

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI



TOPLUMSAL KÜLTÜRÜN GENÇLERİN GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMİNE ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

DANIŞMAN	HAZIRLAYAN
Yrd. Doç Dr. Muhammed DÜŞÜKCAN	Baransel KOÇ

Elazığ, 2016

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON BİLİM DALI

TOPLUMSAL KÜLTÜRÜN GENÇLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE
ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

DANIŞMAN
Yrd. Doç Dr. Muhammed DÜŞÜKCAN

HAZIRLAYAN
Baransel KOÇ

Jürimiz, .../.../2016 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezi başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri

- 1.
- 2.
- 3.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Zahir KIZMAZ
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****Toplumsal Kültürün Gençlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi****Baransel KOÇ****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İşletme Yönetimi Anabilim Dalı****Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı****Elazığ-2016; Page : XI + 110**

Bu çalışmanın amacı üniversitede eğitim gören öğrencilerin kültürel özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmada Fırat Üniversitesi'nde eğitim gören 490 öğrencinin toplumsal kültür özellikleri ve girişimcilik eğilimleri ölçülmüştür. Gençlerin girişimcilik eğilimlerinin olması gerek bölge gerekse ülke ekonomisinin gelişmesi açısından önemlidir. Bu durum da gençlerin toplumsal kültür özellikleri, onların girişimcilik eğilimleri üzerinde oldukça etkilidir. Araştırmada Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise; güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, frekans analizi, korelasyon ve regresyon analizi, bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi, tukey ve lsd testlerinden yararlanılmıştır.

Araştırma sonucunda öğrencilerin toplumsal kültür özellikleri alt boyutları olan belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erilik-dişilik, denetim noktası ve bireycilik-toplumculuk ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu; öğrencilerin toplumsal kültür özelliklerinin ve girişimcilik eğilimlerinin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler : Toplumsal Kültür, Girişimcilik

ABSTRACT

Master Thesis

The Effect of The Social Culture on Youth's Inclination For Entrepreneurship

Baransel KOÇ

Firat University

Social Sciences Institute

Business Administration Department

Management and Organization Department

Elazig-2016; Page: XI + 110

The aim of this study is to analyze the relationship between the cultural characteristics of the graduate students and their inclination for entrepreneurship. In the study, 490 students of Firat University have been examined with regard to their social culture characteristics and their inclination for entrepreneurship. The youth's inclination for entrepreneurship is crucial both for regional and national economic improvement. In this manner, youth's social culture characteristics are considerably important for their inclination for entrepreneurship. In the study, Social Culture Scale and Inclination for Entrepreneurship Scale have been utilized. In the analyses of the data, reliability and validity analyses, frequency analyze, correlation and regression analyze, independent sample test, unilateral variance analyze, tukey and lsd tests have been benefited.

As the results of the research, it has been found out that there was a significant relationship between the sub-dimensions of social culture such as avoiding uncertainty, power distance, masculinity and femininity, auditing point, and individualism and sociability, and that the students' social culture characteristics and their inclination for entrepreneurship have been differentiating according to their demographic features.

Key Words: Social Culture, Entrepreneurship

İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
TABLolar LİSTESİ	IX
ÖNSÖZ	XI
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TEORİK ÇERÇEVE.....	4
1.1. Girişimcilik Kavramı.....	4
1.1.1. Girişimcilik Kavramının Tanımı.....	4
1.1.2. Temel Kavramlar	7
1.1.2.1. Yöneticilik	7
1.1.2.2. Liderlik	8
1.1.2.3. Tüccarlık.....	10
1.1.2.4. Esnafılık.....	10
1.1.3. Girişimcilik İle İlgili Kavramlar	10
1.1.3.1. Yaratıcılık	10
1.1.3.1.1. Yaratıcı Kişilerin Özellikleri	11
1.1.3.2. Yenilik	11
1.1.4. Girişimcilik Türleri	12
1.1.4.1. Mülkiyete Göre Girişimcilik	12
1.1.4.1.1. Kamu Girişimcileri	12
1.1.4.1.2. Piyasa Ekonomisi İçindeki Girişimciler	13
1.1.4.2. Büyüklük Boyutu.....	13
1.1.4.2.1. Büyük Girişimciler	13
1.1.4.2.2.Orta ve Küçük Girişimciler.....	13
1.1.4.2.3. Saf Girişimci	14
1.1.4.2.4. Tepkisel Girişimcilik	14
1.1.4.2.5. Durgun Bürokratik Girişimcilik.....	14
1.1.4.2.6. Girişimci Girişimcilik	15
1.1.4.2.7. Egemen Girişimcilik	15

