükleri matrisi

	Faktörler						
	1	2	3	4	5	6	7
33. İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.	,699						
31. İşimi severek ve azimle yaparım.	,693						
34. Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	,642						
35. İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.	,604						
32. İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.	,609						
36. Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	,519						
22. Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldıracabiliriz.	,469						
26. Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.		,693					
25. Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.		,681					
16. Risk almaktan çekinmem		,585					
24. Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.		,549					
29. Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.		,537					
28. Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.		,532					
23. Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.		,484					
30. İşimde ve çalışmalarımda ortaya çıkan değişimlere açığım.		,476					
27. Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.		,466					
20. Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.			,732				
19. Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.			,717				
18. Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.			,677				
21. Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.			,564				
17. Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.			,409				
5. Kendi işimi kurabilirim.				,711			
6. İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.				,682			
7. Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.				,513			
8. Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.					,649		
9. Denemediklerimi denemekten çekinmem.					,576		

13. Arkadaşımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem.					,575		
11. Arkadaşıma değişik iş projelerden söz ederim.					,530		
10. Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim.					,456		
12. Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.					,399		
14. Hayatımı dış etkenlere bırakmam.						,661	
3. İstedğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.						,663	
4. İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.						,520	
15. Kararlarım ile hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.						,487	
2. Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.							,707
1. İşimde geçmiş performansımın daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım.							,697

Faktör Analizi sonucu soruların hangi faktörlerde, başka bir ifade ile hangi Girişimcilik Alt Boyutlarında yer alacağı Tablo 4.5.2.3'te görülmektedir. Buna göre birinci alt boyutta “22, 31, 32, 33, 34, 35, 36” numaralı maddeler yer almaktadır. İkinci alt boyuta “16, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30” numaralı maddeler yer almaktadır. Üçüncü alt boyutta “17, 18, 19, 20, 21”; dördüncü alt boyutta “5, 6, 7”; beşinci boyutta “8, 9, 10, 11, 12, 13”; altıncı boyutta “3, 4, 14, 15” numaralı maddeler yer almaktadır. Son olarak yedinci alt boyutta ise “1 ve 2” numaralı maddeler yer almaktadır. Bu faktörler (alt boyutlar), önceki çalışmalar ve ikinci bölümde açıklanan girişimci kişilik özellikleri dikkate alınarak isimlendirilebilir. Buna göre 1. alt boyut “Kendine Güven”, 2. alt boyut “Risk Alma”, 3. alt boyut “Yenilikçilik”, 4. alt boyut “Farklılık Oluşturma”, 5. alt boyut “Belirsizliğe Karşı Tolerans”, 6. alt boyut “İçsel Kontrol Odaklılık”, ve 7. alt faktör ise “Başarı İhtiyacı” şeklinde isimlendirilebilir (Balaban ve Özdemir, 2008; Duran, Büber, ve Gümüştakin, 2013; Lambing ve Kuehl, 2003; Naktiyok, 2004; Marangoz, 2017; Cansız E. , 2007; Efe, 2016; Reynolds, 1994; Yarzebinski, 1992; Arıkan, 2001; Hisrich ve Peters, 1998; Aksoy ve Yalçınsoy, 2017).

Katılımcıların ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları Tablo 4.5.2.4’de gösterilmiştir.

Tablo 4.5.2.4. Katılımcıların ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları

İfadeler	Ort.	Std. Sapma	n
1. İşimde geçmiş performansımın daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım.	4,20	,940	663

2.Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.	4,46	,810	663
3.İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.	3,71	1,076	663
4.İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.	3,90	,986	663
5.Kendi işimi kurabilirim.	3,63	1,253	663
6.İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.	3,88	1,108	663
7.Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.	4,09	,979	663
8.Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.	4,19	1,063	663
9.Denemediklerimi denemekten çekinmem.	4,00	1,097	663
10.Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim.	4,13	,981	663
11.Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.	3,79	1,207	663
12.Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.	3,70	1,118	663
13.Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem.	3,71	1,146	663
14.Hayatımı dış etkenlere bırakmam.	3,76	1,126	663
15.Kararlarım ile hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.	4,19	,942	663
16.Risk almaktan çekinmem	3,72	1,112	663
17.Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.	3,92	1,008	663
18.Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.	4,03	,970	663
19.Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.	4,03	,961	663
20.Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.	3,92	,993	663
21.Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.	3,80	1,002	663
22.Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırabiliriz.	4,09	,980	663
23.Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.	4,01	,934	663
24.Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.	4,00	,967	663
25.Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	3,65	1,122	663
26.Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.	3,68	1,140	663
27.Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.	4,09	,923	663
28.Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.	4,03	,908	663
29.Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.	4,04	,915	663
30.İşimde ve çalışmalarım da ortaya çıkan değişimlere açığımdır.	4,11	,922	663
31.İşimi severek ve azimle yaparım.	4,32	,947	663
32.İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.	4,09	1,014	663
33.İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.	4,21	,990	663
34.Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	4,12	1,024	663
35.İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.	4,13	,960	663
36.Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	4,13	,974	663

Tablo 4.5.2.4’te katılımcıların ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları verilmiştir. Likert ölçeğine dönüştürülen bu ifadelerde (1) “Hiçbir Zaman”, (2) “Nadiren”, (3) “Bazen”, (4) “Sık Sık” ve (5) “Çok Sık” kavramlarına karşılık gelmektedir. Katılımcıların ifadelere verdikleri cevapların ortalaması 3,98 olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, (4) “Sık Sık” kavramına çok yakın olduğundan dolayı, katılımcıların genel girişimcilik eğilimleri yüksektir şeklinde yorumlanabilir.

4.5.3. Girişimcilik Alt Boyutlarına İlişkin Analizler

Bu bölümde yukarıda Faktör Analizi sonucunda elde edilen 7 alt boyut nezdinde katılımcıların girişimci kişilik özellikleri değerlendirilmiştir. Bütüncül bir yaklaşımla değerlendirmenin ardından girişimci kişilik özelliklerinin 7 alt boyutu kişisel değişkenlere göre farklı farklı değerlendirilmiştir. Tablo 4.5.3.1’de Girişimci Kişiliğin Alt Boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistiksel bilgiler verilmiştir. Tabloda belirtilen KG ifadesi “Kendine Güven”, RA ifadesi “Risk Alma”, YEN ifadesi “Yenilikçilik”, FO ifadesi Farklılık Oluşturma, İKO ifadesi “İçsel Kontrol Odaklılık”, BKT ifadesi “Belirsizliğe Karşı Tolerans” ve Bİ ifadesi de “Başarma İhtiyacı” ifadelerine karşılık gelmektedir.

Tablo 4.5.3.1. Girişimci kişilik alt boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Girişimci Kişilik Özellikleri	n	Ort.	Std. Sapma	Min	Maks
KG (Kendine Güven)	663	4,1554	,75460	1,00	5,00
RA (Risk Alma)	663	3,9254	,74064	1,22	5,00
YEN (Yenilikçilik)	663	3,9385	,79436	1,00	5,00
FO (Farklılık Oluşturma)	663	3,8678	,92471	1,00	5,00
İKO (İçsel Kontrol Odaklılık)	663	3,8906	,74603	1,00	5,00
BKT (Belirsizliğe Karşı Tolerans)	663	3,9193	,82579	1,00	5,00
Bİ (Başarma İhtiyacı)	663	4,3311	,79612	1,00	5,00
Genel Puan	663	143,4525	23,94708	38,00	180,00

Tablo 4.5.3.1 incelendiğinde, öğrencilerin genelinde “Kendine Güven” alt boyutu ortalamasının 4.1554 olduğu görülmektedir. Bu puan uygulanan ölçeğe göre girişimcilik özelliklerinden Kendine Güven’in katılımcılar arasında yüksek olduğunu göstermektedir. Risk Alma (ort. =3.9254), Yenilikçilik (ort. =3.9385), Farklılık Oluşturma (ort.=3.8678), İçsel Kontrol Odaklılık (ort.=3.8906) ve Belirsizliğe Karşı Tolerans (ort.=3.9193) alt boyutları ise (4) “Sık Sık” ifadesine çok yakın olup, katılımcıların bu girişimcilik alt boyutlarında da yüksek girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu göstermektedir. Son

olarak, Başarma İhtiyacı alt boyutu 4.3311 ortalama ile katılımcıların girişimcilik alt boyutlarında en yüksek puanı almıştır. Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda genel puan incelendiğinde ise Yılmaz ve Sünbül (2009)'ün oluşturmuş olduğu girişimcilik düzeyi tablosuna göre bir yorumlama yapılabilir.

Tablo 4.5.3.2. Girişimcilik düzeyi tablosu (Yılmaz ve Sünbül, 2009, s. 198)

Puan	Girişimcilik Düzeyi
36-64	Çok düşük girişimcilik
65-92	Düşük girişimcilik
93-123	Orta düzeyde girişimcilik
124-151	Yüksek girişimcilik
152-180	Çok yüksek girişimcilik

Tablo 4.5.3.1 ve Tablo 4.5.3.2 incelendiğinde, katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan genel puan 143.4525'tir. Yılmaz ve Sünbül'ün (2009) geliştirdiği ölçeğe göre katılımcıların girişimcilik düzeyleri 124-151 puanları arasında yer aldığı için "Yüksek Girişimcilik" seviyesinde bulunduğu söylenebilir.

Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde parametrik testlerden yararlanıp yararlanılamayacağını belirlemek amacıyla, Faktör Analizi sonucu ortaya çıkan Girişimcilik Boyutları için normallik varsayımının sağlanıp sağlanmadığı belirlenmiştir. Bunun için Kolmogorov-Smirnov Uyum İyiliği Testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucu Tablo 4.5.3.3' te sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.3. Normallik varsayımı için Kolmogorov-Smirnov testi sonuçları

	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ	Genel Puan
n	663	663	663	663	663	663	663	663
Ortalama	4,1554	3,9254	3,9385	3,8678	3,8906	3,9193	4,3311	143,4525
Standart Sapma	,75460	,74064	,79436	,92471	,74603	,82579	,79612	23,94708
Kolmogorov-Smirnov Z	3,386	1,890	2,336	2,959	2,871	2,454	5,715	1,926
p değeri	<,001	,002	<,001	,000	,000	,000	,000	,001

Tablo 4.5.3.3 incelendiğinde, tüm boyutlar bakımından Normallik Varsayımının sağlanmadığı görülmektedir ($p < 0.05$). Bu yüzden parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır.

4.5.3.1. Cinsiyete göre farklılıkların belirlenmesi

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde Mann-Whitney U testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.3.4'te sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.4. Girişimcilik boyutları bakımından cinsiyete göre farklılık için Mann-Whitney U testi sonuçları

Test İstatistiği	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
M-W U	49124,50	48672,50	49286,50	50201,50	50975,00	47610,50	49507,00	47182,50
Wilcoxon W	132969,5	132517,5	133131,5	134046,5	134820,0	131455,5	133352,00	131027,5
Z	-1,176	-1,370	-1,110	-,729	-,407	-1,819	-1,019	-2,083
p değeri	,240	,171	,267	,466	,684	,069	,308	,037*
*: p<0.05								

Tablo 4.5.3.4'e göre Başarı İhtiyacı boyutu bakımından kadınlar lehine farklılık belirlenmiştir ($p=0.037<0.05$). Kendine Güven ($p=0.171>0.05$), Risk Alma ($p=0.267>0.05$), Yenilikçilik ($p=0.466>0.05$), Farklılık Yaratma ($p=0.684>0.05$), İçsel Kontrol Odaklılık ($p=0.069>0.05$) ve Belirsizliğe Karşı Tolerans ($p=0.308>0.05$) boyutları bakımından ise farklılık belirlenmemiştir. Bu sonuçlara göre kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik özellikleri, belirlenen 7 boyut üzerinden incelendiğinde sadece Başarı İhtiyacı boyutunda kadın öğrencilerin lehine bir farklılık olduğu görülmektedir. Genel olarak öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri incelendiğinde ise cinsiyet bazında öğrencilerin girişimcilik özellikleri bakımından farklılık göstermediği görülmektedir ($p=0.240>0.05$).

4.5.3.2. Öğrenim düzeyine göre farklılıkların belirlenmesi

Öğrencilerin Girişimcilik özelliklerinin öğrenim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.3.5'te sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.5. Girişimcilik boyutları bakımından öğrenim düzeyine göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları

	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
Ki-Kare	3,281	2,976	2,817	5,348	6,296	1,672	4,328	,698
df	3	3	3	3	3	3	3	3
p Değeri	,350	,395	,421	,148	,098	,643	,228	,874

Tablo 4.5.3.5 incelendiğinde tüm boyutlar bakımından öğrenim düzeylerine göre bir farklılık belirlenememiştir ($p>0.05$). Öğrenim durumları önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora şeklinde 4 gruba ayrılmış ve girişimci kişilik özellikleri benzerlik göstermiştir. Bu sonuçlara göre genel puana da bakıldığında öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri öğrenim düzeylerine göre farklılık göstermemektedir.

4.5.3.3. Yabancı dil seviyelerine göre farklılıkların belirlenmesi

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin yabancı dil düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.3.6'da sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.6. Girişimcilik boyutları bakımından yabancı dil düzeyine göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları

	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
Ki-Kare	1,255	1,079	,719	5,551	1,119	,719	2,766	1,029
df	2	2	2	2	2	2	2	2
p Değeri	,534	,583	,698	,062	,571	,698	,251	,598

Tablo 4.5.3.6 incelendiğinde tüm boyutlar bakımından yabancı dil düzeylerine göre bir farklılık belirlenememiştir ($p>0.05$). Yabancı dil seviyesi Düşük, Orta ve İyi şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma neticesinde alınan cevaplar doğrultusunda öğrencilerin yabancı dil seviyesinin düşük, orta veya iyi seviyede olmasının girişimci kişilik özellikleri üzerinde bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p=0,534>0,05$).

4.5.3.4. Ailelerin kendi işinin sahibi olması durumuna göre farklılıkların belirlenmesi

Öğrencilerin Girişimcilik özelliklerinin ailelerinin mesleklerine göre farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.3.7'de sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.7. Girişimcilik boyutları bakımından ailelerinin mesleklerine göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları

	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
Ki-Kare	2,426	5,184	3,460	2,503	3,870	,972	2,927	,668
df	4	4	4	4	4	4	4	4
p Değeri	,658	,269	,484	,644	,424	,914	,570	,955

Tablo 4.5.3.7 incelendiğinde tüm boyutlar bakımından ailelerinin mesleklerine göre herhangi bir farkın olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Katılımcıların girişimci kişilik özelliklerinin ailelerinde kendi işinin sahibi olan bireyin bulunup bulunmaması durumunda nasıl etkilendiği incelenmiştir. Bu sonuçlara göre, ailesinde kendi işinin sahibi olan bireylerin olup olmaması öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinde bir farklılık göstermemektedir.