1.1.4.2.8. Yenilikçi Girişimcilik	15
1.1.4.2.9. Pozitif Girişimcilik	15
1.1.4.3. Chicken Modeli	16
1.1.4.4. İç Girişimcilik.....	16
1.1.4.5. Kadın Girişimciler	18
1.1.4.6. Aile İşletmeleri	19
1.1.4.7. Tekno Girişimcilik.....	19
1.1.5. Girişimciliğin Önemi	20
1.1.5.1. Ekonomik Açıdan	20
1.1.5.2. Sosyal Açıdan	21
1.2. Girişimci Kişilik	22
1.2.1. Kişilik Kavramı	22
1.2.1.1. Kişiliği Belirleyen Etkenler	23
1.2.1.2. Kişilik- Karakter İlişkileri	23
1.2.2. Girişimci Kişilik Kavramı	23
1.2.3. Girişimcilerin Bazı Kişilik Özellikleri	24
1.2.3.1. Hayal.....	24
1.2.3.2. Riske Katlanma	25
1.2.3.3. Yenilik	26
1.2.3.4. Yaratıcılık	27
1.2.3.5. Yönetim Becerisi	28
1.2.3.6.Öğrenme Azmi	28
1.2.3.7. İnsani İlişkiler	28
1.2.3.8. Hırslılık ve Kararlılık	29
1.2.3.9. İyimserlik ve Kendine Güven.....	29
1.2.3.10. Ön Sezi ve Fırsatçılık	30
1.2.3.11 Vizyon	30
1.2.3.12. Başarı İhtiyacı.....	31
1.2.3.13. Bağımsızlık İhtiyacı.....	32
1.2.3.14. Enerjiklik	32
1.2.3.15. Problem Çözme Yeteneği	33
1.2.3.16. Planlama.....	33
1.2.3.17. Esneklik	34

1.2.3.18. Hataları Kabul Etme	34
1.2.3.19. Strese Karşı Dayanıklılık.....	35
1.3. Girişimcilik Ve Kültür	36
1.3.1. Kültür Kavramı	36
1.3.1.1. Kültürün Oluşması.....	36
1.3.1.2. Kültürün Özellikleri ve Çeşitleri	37
1.3.1.2.1. Kültürün özellikleri.....	37
1.3.1.2.2.Kültürün çeşitleri	38
1.3.2. Örgüt Kültürü Kavramı	39
1.3.2.1. Örgüt Kültürünün Oluşması	39
1.3.2.2.Örgüt Kültürünü Belirleyen Temel Özellikler.....	39
1.3.2.3. Örgüt Kültürünün İşletmeler Açısından Önemi	40
1.3.2.4. Örgüt Kültürü Türleri	40
1.3.2.4.1 Güçlü Örgüt Kültürü.....	40
1.3.2.4.2. Zayıf Örgüt Kültürü.....	40
1.3.2.4.3. Bireyler Arası İlişkilere Göre Örgüt Kültürü.....	41
1.3.2.4.4. Rol Kültürü	41
1.3.2.4.5. İş Kültürü	41
1.3.2.4.6. Bireysel kültür.....	41
1.3.2.5. Kurum kültürünü etkileyen başlıca faktörler.....	41
1.3.2.5.1. Vizyon.....	41
1.3.2.5.2. Misyon	41
1.3.2.5.3. Lider.....	41
1.3.2.5.4. Müşteriler.....	41
1.3.2.5.5. Kurum tarihi.....	42
1.3.2.5.6. İletişim	42
1.3.2.5.7. Teknoloji.....	42
1.3.2.5.8. Bilgi Sistemleri	42
1.3.2.5.9. Hukuk.....	42
1.3.2.5.10. Ödül	43
1.3.2.5.11. Organizasyon durumu.....	43
1.3.2.5.12. Değer yargıları	43
1.3.3. Girişimcilik Kültürü Kavramı	43

1.3.3.1. Girişimcilik Kültürünün Türkiye’deki Yeri	44
1.4. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci	45
1.4.1. KOBİ’ler ve Girişimcilik	47
1.4.1.1. KOBİ Kavramı	47
1.4.1.1.1 KOBİ'lerin Ortak Özellikleri	48
1.4.1.1.2. KOBİ’lerin Avantajları ve Dezavantajları	49
1.4.1.1.2.1. KOBİ’lerin Avantajları	49
1.4.1.1.2.2. KOBİ’lerin Dezavantajları	50

İKİNCİ BÖLÜM

2. YÖNTEM	51
2.1. Araştırmanın Modeli	51
2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	51
2.3. Veri Toplama Araçları	51
2.4. Verilerin Değerlendirilmesi	52
2.5. Araştırma Etiği	52
2.6. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Yönelik Güvenilirlik Analizleri	52
2.6.1. Toplumsal Kültür Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizleri	53
2.6.2. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizleri	55
2.7. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Yönelik Geçerlilik Analizleri	57
2.7.1. Toplumsal Kültür Ölçeği Geçerlilik Analizi	57
2.7.2. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Geçerlilik Analizi	59
2.8. Verilerin Analizinde Kullanılan İstatistiksel Yöntemler	60

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	61
3.1. Demografik Özellikler	61
3.2. Tanımlayıcı Analizler	63
3.2.1. Araştırmaya Katılanların Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin İfadeler Katılma Düzeyleri	64
3.2.2. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları	69