4.5.3.5. Katılımcıların girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılıkların belirlenmesi

Katılımcıların girişimcilik özelliklerinin daha önce girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde Mann-Whitney U testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.3.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.8. Katılımcıların girişimcilik boyutları bakımından daha önce girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılaşma sonuçları (Mann-Whitney U testi)

	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
Mann-Whitney U	46327,0	46760,0	47993,0	46692,0	47361,5	48207,0	45740,0	50900,0
Wilcoxon W	133063,0	133496,0	134729,0	133428,0	134097,5	134943,0	132476,0	137636,0
Z	-2,118	-1,944	-1,421	-1,972	-1,699	-1,338	-2,370	-,209
p Değeri	,034	,052	,155	,049	,089	,181	,018	,834

Tablo 4.5.3.8 incelendiğinde, öğrencilerin daha önce girişimcilik dersi alıp almamalarına göre toplam girişimcilik puanları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p=0.034<0.05$). Farklılık girişimcilik dersi alanların lehinedir. Girişimcilik boyutları bakımından, Yenilikçilik ($p=0.049<0.05$) ve Tolerans ($p=0.018<0.05$) boyutlarında da anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılık bu iki girişimcilik boyutunda da ders alanların lehinedir. Girişimcilik boyutları bakımından Kendine Güven ($p=0.052>0.05$), Risk Alma ($p=0.155>0.05$), Farklılık Yaratma ($p=0.089>0.05$), İçsel Kontrol Odağı ($p=0.181>0.05$), ve Başarı İhtiyacı ($p=0.834>0.05$) boyutlarında ise anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

4.5.3.6. Ebeveynlik durumlarına göre farklılıkların belirlenmesi

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin ebeveynlik durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde Mann-Whitney U testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.3.9’da sunulmuştur.

Tablo 4.5.3.9. Katılımcıların girişimcilik boyutları bakımından ebeveynlik durumlarına göre farklılaşma sonuçları (Mann-Whitney U testi)

	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
Mann-Whitney U	48078,5	46681,5	49438,5	48111,0	46313,5	48136,0	50459,5	44569,5
Wilcoxon W	132744,5	131347,5	134104,5	132777,0	130979,5	80014,0	135125,5	129235,5
Z	-1,549	-2,142	-,982	-1,541	-2,307	-1,535	-,556	-3,162
p Değeri	,121	,032	,326	,123	,021	,125	,578	,002

Tablo 4.5.3.9 incelendiğinde, öğrencilerin ebeveynlik durumlarına göre, Kendine Güven ($p=0.032<0.05$), Farklılık Yaratma ($p=0.021<0.05$) ve Başarı İhtiyacı ($p=0.002<0.05$) bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Farklılık her üç girişimcilik boyutunda da ebeveyn durumunda olanlar lehinedir. Risk Alma ($p=0.326>0.05$), Yenilikçilik ($p=0.123>0.05$), İçsel Kontrol Odağı ($p=0.125>0.05$), ve Belirsizliğe Karşı Tolerans ($p=0.578>0.05$) boyutlarında ise anlamlı bir farklılık belirlenememiştir. Aynı zamanda genel girişimcilik özellikleri incelendiğinde ebeveynlik durumuna göre bir farklılık istatistiksel olarak belirlenememiştir ($p=0,121>0,05$).

4.5.4. Kuşaklar bazında girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin ait oldukları kuşaklara göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5.4’te sunulmuştur. Burada Sessiz kuşak kategorisinde bir öğrenci yer aldığından analizde bu kategoriye yer verilmemiştir.

Tablo 4.5.4. Girişimcilik boyutları bakımından ait oldukları kuşaklara göre farklılık için Kruskal Wallis testi sonuçları

	Genel Puan	KG	RA	YEN	FO	İKO	BKT	Bİ
Ki-Kare	3,787	3,050	3,816	1,690	,286	2,079	7,627	4,690
df	3	3	3	3	3	3	3	3
p Değeri	,285	,384	,282	,639	,963	,556	,054	,196

Tablo 4.5.4 incelendiğinde, öğrencilerin ait olduğu kuşaklar arasında girişimcilik boyutları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Araştırmanın esas inceleme konusu olan kuşaklar bazında incelendiğinde kuşaklar arasında genel girişimcilik özellikleri bakımından bir farklılık belirlenememiştir. Aynı zamanda, girişimcilik alt boyutları bakımından incelendiğinde de istatistiksel olarak bir farklılık belirlenememiştir ($p>0.05$).



SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde girişimcilik, toplumların refahını yükseltmek için oldukça önemli bir unsur haline gelmiştir. Küreselleşen ve durmaksızın büyüyen ekonomi içerisinde ülkeler de gün geçtikçe girişimciliğin önemini anlamakta ve girişimcilik üzerine daha da yoğunlaşmaktadır. Özellikle değişen çevre ve teknoloji koşullarına bağlı olarak ortaya çıkan Dijital Girişimcilik, Eko Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik ve Akademik Girişimcilik gibi alanlar günümüzde ekonominin ve sosyal yaşamın önemli unsurları haline gelmişlerdir.

Girişimcilik kavramının öneminin artması ile akademik literatürde de konu ile ilgili çalışmaların sayısı hayli artmıştır. Özellikle girişimcilik düzeyinin belirlenmesi, girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri demografik özellikler bakımından değerlendirilerek birçok benzerlik ve farklılıklar içeren sonuçlar ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada ise üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kuşaklar bağlamında farklılaşması incelenmiştir. Çalışmada ayrıca, öğrencilerin cinsiyetleri, öğrenim durumları, ebeveynlik durumları, girişimcilik dersi alma durumları, ailenin kendi işinin sahibi olma durumu ve yabancı dil seviyelerine göre girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimlerinde anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmiştir. Araştırmaya 663 kişi katılmıştır. Katılımcıların demografik yapılarına bakıldığında:

- Katılımcıların %61,7'si erkek, %38,3'ünü kadın öğrenciler oluşturmaktadır.
- Katılımcıların %76,6'sı Y Kuşağı, %17'si X Kuşağı, %3,8'i Z Kuşağı, %2,4'ü Bebek Patlaması Kuşağı ve %0,2'si ise Sessiz Kuşak öğrencilerinden oluşmaktadır.
- Katılımcıların %46,2'sini Ön Lisans, %46,5'ini Lisans, %5,9'unu Yüksek Lisans, %1,5'ini Doktora öğrencileri oluşturmaktadır.
- Ebeveynlerin kendi işine sahip olma durumuna göre; katılımcıların %17,9'unun sadece babasının, %0,6'sının ise sadece annesinin girişimci olduğu saptanmıştır. Katılımcıların hem anne hem de babasının girişimci olma oranı ise %1,4'tür. Kardeşlerin girişimci olma oranı %9,4 olarak bulunmuştur. Buna karşın katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%70,7) ailesinde herhangi bir girişimci bulunmadığı ortaya çıkmıştır.

- Katılımcıların %37,3'ünün daha önce girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders aldığı görülmektedir. Ancak katılımcıların büyük çoğunluğu (%62,7) bu özelliği taşımamaktadır.
- Katılımcıların büyük bir bölümü (%62) çocuk sahibi olmayan bireylerden oluşmaktadır.
- Katılımcıların %42,2'sini Düşük, %45,2'sini Orta ve %12,5'ini İyi seviyede yabancı dil bilen öğrenciler oluşturmaktadır.