3.2.3. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları Açısından Farklılıkları.....	73
3.2.4. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Okudukları Birim Türü Açısından Farklılıkları	75
3.2.5. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Okudukları Alan Türü Açısından Farklılıkları.....	78
3.2.6. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Okudukları Sınıf Açısından Farklılıkları	80
3.2.7. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Yerleşim Yerleri Açısından Farklılıkları	82
3.2.8. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Mezun Oldukları Lise Türü Açısından Farklılıkları	85
3.2.9. Toplumsal Kültür ölçeği Alt Boyutları İle Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler.....	88
SONUÇ VE ÖNERİLER	91
KAYNAKÇA.....	94
EKLER	102
EK 1. Orjinallik Raporu	102
EK 2. Anket Formu	103
ÖZGEÇMİŞ	110

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Toplumsal Kültür Ölçeği Soru Listesinin Alfa Katsayısı Değerleri.....	54
Tablo 2. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesinin Alfa Katsayısı Değerleri	56
Tablo 3. Toplumsal Kültür Ölçeği Soru Listesinin Faktör Analizi Değerleri.....	58
Tablo 4. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesinin Faktör Analizi Değerleri	59
Tablo 5. Ankete Katılanların Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı	61
Tablo 6. Likert Tipi Ölçek İçin Puan Aralıkları.....	64
Tablo 7. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeyleri Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	64
Tablo 8. Toplumsal Kültür Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	65
Tablo 9. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeyleri Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	67
Tablo 10. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	67
Tablo 11. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları	70
Tablo 12. Toplumsal Kültür Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları	71
Tablo 13. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları	72
Tablo 14. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları ..	73
Tablo 15. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları Açısından Farklılıkları	74
Tablo 16. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları Açısından Farklılıkları	75

Tablo 17. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Birim Açısından Farklılıkları.....	76
Tablo 18. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların okudukları Birim Açısından Farklılıkları	77
Tablo 19. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Alan Türü Açısından Farklılıkları	78
Tablo 20. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların okudukları Alan Açısından Farklılıkları	79
Tablo 21. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Sınıf Türü Açısından Farklılıkları	80
Tablo 22. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Sınıf Açısından Farklılıkları	81
Tablo 23. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Yerleşim Yerleri Açısından Farklılıkları.....	83
Tablo 24. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Yerleşim Birimi Açısından Farklılıkları	84
Tablo 25. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Mezun Oldukları Lise Türü Açısından Farklılıkları	85
Tablo 26. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Mezun Oldukları Lise Türleri Açısından Farklılıkları	87
Tablo 27. Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği Alt Boyutları İle Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları	88
Tablo 28. Toplumsal Kültür Ölçeği ile Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği Arasındaki Regresyon Analizi.....	90

ÖNSÖZ

Araştırmamız gençlerin “Girişimcilik Kültürüne” olan ilgisini araştırmaktadır. Uygulama alanı olarak Fırat Üniversitesi öğrencileri seçilmiştir. Fırat Üniversitesinde eğitim gören gençlerin girişimcilğe yatkın olup olmadıkları, girişimcilik kültürüne olan eğilimleri yapılan anket çalışması ile değerlendirilmiştir. Bu tezin hazırlanmasında anketimizi cevaplama nezaketinde bulunan Fırat Üniversitesi öğrencilerine, Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde görev yapan tez danışmanım sayın Yrd.Doç.Dr. Muhammed DÜŞÜKCAN’a, yardımlarını esirgemeyen sayın Doç.Dr. Erkan Turan DEMİREL’e, şükranlarımı sunarım.