Çalışmada öncelikle girişimci kişilik özelliklerinin cinsiyete göre farklılıkları belirlenmiştir. Girişimcilik özelliklerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadıklarının belirlenmesinde Mann-Whitney U testinden yararlanılmıştır. Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda öğrencilerin cinsiyete göre genel girişimcilik özelliklerinde bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Ancak girişimcilik özelliklerinin alt boyutları incelendiğinde “Başarı İhtiyacı” boyutu bakımından kadın öğrenciler lehine istatistiksel bir farklılık belirlenmiştir. Toplumların ilerlemesi ve iktisadi gelişmelerin ivme kazanmasında önemli bir yere sahip başarıma ihtiyacı, herhangi bir çalışmanın başarılı bir biçimde hedeflere ulaşması için temel dinamiklerden biridir (Hansemark, 2000, s. 634). Yılmaz ve Sünbül'ün (2009) çalışması da bu araştırmayı destekleyici nitelikte bir sonuç ortaya koymaktadır. Bu çalışmada da genel girişimcilik düzeyinde cinsiyete göre bir farklılık belirlenmemiştir. Bilge ve Bal'ın (2012) yapmış olduğu çalışmada ise girişimciliğin alt boyutları ile cinsiyet arasında bir farklılık bulunamamıştır. Ancak çalışmamız sonucunda elde edilen bulgular farklılığın olduğu yönündedir. Sarıtaş ve Duran'ın (2017) çalışmasına göre erkek öğrencilerin risk alma eğilimlerinin kadın öğrencilerden fazla olduğu belirlenmiştir. Bir başka çalışma ise girişimcilik alt boyutları bakımından incelendiğinde erkek öğrencilerin kadın öğrencilere kıyasla daha yenilikçi olduğu belirlenmiştir (Kılıç, vd., 2012). Köksal ve Penez (2015) ise; cinsiyet bazında erkek öğrencilerin girişimcilik eğiliminin daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Çalışmamız ve ilgili diğer çalışmalar incelendiğinde, bazı farklılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır. Çalışmaların büyük çoğunluğu araştırmamızın sonuçlarını destekleyici niteliktedir. Farklılıkların sebebi olarak, çalışmaya katılan öğrencilerin farklı coğrafi bölgelerdeki alt kültürlerin etkisi altında kaldıkları söylenebilir.

Çalışmanın bir sonraki aşamasında öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin öğrenim düzeylerine göre farklılaşması incelenmiştir. Burada Kruskal Wallis testinden

yararlanılmıştır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda öğrencilerin öğrenim düzeyleri ile girişimcilik özellikleri arasında istatistiksel bir farklılık belirlenememiştir. Girişimcilik alt boyutları bakımından lisans ve ön lisans öğrencilerinin girişimcilik ilgilerini araştıran Bilge ve Bal (2012), ön lisans öğrencilerinin liderlik ve gelecek odaklılık alt boyutlarında lisans öğrencilerinden daha fazla girişimcilik ilgilerinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Atatürk Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Meslek Yüksek Okulunda öğrenim gören öğrencilerin katılmış olduğu çalışmada, ön lisans ve lisans öğrencilerinde girişimcilik alt boyutları bakımından özerklik, fırsatçılık ve kişisel kontrol açısından aralarında istatistiksel bir fark bulunamamıştır (Kaya, vd. 2010). Yapılan bu çalışmalar, araştırmamızın sonuçlarıyla örtüşmektedir. Farklı sonuçlar içeren araştırmalarda genellikle girişimcilik, farklı alt boyutlar bakımından incelenmiştir. Bu farklılıkların sebebi alt boyutların farklı tanımlanmasından kaynaklanabilir.

İncelenen bir diğer boyut olan öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin yabancı dil düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadıklarının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda öğrencilerin yabancı dil seviyelerine göre girişimcilik düzeyi ve girişimcilik alt boyutları bakımından istatistiksel bir farklılık belirlenememiştir. Bu konuda yapılmış bazı çalışmalarda yabancı dil seviyesine göre girişimcilik özelliklerinde farklılıklar ortaya konulmuştur. Koçyiğit (2013) çalışmasında yabancı dil seviyelerini “Düşük”, “Orta” ve “İleri” şeklinde ele almış ve araştırma sonucunda yabancı dil seviyesi “İleri” düzeyde olan öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Özbek’in (2016) çalışmasında yabancı dil düzeyine göre anlamlı bir farklılığın bulunduğu, yabancı dil düzeyinin yükseldikçe girişimcilik düzeylerinin de farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmalarda karşılaşılan farklı sonuçların sebebi katılımcıların öğrenim gördüğü bölümlerin benzeşmemesinden kaynaklanabilir.

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin ailelerinin mesleklerine göre farklılaşıp farklılaşmadıklarının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda, öğrencilerin ailelerinden birisinin kendi işinin sahibi olup olmaması ile girişimcilik düzeyi ve girişimcilik alt boyutları arasında istatistiksel olarak bir farklılık belirlenememiştir. Bu konuda yapılmış çalışmalarda da diğer boyutlarda olduğu gibi farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu

araştırmada Ulucan (2015), Gurel, vd. (2010), İbicioğlu vd. (2009), Wang ve Wong (2004) ve Korkmaz (2012)'in aksine; Köksal ve Penez (2015), Doğan (2013) ve Özbek'in (2016) yaptığı araştırmalardaki gibi üniversite öğrencilerinin ailesinde kendi işine sahip birileri olma durumunun girişimcilik düzeyleri arasında farklılığa neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin daha önce girişimcilik dersi alıp almamalarına göre farklılaşp farklılaşmadıklarının belirlenmesinde Mann-Whitney U testinden yararlanılmıştır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda girişimcilik ile ilgili ders alan öğrencilerin genel girişimcilik düzeyi farklılık göstermektedir. Alt boyutlar bakımından incelendiğinde ise girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders alan öğrencilerin almayanlara oranla “Yenilikçilik” ve “Belirsizliğe Karşı Tolerans” değerlerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Koçyiğit'in (2013) çalışmasında da benzer bir sonuç bulunmaktadır. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik düzeyleri bu dersi almayan öğrencilere göre daha yüksektir. Ayrıca öğrencilerinin “Yaratıcılık” özelliklerinin de daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Şirin'in (2019) çalışmasında da daha önce girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik puan ortalamaları bu dersi almayanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlar açık bir şekilde girişimcilik derslerinin girişimcilik düzeyi ve girişimci kişilik özelliklerinin gelişiminde önemli bir payının olduğunu göstermektedir. Günümüz ekonomisinin yapı taşlarından biri olan girişimciliğin gelişimi için halihazırda üniversitelerin yanında ortaöğretim kurumlarında da girişimcilik derslerinin müfredata eklenmesi ve okutulması bireylerin girişimcilik düzeylerinin ve girişimci kişilik özelliklerinin gelişmesine ve dolaylı olarak da ülke ekonomilerinin gelişmesine önemli bir katkı sağlayabilir.

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin ebeveynlik durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadıklarının belirlenmesinde Mann-Whitney U testinden yararlanılmıştır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda genel girişimcilik düzeyinde çocuk sahibi olanlar ile olmayanlar arasında bir farklılık belirlenememiştir. Girişimcilik alt boyutları bakımından incelendiğinde ise; çocuk sahibi olan katılımcıların “Kendine Güven”, “Farklılık Yaratma” ve “Başarı İhtiyacı” özellikleri çocuk sahibi olmayan katılımcılara kıyasla daha güçlü çıkmıştır.

Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin ait oldukları kuşaklara göre farklılaşp farklılaşmadıklarının belirlenmesinde Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır.