ELAZIĞ-2016**Baransel KOÇ**

GİRİŞ

Girişimcilik , ÷lkelerin gelişme ve kalkınmasındaki itici güç olmasından dolayı insanlık tarihinde göçebe yaşamdan yerleşik tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişlerde hep önemli bir kavram olmuştur. Girişimcilik bireysel ve toplumsal anlamda, ekonomik sosyal, psikolojik ve teknolojik değişim ve gelişimin doğal bir dinamizmi olduğu için ve refah yarattığı için pek çok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Yaşadığımız süreçte teknolojinin ve rekabetin hızla ilerlemesi ve bu ortama uyum sağlayabilmek , avantaj elde edebilmek ekonomik açıdan gelişmişliğe bağlıdır. Gelişmiş ÷lkelerin ekonomik gelişme tarihleri incelendiğinde bu gelişimde en önemli rol oynayan faktörlerden birisi de girişimcilik olmuştur. Son yıllardaki artan rekabet ve pazarların hayat eğrilerinin kısalması, girişimciliğin önemini daha da artırmıştır. Zira günümüzde firmaların ayakta kalabilmesi için girişimciliğin doğasında olan yaratıcı yıkım anlayışının gerekliliği ortaya çıkmıştır Üretim yaparak toplum refahının artırılması ÷lkelerinde refahının artırılması sonucu elde edilmektedir. Hızla gelişmekte olan ÷lkemizde , kalkınmanın öncüsü , “girişimcilik ve kültür” ilişkisidir. Ne yazık ki ÷lkemizde kalkınmanın öncüsü dediğimiz bu ikileme uzun yıllardır çok da başarılı olduğumuz bir durum değildir. Bunun temel sebeplerinden biri girişimlerin kuruluş aşamalarından başlayarak büyümelerine kadar geçen süre içinde karşılarına çıkan bürokratik, mali, siyasi, ekonomik kaynaklı engellerden kaynaklanmaktadır. Bunun temel nedeni ise kültürel ortamın yeterince gelişmediği ve girişimcilere verilen desteğin gerek az gerekse adaletli dağıtılamamasıdır. Türkiye’de konunun önemi yeni fark edilmektedir. Girişimcilik ile ilgili araştırmalar yapılmaya başlanmış fakat henüz yeterli seviyeye gelmemiştir. Çalışmalar, konu ile ilgili literatür temeli oluşturma seviyesindedir. Bugün girişimciliğe gereken önemin verilmesi bağlamında birçok fakülte ve yüksek okulda girişimcilik dersleri okutulmaktadır. Ancak verilen bu eğitimde öğrencilere kurulmuş bir işletmenin nasıl yönetilebileceği hakkında bilgiler verilmekte fakat kendi işini kurmak arzusu içinde bulunan öğrencilere tam bir katkı sağlanamamaktadır. Bu durumda öğrencilerin kendi işini kurma ve girişimciliğe başlama konusunda eğitim almaları onları daha da heveslendirecektir. Girişimcilik sayesinde, üretim faktörlerinin bir araya getirilerek üretimin gerçekleştirildiği teknik birimler olan işletmeler oluşmaktadır. İşletmeleri, bir ekonomik sistem içinde gerekli olan tüm mal ve hizmet üretiminin yapılmasına olanak

veren her türlü kar yada kar amacı gütmeyen yapılar olarak düşündüğümüzde, üretim girdilerinin temininden fiziksel ve kimyasal işlemler sonucu mal ve hizmet üretilmesine, işletmeler arası olay ve faaliyetler ile ilgili neden-sonuç ilişkisinden önce belirlenen örgütsel amaçların etkin bir şekilde gerçekleşmesine, toplumların beklentilerinin karşılanmasından tüm yeni teknolojik süreç ve gelişmelerin kullanılmasına kadar karmaşık ve iç içe geçmiş faaliyet ve uygulamalar bütünü olarak değerlendirebiliriz. İşletme yöneticiliği için önemli olan bu çerçevenin doğru boyutlara oturtulabilmesidir. Biz de söz konusu çerçevenin oluşturulabilmesine katkıda bulunabilmek için konu olarak “Toplumsal Kültürün Gençlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi” ni seçtik. Çünkü Gerek dünyada gerekse ülkemizde gençlerin girişimciliğe karşı eğilimi var. Ama bu eğilimin gençlerin aile içindeki yaşantısından ve aldığı kültürden, yaşam tarzı, eğitimi, toplumsal dinamiklerin gence verdiği etki ve tepkiler ve bir çok sebep genç nesillerin girişimciliğe yönelmesinde önemli etkileri var. Bu çalışmadaki amacımız var olan toplumsal kültürün gençlerin girişimciliğe nasıl baktıklarıdır.

Bu çalışma sayesinde girişimciler bulundukları statü içerisinde iş dünyasının önemini ve kaynaklarını daha iyi anlayacaklardır. Böylece girişimcilik ruhuna ne kadar yatkın olduklarını, nasıl motive olmaları gerektiğini, hangi tür girişimci olduklarını, edindikleri kültürün kendilerinde bulunan girişimcilik ruhunu nasıl etkilediğini anlayacaklardır. Çalışmamızın en büyük faydası, gerek girişimcilere gerek işletme yöneticilerine ve gerekse çalışanlarına içlerinde bulunan potansiyel girişimcilik ruhunun açığa çıkmasına katkıda bulunacaktır. Bir diğer önemli noktada, bu konuda akademisyenlerin çok fazla çalışma yapmamasından dolayı bundan sonra akademisyenlerin yapacakları çalışmalara ışık tutmaktır. Bununla birlikte girişimcilerin çok fazla muhatap oldukları Sivil Toplum Kuruluşlarının çalışmamızdan elde edecekleri detaylar sayesinde girişimciliğin kavramsal çerçevesi ve kültürel boyutlarını daha fazla anlayacaklardır. Bu kuruluşlar, inanıyorum ki çalışmamızı üyelerine ve diğer kuruluşlara önemli bir kaynak olarak aktaracaklardır. Ülkemizde, bu konuda bizimde faydalandığımız çeşitli yayınlar yapılmıştır.

Araştırmamızda Girişimcilik ve girişimcilikte yönetim konularına bakılarak teorik çalışmalardan sonra kavramlar ele alınmıştır. İşletme bilimi, Ekonomi, Hukuk, Matematik ve İstatistik, Bilgi İşlemleri teknolojisi ve Davranış Bilimleri gibi bir çok bilim dalıyla ilişkilidir. Ama biz özellikle davranış Bilimleri üzerinde biraz daha fazla duracağız. Çünkü araştırmamızın ana konusu olan girişimciliğin kültürel boyutu,

özellikle Sosyoloji ve Psikoloji bilim dallarıyla daha çok ilgilenmektedir. Genç neslin girişimciliğe bakış açısı, girişimciliğe olan isteklerinin sebep ve sonuçlarını yaptığımız uygulamalarla daha çok pekiştirdiğimize inanıyoruz. Yaptığımız uygulamamızın kapsamında baz olarak Fırat Üniversitesi öğrencileri alınmıştır. Bunun en önemli nedeni, Fırat Üniversitesi'nin Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinin en büyük Üniversitelerinden birisi olmasıdır. Bununla birlikte ülkemizin hemen hemen her bölgesinden farklı kültürlere sahip olan, gelir durumu çok farklılıklar gösteren, kültürel etkileşimin gerek bu bölgedeki gerekse diğer bölgelerden gelen öğrencileri çokça etkilemesi, Yabancı ülkelerden üniversitemize gelen farklı öğrencilerin hem ülkemiz hem bölge insanları ve öğrencilerinden etkileşiminin çok fazla olmasıdır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. TEORİK ÇERÇEVE

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik; 20. Yüzyılın en önemli dinamiklerinden biri olmuştur. Genellikle risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunları hayata geçirme süreci olarak tanımlanabilir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesi, ekonomik sistemde serbest piyasa ekonomisinin yaygınlaşması, çoğu zaman ortaya çıkan ekonomik bunalımlar neticesinde fırsatları ve imkanları kullanmaya, daha fazla kazanç elde etmeye çalışan kişilerin riski alarak oluşturdukları ticari faaliyetler bu alana ilginin artmasına sebep olmuştur. Girişimciler ekonomilerde gelişme ve kalkınmanın temel gücüdür. Bu güç harekete geçirildiğinde ülkeler de o kadar kısa sürede gelişip kalkınırlar.¹

Girişimcilikle ilgili çok farklı tanımlar ve kavramlar bulunmaktadır. Bu yüzden literatür deki tanımları ele almak yararlı olacaktır.

1.1.1. Girişimcilik Kavramının Tanımı

Girişimci, toplum içerisinde işadamı, iş sahibi, İşbilen, yönetici, patron, tuttuğu işi başaran, kendi işini kuran ve bunda başarılı olabilen , girişimi yöneten ve bunda başarıyı yakalayan , yeni fikirlere sahip olan ve riskli faktörünü gözetken öncü veya atılgan kişi gibi farklı isimlerle anılmaktadır.²

Girişimci kelimesinin temeline bakıldığında Fransızca “entreprendre” kelimesinden türetilmiştir.³ ve Türkçe karşılığı, “üstlenmek” tir⁴. Girişimciler iş ve iş yeri organize etme, yönetme, riske girme gibi sorumlulukları üstlenmektedirler. Richard Cantillon 1755 yılında girişimcilik kavramını ilk defa kullanan kişi olmakla beraber 19. yüzyılın sonuna gelince kadar girişimcilik kavramı ile ilgili yapılan tartışmalarda,

¹ Kaya.age,s.33

² Çelik,Akgemci ve Şimşek,age,s.19

³ Arıkan, age, s.27'den, Robert B. CARTON, et all, **The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Soivety**, [http://www.sbaer. Uca.edu.tr/Docs/98icsb/](http://www.sbaer.Uca.edu.tr/Docs/98icsb/)

⁴ age., s.27

girişimci kimdir, ne iş yapar ve kime girişimci denilir sorularına cevap bulunulmaya çalışılmıştır.⁵

Girişimcilik kavramından önce girişimci kavramını ele almak daha yararlı olacaktır. İnsan ihtiyaçlarının sınırsız olduğu ve sınırsız insan ihtiyaçlarını karşılamak için kaynakların kıt olduğu bilinmektedir. Bunun için kıt kaynaklarla mal ve hizmet üretiminin maksimum seviyeye çıkarılması gerekmektedir. Üretimin gerçekleşmesi için gerekli olan faktörler üretim faktörleri olarak adlandırılır ki bunların bir araya getirilmesiyle üretim gerçekleştirilebilir. Neyin ne zaman, kimlerle üretileceğine, hangi tüketici grubuna satılacağına, hangi işlerin kimlerle yapılacağına, üretim fonksiyonu süresince mali ve idari işlerin kimler tarafından yapılacağına, birilerinin karar vermesi gerekmektedir. Bunları yapmak girişimcinin ya da yöneticinin görevidir. Günümüzde üretim faktörleri olan emek, sermaye ve doğal kaynakların yanın da girişimci de bir üretim faktörü olarak görülmektedir. Böylece girişimci, üretimi gerçekleştirebilmek için emek, sermaye ve doğal kaynakları maximum ve en uygun bir araya getiren kişidir.⁶ Diğer bir tanımda ise girişimci, insanların ihtiyaçlarını karşılayabilmek için talebi belirlemek, bu talepleri karşılayacak ürün ve hizmetleri üretmeye çalışan ve yaratıcı olan kişidir. Girişimci, ekonomik nedenlerle risk alır ve piyasaya girer.⁷ İsmet Mucuk'a göre girişimci; insan ihtiyaçlarını karşılamak için üretim faktörlerini bulan ve uygun şekilde bir araya getiren, amacı kâr olan ve riske de katlanan kişi olmakla beraber girişimci, dördüncü üretim faktörüdür.⁸