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda öğrencilerin genel girişimcilik düzeyi ve girişimcilik alt boyutlarında kuşaklar bazında istatistiksel bir farklılık belirlenememiştir. Literatürde yapılan benzer araştırmalarda birbirinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Arslan ve Staub'un (2015) çalışmasında kuşaklar arasında genel girişimcilik düzeyi açısından "Bebek Patlaması Kuşağı" lehine bir farklılık bulunmuştur. Aynı çalışmada girişimcilik alt boyutlarından "Yenilikçilik" ve "Risk Alma" boyutlarında "Bebek Patlaması Kuşağı" lehine bir farklılık belirlenmiştir. Buna karşın Keleş'in (2013) çalışmasında girişimcilik alt boyutlarından "Bağımsız Olma İhtiyacı", "Yaratıcılık Eğilimi" ve "Risk Alabilme" boyutlarında "Y Kuşağı" üyelerinin lehine bir farklılık belirlenmiştir. Çalışmalarda ortaya çıkan farklılıkların sebepleri arasında kullanılan ölçeklerin farklı olması ve katılımcıların farklı bölgelerden kişiler olması gösterilebilir. Bu çalışmada böyle bir sonucun elde edilmesinde katılımcıların büyük çoğunluğunun Y kuşağı mensubu olması ve bu yüzden de diğer kuşak temsilcilerinin katılımının azınlıkta kalması yani homojen bir katılımcı oranının olmaması önemli bir etken olabilir. Bunun yanında kullanılan ölçek de sonuçların bu şekilde çıkmasına sebep olabilir. İlerde yapılacak çalışmalarda kuşak temsilcilerinin oranının birbirine daha yakın olması için daha spesifik bir örneklem üzerinde çalışılması ve farklı ölçeklerden yararlanılması daha farklı sonuçlar ortaya çıkmasında etkili olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmada ayrıca, katılımcıların genel girişimcilik düzeyi 143.4525 puan ile yüksek girişimcilik seviyesinde olduğu ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, ülkemiz öğrencilerinin girişimcilik ilgilerinin yüksek olduğu sonucuna varılabilir. Avrupa ve ABD'de politika yapıcılar, artan girişimcilik düzeylerinin eğitim ve özellikle girişimcilik eğitimi yoluyla elde edilebileceğine inanmaktadır. Bu nedenle, girişimcilik eğitimi Avrupa ülkelerinin çoğunda ve ABD'de okul müfredatında yer almakta, uygulanmaktadır. Bu programların altında yatan temel varsayım, girişimcilik becerilerinin öğretilabileceği ve sabit kişisel özellikler olmadığı görüşüdür (Oosterbeek, Praag ve Ijsselstein, 2010, s. 443).

Yapılan araştırmalar (Sluis, Praag ve Witteloostuijn, 2006; Sluis ve Praag, 2007), girişimcilik eğitiminin girişimcilik performansına olumlu etkileri olduğunu ortaya koymaktadır. Teorik girişimcilik eğitiminin yanı sıra, lisans veya lisansüstü öğrencilere uygulamaya dönük eğitimler de sağlanabilir. Lisans ve lisansüstü eğitimin yanında ortaöğretim kurumlarında özellikle meslek liselerinde girişimcilik derslerinin müfredata

eklenmesi girişimcilik düzeyini yüksek seviyeden çok yüksek seviyelere çıkartabileceği düşünülmektedir. Gelecekte de, bu konuyla ilgili yapılacak araştırmaların tek bir üniversite ile sınırlı kalmadan, devlet ve vakıf üniversitelerinin Açıköğretim Fakültelerinin de dahil olacağı karşılaştırmalı bir analiz ile yürütülmesinin daha etkin sonuçlara ulaşılmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Devlet ve vakıf üniversitelerinin yanında diğer ülkelerdeki Açıköğretim Sistemi bulunan üniversitelerin de dahil olacağı uluslararası bir çalışmanın da literatüre faydalı katkıları bulunabileceği düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 165-182.
- Akdemir, A. ve Konakay, G. (2015). *Y kuşağı ve girişimcilik*. 6 2, 2019 tarihinde <http://193.255.56.48:8080/jspui/bitstream/1/1048/2/1048.pdf> adresinden alındı
- Akpınar, S. (2009). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Aksoy, C. ve Yalçınsoy, A. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 341-359.
- Alberti, F., Sciascia, S. ve Poli, A. (2004). Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate. *14th Annual IntEnt Conference University of Napoli Federico II*. İtalya.
- Allen, J. C. ve Malin, S. (2008). Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources? *Society and Natural Resources*, 828-844. doi:10.1080/08941920701612917
- Alpar, R. (2010). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpugan, O. (1996). *İşletme Bilimine Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Alpugan, O. (1998). *Küçük İşletmeler: Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. İzmir: Per Yayınları.
- Altuntaş, G. (2014). *Girişimcilik ve Stratejik Yönetim İlişkisi: Bir Stratejik Girişimcilik Modeli ve Borsa İstanbul BİST-100 Endeksi'nde İşlem Gören İşletmeler Örneği*. https://www.academia.edu/7152136/Giri%C5%9Fimcilik_ve_stratejik_y%C3%B6netim_ili%C5%9Fkisi_Bir_stratejik_giri%C5%9Fimcilik_modeli_ve_Borsa_%C4%B0stanbul_B%C4%B0ST-100_Endeksinde_testi adresinden alındı
- Anadolu Üniversitesi. (2020a). *Açıköğretim Sistemi*. <https://www.anadolu.edu.tr/acikogretim/acikogretim-sistemi/acikogretim-sistemi-1> adresinden alındı
- Anadolu Üniversitesi. (2020b). *Sayılarla Üniversitemiz*. Anadolu Üniversitesi: <https://www.anadolu.edu.tr/universitemiz/sayilarla-universitemiz/ogrenci-sayilari/2019-2020/ekim-2019> adresinden alındı
- Aracıoğlu, B., Demirhan, D., Tatarlar, C. D., Zalluhoğlu, A. E. ve Dedeoğlu, A. Ö. (2016). *Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik*. İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Arıkan, S. (2001). *Girişimcilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Arslan, A. Staub, S. (2015) "Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma" *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11), 1-24.

- Aslan, S. (2008). Kişilik, Huy ve Psikopatoloji. *Psikiyatride Derlemeler, Olgular ve Varsayımlar*, 7-18.
- Atak, O. ve Dalgın, T. (2016). Gençlerin Girişimcilik Eğilimleri: Literatürdeki Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı* (s. 294-303). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Aydınlık, A. Ü. (2017). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta.
- Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 93-112.
- Ayvaz, T. (2013, 07 08). *Y Kuşağı Özellikleri*. <https://www.dijitalajanslar.com/y-kusagi/adresinden-alindi>
- Bako, M. (2016). *The Leadership Style Preferences of Academics From Different Generations: Baby Boomers, Generation X, Generation Y and Generation Z*. İstanbul : İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi : Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 133-147.
- Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimcilik Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 143-166.
- Barringer, B. R. ve Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship Succesfully Launching New Ventures*. Essex: Pearson.
- Baştürk, Ş. (2013). Değer Dönüşümünün Paradoksları:Post-materyalist Çalışma Yönelimlerinin Eleştirisi. *İş Ahlakı Dergisi*, 9-53.
- Bedük, A. (2005). Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* , 106-117.
- Bejtkovský, J. (2016). The Current Generations: The Baby Boomers, X, Y and Z in the Context of Human Capital Management of the 21st Century in Selected Corporations in the Czech Republic. *Littera Scripta*, 25-45.
- Besler, S. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 131-148.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 93-111.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). *Dünyada ve Türkiyede Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Bozkurt, Ö. Ç., ve Alparslan, A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7-28.
- Börü, M. D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi, Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. İstanbul : Kaktüs Yay Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2006). *Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Bygrave, W. D. (1997). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Wiley ve Sons Inn.
- Cansız, E. (2007, Eylül). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*. Isparta.
- Cansız, M. (2016). *Türkiye'de Akademik Girişimcilik*. Ankara: T.C Kalkınma Bakanlığı.
- Cezayirlioğlu, A. B. (2015). *Dijital Dünya ve Gelecek: Hemen Şimdi!* 8 8, 2019 tarihinde <https://medium.com/turkce/dijital-d%C3%BCnya-ve-%C5%9Firketler-1640cd73105d> adresinden alındı
- Chicken, J. C. (2002). *Yönetim ve Girişimcilik*. (B. Kurt, Çev.) İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Child, I. L. (1968). Personality in Culture. *Handbooks of Personality Theory and Research*. içinde Chicago: Rand Mc Nally.
- Chrisman, J., Hynes, T., ve Fraser, S. (1995). Faculty entrepreneurship and economic development: The case of the University of Calgary. *Journal of Business Venturing*, 267-281.
- Comte, A. (1974). *The Positive Philosophy*. New York: AMS Press.
- Çevik, E. (2006). Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.
- Çorum, A. A. (2012). *Y Kuşağına Yönelik İnsan Kaynakları Uygulamaları ve Bir Şirket Örneği*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davidson, E. ve Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. *43rd Hawaii International Conference on System*, (s. 1-10). Hawai. doi:10.1109/HICSS.2010.150
- Dees, J. G. ve Anderson, B. (2003). For-Profit Social Ventures. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1-26.
- Develioğlu, K. ve Tekin, Ö. A. (2013). Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri ve Yabancılaşma Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15-30.