Yakın zamanlardaki tanımlardan biri de , kar elde etme isteğinden dolayı doğabilecek her türlü fırsatları önceden hissedebilen, uygulayan ve pazarlayabilen doğasında bulunan yetenekleriyle değer ekleyen; riski alabilen yenilikçi kişidir.⁹

Girişimcilik, oluşabilecek fırsatlardan yararlanmak yada yeni fırsatlar yaratmak amacıyla, üretim ve hizmet sunmak amacıyla üretim faktörlerine sahip olma, örgütlenme ve risk alma yeteneğidir.¹⁰

⁵ Veciana, J.M. 2007. Entrepreneurship as a Scientific Research Programme. In Á. Cuervo, D. Ribeiro and S. Roig (Eds.), Entrepreneurship Concepts, Theory and Perspective: 23-71, New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

⁶ İlter Akat, Gönül Budak ve Gülay Budak, **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları, İzmir 2002, s.14

⁷ Metin Fidan ve Şahap Yılmaz, **Müteşebbislik**, Tutibay Yayınları, Ankara 2001, s.10

⁸ İsmet Mucuk, **Modern İşletmecilik**, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2001, s.6

⁹ Cemil Ulukan, **Aile İşletmelerinde Büyüme Süreci**, Anadolu Üniv. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir 2001, s.7

¹⁰ Demircan, **age**, s.3

Girişimcilik tipolojisi kapsamında; “çekingen- ihtiyatlı-sokulgan;güvenilir-şüpheci;dikbaşlı-duygusal;tutucu-gelişmelere açık; eğitilmiş-eğitimsiz; az zeki-normal-çok zeki; duygularından etkilenen-az etkilenen-çok etkilenen;çekingen-baskın;ciddi-neşeli;kestirmeci-bilinçli;uysal-maceracı;pratik-hayalci;doğru-açık-içten pazarlıklı; özgüvenli -neşeli-vesveseli; ekip çalışmasına yatkın-bireysel; rahat-gergin; itaatli-hakim; heyecanlı-heyecansız” sıralaması da yapılabilir.¹¹ Girişimcilik, bir işletme kurmak ve onu işletmektir. Ekonomik ürün ve hizmet üretmeyi tasarlamak, bununla ilgili bir örgüt kurmak, bunun sonunda sahip olunan parasal fayda ile yaşamaya çalışmaktır.¹²

Hisrich ve Peters’e göre girişimcilik; Her türlü riski göze alıp zaman ve emek harcayarak farklı değerler yaratma sürecidir. Bu süreç sonunda kişisel doyuma ulaşılır. Başka bir ifade ile yeni ve bilinmeyen bilginin yaratılması sürecidir.¹³

Hardy’e göre girişimcilik; çıkabilecek her türlü fırsatları değerlendirmede, sosyal, kültürel, politik ve ekonomik faaliyetlerin hepsine , girişimcilik demektedir.¹⁴

Titiz; özellikle toplum içinde yapılan girişimcilik tanımını ele almış ve bunu işletme kurma, iş, para, sermaye sahibi olmak olarak değerlendirmiştir.¹⁵

Şimdiye kadar yaptığımız tanımları özetleyecek olursak:

Girişimcilik; Çevresel faktörlerden doğan fırsatlardan yararlanarak, iş dünyasındaki fırsatları tesbit ederek, fırsatları oluşturabilme, oluşturulan fırsatların hedeflere, imkanlara ve değerlere uygun olduğunun anlaşıldığı anda ekonomik mal ve hizmet üretmek, kâr, prestij, büyüme, yeniliklere öncü olmak için üretim faktörlerine sahip olarak örgütlenip, oluşabilecek riskleri de göze alarak ürün ve hizmetleri üreten işletmelerin var olması için belirli bir düzen içinde organize olma sürecidir.

Bu tanımlarla birlikte, girişimci, herkesin göremediği fırsatları görebilen ve risk alarak iş fikrine dönüştürebilen kişidir. Bütün girişimcilerin bulunduğu ortak noktada budur. Girişimcilik; üretim faktörleri olan emek ,sermaye ve doğal kaynakları bir araya getirerek, mal ve hizmet üretmek amacıyla iş fikrine sahip olmaktır. Bir girişimci,

¹¹ Evver Özkalp ve Çiğdem Kırıl, **Örgütsel Davranış**, Etem A.Ş. Yayıncılık, Eskişehir 1997, s.76; John C. Maxwell, ve Jim Donnan, **Başarı için Stratejiler**, 3.b., cev. İdip Güpgüpoğlu, Sistem Yay., İstanbul, 1996, s.41-58; Roger Dawson, **Güvenli Karar Alma Rehberi**, Çev. Eshar Kütevin, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1993, s.50-73; Aktaran: Adnan Çelik, Tahir Akgemci, Şerif Şimşek, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Gazi Kitabevi, Ankara 2013, s.24

¹² Akdemir, age, s.20

¹³ Robert D. Hisrich and Michael P. Peters, **Entrepreneurship**, Mc Graw - Hill Irwin, USA 2002, p.47

¹⁴ K. Hardy, **What Do Entrepreneurs Contribute?**, Ivy Business Journal, Vol 64 Issue 2, p.52

¹⁵ Tınaz Titiz, **Girişimcilik: Ulusça Zenginliğe Açılan Kapı**, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1994, s.3

pazardaki fırsatları görebilen, bu fırsatları iş kurabilme fikrine sahip olan, risk alan, kurduğu işletmeyi başarıyla yönetebilen, piyasada var olan rekabete ayak uydurabilen, yenilikçi düşüncelere sahip kişidir.¹⁶

1.1.2. Temel Kavramlar

1.1.2.1. Yöneticilik

Bütün organizasyonları hayata geçiren, başarıya götüren unsur ruhtur. Mekanik bir organizasyona can veren ve onu başarıya götüren ruhu aşıl原因an kişi, yöneticidir.¹⁷ Yani yönetici rotayı tayin eden kişidir.¹⁸

Yönetici , başkaları vasıtasıyla amaçlarına ulaşmaya çalışan kişi olarak tanımlanacağı gibi Kâr ve risk üstlenmeksizin, ürün veya hizmet üretimi için gerekli olan üretim faktörlerini bulan ve birleştiren, girişimci adına işletme ile ilgili işleri yürütme sorumluluğu olan kişiye de yönetici denir. Yönetici girişimcinin belirlediği fikirleri uygulayan ve gösterdiği hedeflere ulaşabilmek için farklı yollar belirleyip örgütü organize eden ve yöneten kişidir. Görevi, işletmenin amaçlarını saptamak ve işletmeyi bütün olarak bu amaçlara yönleltmektir. Amaçlara ulaşabilmek için karar alır, aldığı kararları uygular, üretim faktörlerini bulur, düzenler ve örgütler.¹⁹ Ayrıca, planlama, talimat verme ve denetleme yetkilerine sahip insanlara da yönetici denir.

Yöneticiler, kar ve risk başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve hizmetleri üreten pazarlayan ve üretim faktörleri sayesinde işletmenin amaçlarına uygun çalıştırma metodlarını üstlenen kişilerdir. Yönetici, Girişimcinin adına İşletmeyi yönetir, girişimci adına yetkilerini kullanır. Her Girişimci yönetici olabilir ama her yönetici girişimci olamaz. Girişimciyi yöneticiden ayıran en önemli özellik, girişimci işletmenin faaliyetlerinden doğan kâr ve zararı kendi adlarına yüklenirken, yöneticinin kâr ve zarar konusunda herhangi bir sorumluluğu yoktur. Yani girişimci riski üstlenir , yönetici ise riski üstlenen kişi değildir.

Girişimciler zaman içerisinde riski üstlendikleri için işletmenin yöneticisi de olmak durumunda kalabilirler. Bu durum zaman içerisinde işletmenin büyümesi,

¹⁶ Mahmut Tekin, **Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü; Girişimcilik**, Günay Ofset Matbaacılık, Konya 2005, s.23.

¹⁷ Zeyyat Hatipoğlu, **Temel Yönetim ve Organizasyon**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 1993, s.220

¹⁸ G. Herbert Hicks, **Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından**, Çeviri: Osman Tekok vd., 1. Cilt, Turhan Kitabevi, Ankara 1978, s.249

¹⁹ Doğan, **age**, s. 8

gelişmesi açısından kendilerini farklı bir seçenek içinde bulabilirler. Farklı seçenekler , işletmenin büyümesi için profesyonel yöneticilik gerektirir. Girişimci ile yönetici arasındaki farkta bu noktada belirginleşmektedir.²⁰

İşletmelerin büyümesi farklı yönetim basamaklarının ortaya çıkmasına sebep olur. Bu basamaklar üst yönetim, orta yönetim ve alt yönetim olarak adlandırılır.²¹

Üst düzey yöneticiler tüm yönetimden sorumlu olup , işletmenin faaliyet politikalarını belirler ve çevresiyle olan etkileşimlerini yönlendirirler.²² Planlama ve örgütlenme işleriyle uğraşırlar. Tepe yöneticilerin çoğu en önemli özelliklerinin “hayata geniş bir açıdan bakmayı sağlayacak bir kültüre sahip olmak” olduğu görüşündedirler.²³ Bu anlamda tepe yöneticiler, sahip oldukları resmi ve sembolik güç ile işletmenin faaliyetlerini ve aldığı kararlarla performansını doğrudan etkileyen kişilerdir.²⁴ Bu yöneticiler arasında yönetim kurulu başkanı, genel müdür vs. sıfatlarına sahip insanlar bulunur.