- Doğan, N. (2013). Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dolgun, U. (2003). *Girişimcilik*. İstanbul : Alfa.
- Drucker, P. F. (2001). *Innovation and Entrepreneurship* . Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Dubrin, A. J. (2013). *Principles of Leadership*. South-Western College Publishing.
- Duran, C., Büber, H. ve Gümüştekin, G. E. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya MYO Makine Programı Örneği . *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 33-56.
- Efe, M. N. (2016). *Girişimcilikte Temel Prensipler*. İstanbul: Umuttepe Yayınları.
- Ersungur, Ş. M., Kızıltan, A. ve Polat, Ö. (2007). Türkiye’de Bölgelerin Sosyo-Ekonomik GelişmişlikSıralaması: Temel Bileşenler Analizi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 55-66.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university-industry linkage. *Research Policy*, 823-833.
- Ewen, R. B. (2014). *An Introduction to Theories of Personality*. New York: Psychology Press.
- Eysenck, M. W. (2004). *Psychology*. New York: Psychology Press.
- Filipczak, B., Zemke, R. ve Raines, C. (2013). *Generations at Work : Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*. ABD: Amacom.
- Geçim, Z. (1989). Türkiye’de Sanayinin Yapısı ve Gelişimi. *1989 Sanayi Kongresi Bildirileri*.
- Geissinger, A., Laurell, C., Sandström, C., Eriksson, K. ve Nykvist, R. (2019). Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change–Investigating the enabling role of cities. *Technological Forecasting ve Social Change*, 877-886. doi:10.1016/j.techfore.2018.06.019
- Gerber, M. E. (1995). *The E Myth Revisited Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It*. New York: HarperCollins Publishers.
- Goldsmith, R. E. ve Foxall, G. R. (2003). The Measurement of Innovativeness. *The International Handbook on Innovation*, 321-330.
- Grichnik, D., Brinckmann, J., Singh, L. ve Manigart, S. (2014). Beyond Environmental Scarcity: Human and Social Capital as Driving Forces of Bootstrapping Activities. *Journal of Business Venturing*, 310-326.
- Gurel, E., Altınay, L. ve Daniele, R. (2010). Tourism Students Entrepreneurial Intentions. *Annals of Tourism Research*, 646-669.
- Gürbüz, S. (2015). Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi? *İş ve İnsan Dergisi*, 39-57.

- Hansemark, O. C. (2000). Predictive validity of TAT and CMPS on the entrepreneurial activity, "start of a new business": a longitudinal study. *Journal of Managerial Psychology*, 634-654.
- Henman, L. D. (2012). *Theories of Personality: Questions and Controversies*. 8 21, 2019 tarihinde <https://www.henmanperformancegroup.com/articles/THEORIES-OF-PERSONALITY.pdf> adresinden alındı
- Hill, C. W. ve McShane, S. L. (2008). *Principles of Management*. New York: McGraw-Hill Education.
- Hira, İ. (2011). Wallerstein: Sosyal Bilimlerde Yeni Bir Paradigma İhtiyacı. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship*. Irwin McGraw-Hill.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. ve Sexton, D. L. (2001). Guest Editors' Introduction to the Special Issue Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic Management Journal*, 479-491. doi:10.1002/smj.196
- Hoffeditz, E. L. (1934). Family Resemblances in Personality Traits. *The Journal of Social Psychology*(5), 214-227. doi:10.1080/00224545.1934.9919449
- İbicioğlu, H., Özdaşlı, K. ve Alparslan, A. M. (2009). Girişimcilik Özellikler ve Girişimcilik Kültürü Tercihi Üzerinde Ebeveyn etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 521-538.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Ireland, R. ve W.Webb, J. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. *Business Horizons*, 49-59. doi:10.1016/j.bushor.2006.06.002
- Jones, V., Jo, J. ve Martin, P. (2007). Future Schools and How Technology can be used to support Millennial and Generation-Z Students . *1st Int. Conf. Ubiquitous Information Technology*, (s. 12-14).
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Karaaslan, S. (2014). *Kuşaklararası Farklılıkları Örgütler Üzerinden Anlamak: Bir Alan Araştırması*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karadal, H. (2016). *Girişimcilik* (4 b.). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kaya, M. D., Güzel, D. ve Çubukçu, B. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, 77-89.

- Kayıkçı, M. Y. ve Bozkurt, A. K. (2018). Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Yapay Zeka Uygulamaları ve Turizme Yansımaları. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 54-64.
- Keleş, H. N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 23-43.
- Kılıç, R., Keklik, B. ve Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 423-435.
- Kirby, D. A. (2003). *Entrepreneurship*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Kiş, N. (2018). Dijital Çağda Yeni Bir Girişimcilik Yaklaşımı: Dijital Girişimcilik. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 389-399.
- Kışlalı, A. T. (1976). Siyasal Tutumlarda Kuşak ve Cinsiyet Etkileri. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 117-130.
- Koçel, T. (2015). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Koçyiğit, E. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Kongar, E. (1993). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Koptagel-İlal, G. (1982). *Tıpsal Psikoloji*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi Yayınları.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 209-226.
- Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 163-179.
- Köksal, Y. ve Penez, S. (2015). Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 155-167.
- Küçük, O. (1998). Erzurum'da Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Üretim Yapısı. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara : Seçkin Yayıncılık.
- Küçük, O. (2007). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kyles, D. (2005). Managing Your Multigenerational Workforce. *Strategic Finance*, 53-55.

- Kyles, D. (2005). Managing Your Multigenerational Workforce. *Strategic Finance*.
- Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education*. Paris: OECD.
- Lagrange, J. C. (1991). *Générations! Les Annales de Vaucresson*.
- Lambing, P. A., ve Kuehl, C. R. (2003). *Entrepreneurship*. New Jersey: Pearson.
- Latif, H. ve Serbest, S. (2014). Türkiye’de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 132-163.
- Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T. ve O’Leary, J. T. (2006). Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and the Silent Generation. *Journal of Vacation Marketing*, 237-252.
- Liñán, F., Moriano, J. A. ve Zarnowska, A. (2008). Stimulating Entrepreneurial Intentions Through Education. J. A. Moriano, L. M. Gorgievski, ve M. Lukes içinde, *Teaching Psychology Of Entrepreneurship Perspective From Six European Countries* (s. 44-67). Madrid: Universidad Nacional De Educación A Distancia.
- Lively, B. (2002). Nazarene Baby Boomer’s in the 21st Century: Service and Self-fulfillment. ANSR. Nazarene: Southern Nazarene University.
- Luthans, F. (2011). *Organizational Behaviour An Evidence-Based Approach*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Marangoz, M. (2017). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Martín, I., Ramos, M. ve Herrero, L. A. (2018). Intrapreneurship in Business Innovation: The Importance of Intellectual Capital Protection – Capitalize on the Commitment of Its Human Capital. A. C. Moreira, G. L. Dantas, ve F. M. Valente (Dü) içinde, *Nascent Entrepreneurship and Successful New Venture Creation* (s. 153-175). Hershey, ABD: IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-2936-1.ch007
- Maslow, A. H. (1971). *The Farther Reaches of Human Nature*. New York: Viking Press.
- McCrae, R. R., Costa, P., Ostendorf, F., Angleitner, A., Hrebícková, M., Avia, M., . . . Smith, P. B. (2000). Nature over Nurture: Temperament, Personality, and Life Span Development. *Journal of Personality and Social Psychology*, 173-186.
- Meggison, W. L., Byrd, M. ve Meggison, L. C. (2000). *Small Business Management*. Irwin: McGraw-Hill.
- Mengi, Z. (2009). *İş başarısında kuşak farkı*. <https://www.kigem.com/is-basarisinda-kusak-farki.html> adresinden alındı
- Mok, K. H. (2005). Fostering entrepreneurship: Changing role of government and higher education governance in Hong Kong. *Research Policy*, 537-554.
- Morgan, C. T. (1991). *Psikolojiye Giriş*. (H. Arıcı, O. Aydın, R. Bayraktar, O. İmamoğlu, S. Karakaş, I. Savaşır, . . . G. Uraz, Çev.) Ankara: Meteksan.

- Morsümbül, Ş. (2014). Kültürel Değerlerin Üç Kuşak Arasındaki Değişimi Üzerine Bir İnceleme: Ankara Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 137-160.
- Müftüoğlu, T. (2013). *İşletme İktisadı*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Müftüoğlu, T., ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve Kobiler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Oosterbeek, H., Praag, M. v. ve Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 442-454.
- O'Shea, R., Allen, T. J., O'Gorman, C. ve Roche, F. (2004). Universities and Technology Transfer: A Review of Academic Entrepreneurship Literature. *Irish Journal of Management*, 11-29.
- Özalp, Ş. (1971). *Küçük İşletmeler*. Eskişehir: İTİA Yayıncılık.
- Özbek, A. (2016). Giyim Üretimi ve Moda Tasarımı Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi . *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 1-24.
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T. ve Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi Personality Development. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 4(4), 566-589.
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik ve Girişimci Kişilik*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Özkalp, E. ve Kırel, Ç. (2010). *Örgütsel Davranış*. Bursa: Ekin Yayınları.
- Özsungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana. *Women's Studies International Forum*, 114-126. doi:10.1016/j.wsif.2019.03.006
- Parnell, J. A., Crandall, W. R. ve Menefee, M. (1995). Examining the Impact of Culture on Entrepreneurial Propensity: An Empirical Study of Prospective American and Egyptian Entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 39-53.
- Penke, L., Denissen, J. J. ve Miller, G. F. (2007). The Evolutionary Genetics of Personality . *European Journal of Personality*, 549-587.
- Pilcher, J. (1994). Mannheim's Sociology of Generations: An Undervalued Legacy. *The British Journal of Sociology*, 481-495.
- Plomin, R. ve Nesselroade, J. R. (2000). Behavioral Genetics and Personality Change. *Journal of Personality*, 191-220.
- Raposo, M. ve Paço, A. d. (2011). Entrepreneurship Education: Relationship Between Education and Entrepreneurial Activity. *Psicothema*, 453-457.

- Rashidi, R., Sani, S. Y. ve Rezaei, S. (2013). Presenting a Butterfly Ecosystem for Digital. *7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies*, (s. 1-4). Bakü. doi:10.1109/ICAICT.2013.6722798
- Rasmussen, E. A. ve Sørheim, R. (2006). Action-Based Entrepreneurship Education. *Technovation*, 185-194.
- Reeves, T. C. ve Oh, E. (2008). Generation Differences. J. M. Spector (Dü.) içinde, *Handbook of Research on Educational Communications and Technology* (s. 296).
- Reynolds, P. (1994, 9 1). *What We Don't Know May Hurt Us*. 8 25, 2019 tarihinde Inc: <https://www.inc.com/magazine/19940901/3078.html> adresinden alındı
- Roach, P. D. (2006). Evolutionary theory and birth order effects on Big Five personality traits among the Shuar of Amazonian Ecuador: The first cross -cultural test. Universtiy of Oregon, Oregon.
- Rolland, J.-P. (2002). The Cross-Cultural Generalizability of the Five Factor Model of Personality. R. R. McCrae, ve J. J. Allik içinde, *The Five-Factor Model of Personality Across Cultures* (s. 7-28). Kluwer Academic / Plenum Publishers. doi:10.1007/978-1-4615-0763-5_2
- Ryckman, R. M. (2006). *Theories of Personality*. Belmont: Thomson Higher Education.
- Sabuncuoğlu, Z. (1985). *İşletme Bilimine Giriş*. Bursa.
- Sabuncuoğlu, Z., ve Tokol, T. (2017). *İşletme*. Bursa: Alfa.
- Sarıtaş, A. ve Duran, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 147-165.
- Senbir, H. (2004). *Z Son İnsan Mı?* İstanbul: Nisan Kitabevi.
- Shane, S. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Cheltenham: Edward Elgar Publication.
- Silajdžić, I., Kurtagić, S. M. ve Vučijak, B. (2015). Green entrepreneurship in transition economies: a case study of Bosnia and Herzegovina. *Journal of Cleaner Production*, 376-384. doi:10.1016/j.jclepro.2014.07.004
- Sluis, J. V. ve Praag, C. V. (2007). Returns to Education for Entrepreneurs and Employees: Identification by Means of Changes in Compulsory Schooling Laws. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Sluis, J. V., Praag, M. V. ve Witteloostuijn, A. V. (2006). Why are the returns to education higher for entrepreneurs than for employees? Amsterdam: University of Amsterdam.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2011). *Kurumdan Uygulamaya 5 Faktör Kişilik Modeli ve 5 Faktör Kişilik Envanteri*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

- Soyşekerci, S. (2012). *Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik* (2 b.). İstanbul: Kriter Yayınları.
- Stevenson, H. H. ve Gumpert, D. E. (1985, 3). *The Heart of Entrepreneurship*. Harward Business Review: <https://hbr.org/1985/03/the-heart-of-entrepreneurship> adresinden alındı
- Strauss, W. ve Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company, Inc.
- Strauss, W. ve Howe, N. (1997). *The Fourth Turning*. Broadway Books.
- Şalap, K. O. (2016). Çalışma Yaşamında Kuşaklar: Kuşakların İş ve Özel Yaşam Dengesine İlişkin Yaklaşımlar. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şirin, G. (2019). İstanbul Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi. İstanbul: İstanbul Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TDK. (2019). *Türk Dil Kurumu*. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Thompson, J. L. (2002). The World of the Social Entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 412-431. doi:10.1108/09513550210435746
- Thompson, J., Alvy, G. ve Lees, A. (2000). Social Entrepreneurship – A new look at the people and the potential. *Management Decision*, 328-338.
- Tikici, M. ve Aksoy, A. (2009). *Girişimcilik ve Küçük İşletmeler*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Tufur, M. (2011). Türkiye'nin Y Kuşağı. *MediaCat Özel Eki*.
- Tutar, H. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türk Ticaret Kanunu. (2011, 2 14). 6102 no'lu Ticaret Kanunu. Türkiye Cumhuriyeti: Resmi Gazete.
- Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete. (2008, 9 27). Resmi Gazete.
- Ulucan, S. (2015). Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin analizi: ortaöğretimde lise 3. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde bir uygulama. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uslu, Y. D., Hancıoğlu, Y. ve Demir, E. (2015). Applicability to Green Entrepreneurship in Turkey: A Situation Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1238-1245. doi:10.1016/j.sbspro.2015.06.266
- Vardar, A. (2018, 6). Girişimcilik Niyetine Etki Eden Değişkenlerin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesi Analizi: Açıköğretim Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. Eskişehir.
- Wang, K. ve Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore. *Technovation* 24, 163-172.

- Weerawardena, J. ve Mort, G. S. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*(41), 21-35. doi:10.1016/j.jwb.2005.09.001
- Wellner, A. (2000). Gen Z. *American Demographics*, 60-64.
- WeRGenZ. (2020). *Gen Z Facts*. <https://wergen.com/gen-z-fast-facts/> adresinden alındı
- Wood, M. S. (2011). A process model of academic entrepreneurship. *Business Horizons*, 153-161. doi:10.1016/j.bushor.2010.11.004
- Yalın, B. E. (2007). Değerler, İletişim Davranışı ve Politik Katılım. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 155-172.
- Yarzebinski, J. A. (1992). Understanding and Encouraging the Entrepreneur. *Economic Development Review*, 32-35.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 195-203.
- Yılmaz, H. ve Görmüş, A. Ş. (2012). Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma. *Journal of Yasar University*, 4483-4504.
- Yüksekbilgili, Z. (2015). Türkiye’de Y Kuşağının Yaş Aralığı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 259-267.

EKLER

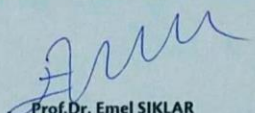
Ek-1 Etik Kurul İzin Belgesi

Evrak Kayıt Tarihi: 08.11.2019	Protokol No: 88366	Tarih: 27.11.2019
--------------------------------	--------------------	-------------------

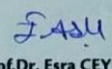
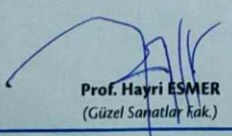
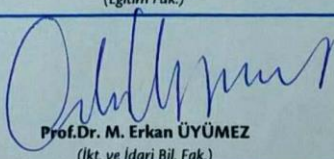
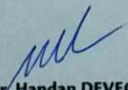


ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Yüksek Lisans Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimlerinin Kuşaklar Bağlamında İncelenmesi: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Mesut KURULGAN
TEZ YAZARI:	Erkam Emin AYVAZ
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu



Prof. Dr. Emel ŞIKLAR
(Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)

 Prof. Dr. T. Volkan YÜZER (Başkan Yardımcısı-Açıköğretim Fak.)	 Prof. Dr. Esra CEYHAN (Eğitim Fak.)
 Prof. Hayri ESMER (Güzel Sanatlar Fak.)	 Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ (İkt. ve İdari Bil. Fak.)
 Prof. Dr. Handan DEVECİ (Eğitim Fak.)	KATILMADI Prof. Dr. Oktay Cem ADIGÜZEL (Eğitim Fak.)

Ek-2 Öğrencilere Yönelik Girişimcilik Ölçeği

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Kuşaklar Bağlamında İncelenmesi Anket Formu

Sayın Katılımcılar,

Bu anket formu Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezi için veri toplama amacı ile hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimlerinin kuşaklar bazında değişimini öğrenmektir ve sizlerin görüşlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda Açıköğretim sisteminde öğrenci olarak bulunan farklı kuşaklardan bireylerin girişimcilik eğilimleri belirlenip sonuçları ile girişimcilik literatürüne katkıda bulunulacaktır. Ankette kimliğiniz ve belirteceğiniz görüşler kesinlikle gizli kalacak ve başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Ankette ad, soy ad, iletişim bilgileri gibi kişisel bilgiler istenmemektedir. Anket 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik bilgileriniz ile ilgili sorular yer almaktadır ve sizin için doğru olan seçeneği işaretlemeniz istenmektedir. Diğer bölümde ise Üniversite öğrencileri girişimcilik ölçeği ile ilgili sorular verilmiştir. Bu maddeleri kişilik özelliklerinize göre Hiçbir Zaman-Nadiren-Bazen-Sık Sık- Çok Sık olarak işaretlemeniz istenmektedir. Araştırma sonuçlarının güvenilirliği açısından soruları dikkatli bir şekilde okumanız ve size uygun seçenekleri işaretlemeniz oldukça önemlidir.

Ankete katılarak araştırmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Erkam Emin Ayvaz

Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

erkameminayvaz@anadolu.edu.tr

ANKETE DEVAM ETMEK İÇİN SONRAKİ BUTONUNU KULLANINIZ

* Gerekli

Kişisel Bilgiler

Lütfen Aşağıdakilerden sizin için doğru olan şıkkı işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz nedir? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Erkek

☐ Kadın

2. Hangi tarih aralığında doğdunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ 1925-1945

☐ 1946-1964

☐ 1965-1979

☐ 1980-1999

☐ 2000 ve sonrası

3. Öğrenim Durumunuz nedir? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Önlisans

☐ Lisans

☐ Yüksek Lisans

☐ Doktora

4. Yabancı Dil Seviyeniz nedir? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Düşük

☐ Orta

☐ İyi

5. Ailenizden birisi kendi işinin sahibi mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Baba
- ☐ Anne
- ☐ Anne ve Baba
- ☐ Abi veya Abla
- ☐ Hiçbiri

6. Daha Önce Girişimcilik ile ilgili bir ders aldınız mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

7. Çocuğunuz var mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ☐ Var
- ☐ Yok

Ankete devam etmek için SONRAKİ butonunu kullanınız.

Üniversite
Öğrencileri
Girişimcilik
Ölçeği

Bu bölümde toplam 36 madde bulunmakta olup kişisel özelliklerinize göre size en yakın gelen şıkkı işaretleyiniz. Şıklardan 1 numaralı şık "Hiçbir Zaman", 2 numaralı şık "Nadiren", 3 numaralı şık "Bazen", 4 numaralı şık "Sık Sık", ve 5 numaralı şık "Çok Sık" ifadelerini belirtmektedir.

8. 1. İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

9. 2. Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

10. 3. İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

11. 4. İşlerimde kendi kararlarım etkilidir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

12. 5. Kendi işimi kurabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

13. 6. İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

14. 7. Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

15. 8. Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

16. 9. Denemediklerimi denemekten çekinmem. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

17. 10. Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

18. 11. Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

19. 12. Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

20. 13. Arkadaşılarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

21. 14. Hayatımı dış etkenlere bırakmam. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

22. 15. Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

23. 16. Risk almaktan çekinmem *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

24. 17. Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

25. 18. Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projeler üzerinde çalışmayı severim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

26. 19. Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

27. 20. Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerle uğraşırım. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

28. 21. Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

29. 22. Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırabiliriz. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

30. 23. Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

31. 24. Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

32. 25. Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

33. 26. Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

34. 27. Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

35. 28. Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

36. 29. Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

37. 30. İşimde ve çalışmalarımda ortaya çıkan değişimlere açığımdır. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

38. 31. İşimi severek ve azimle yaparım. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

39. 32. İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

40. 33. İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

41. 34. Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

42. 35. İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

43. 36. Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman	☐	☐	☐	☐	☐	Çok Sık

ANKETİ GÖNDER butonunu kullanarak anketi tamamlayabilirsiniz. Çalışmamıza yardımcı olduğunuz için teşekkür ederiz.

Anket ile ilgili soru ve görüşleriniz için erkameminayvaz@anadolu.edu.tr adresine mail atabilirsiniz.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Erkam Emin Ayvaz
Yabancı Dil : İngilizce
Doğum Yeri ve Yılı : Eskişehir / 1995
E-Posta : erkameminayvaz@gmail.com

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2018, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Havacılık Yönetimi
 - 2017, Stajyer, TGS Esenboğa Havalimanı, Yolcu Hizmetleri
 - 2016, Stajyer, DHMİ Konya Havalimanı Müdürlüğü