Orta düzey yöneticiler, işletmenin değişik bölümlerini yönetirler ve üst yöneticilerle alt yönetim birimleri arasındaki iletişimi sağlarlar. Ayrıca; işletme, müşteriler ve girdi temin edenler arasında arabuluculuk yaparlar.²⁵ Bununla beraber orta düzey yöneticilerin örgütsel iletişimi yönlendirdikleri kabul edilmektedir.²⁶ Bu yöneticiler arasında bölüm başkanı, şube müdürü vs. sıfatlarına sahip insanlar bulunur.

Alt düzey yöneticiler; işi bizzat yapan, işgören ve astları yönlendiren ve bu kişilere nezaret eden, günlük işleri yürüten ve yönetim yetkisi olmayan çalışanları denetleyen yöneticilerdir. Bu yöneticiler arasında; şef, amir vs. sıfatlarına sahip insanlar bulunur.

1.1.2.2. Liderlik

Gerek yönetici gerekse girişimci veya hem yönetici hem girişimci olan kişilerin etkin bir lider olması gerekir. Klasik düşünürler , yönetici ve lider kavramlarını bir

²⁰ Aykut Berber, **age**, ss. 23 – 46

²¹ Doğan, **age**, s. 177

²² M.Şerif Şimşek,**age**,s.24

²³ J.L. Massie, **İşletme Yönetimi**, Eskişehir İ.T.İ.A. Yayını, Eskişehir 1979, s.10

²⁴N. Rajagopalan and K. Datto, **CEO Characteristics: Does Industry Matter?**, Academy of Management Journal, Vol: 39, Iss: 1, p. 297; Ken G. Smith and K. A. Smith, **Top Management Team Demography and Process: The Rol of Social İntegration and Communication**, Administrative Science Quarterly, Vol: 39, 1994, p.412

²⁵ Steven W. Floyd and Bill Wooldrige, **Middle Management's Influence and Organizational Performance**, Journal of Management Studies, May 1997, p.246

²⁶ Carol A. Beatt and Gioria Lee, **Leadership Among Middle Managers – An Exploration in the Context of Technological Change**, Human Relation, Vol: 45, Number: 9, Sep 1992, p.961

arada kullanmışlar ve her yöneticinin bir lider olduğunu doğal olarak kabul etmişlerdir.²⁷ Liderlik ve yöneticiliğin aynı kavramlar olduğunu ya da olması gerektiğini savunan bilim adamları olsa da, işin özünde liderlik bir önderliği yöneticilik de resmi otoriteyi temsil eden bir kavramdır. Lider amaçları gerçekleştirmek için başkalarının faaliyetlerini etkileyen ve onları yönlendiren kişidir. Küreselleşme, yeni teknolojiler, rekabetin artması gibi nedenlerle işletmeler en çok iyi bir lidere ihtiyaç duymaktadır. İşletmenin başarısında lider önemli bir faktördür. Girişimci mutlaka lider olma özelliği taşımalıdır ki başarılı olabilsin. Girişimciliğe niyet etmiş bir birey ister genç, ister yaşlı ister erkek ister kadın olsun nitelikli bir lider olma özelliği taşımalıdır. Liderlik özelliklerine bakıldığında ; sezgi, yaratıcılık, imgelem, hoşgörü, duyarlılık, empati, iç gözlem, merak, iyimserlik, güven, kendini adama, vizyon, risk alma, sentez yeteneği, aciliyet duygusu, dinleme ve iletişim becerileri olarak sıralanmaktadır.²⁸

Liderlik dünyevi bir özelliktir. Romantik değildir, can sıkıcıdır. Özünde liyakat vardır. Bir araçtır. Bundan dolayı asıl sorun, liderliğin hangi amaca yönelik olduğudur.²⁹

George ve Jones lider kavramına; örgütlerin amaçlarına ulaşmalarını sağlamak için üyeleri etkileyen kişi tanımını getirmişlerdir.³⁰ Krausz'da lider için başka insanların faaliyetlerini etkileyen güç demiştir.³¹

Lider, vizyon ve misyon sahibi olmalı, hedefleri önceden saptayabilmeli ve hedeflerden vazgeçmemeli, gerektiğinde otoritesini kullanmalı, Çalışanları istekle çalışmaya özellikle grup çalışmasına özendirebilmeli, onlarla iyi ilişkiler kurabilmelidir. İyi bir lider olabilmek için güçlü, cesaretli çalışanlara gerek vardır. Dinamik ve ileri görüşlü olmak liderliğin vazgeçilmez unsurudur. Değişikliklere her an hazır olmak öğrenmeye ve öğretmeye hevesli olmak, edindiği bilgi ve tecrübeler sayesinde örgüt içinde planları yapan, politikaları belirleyen ve bunların sonuçlarını önceden tahmin edebilen kişidir lider.

²⁷ Şimşek ve Çelik , 2012/b,s.11:Aktaran:Çelik-Akgemci-Şimşek,**Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Şubat 2013, S.10

²⁸ Cengiz ERENGİL, NLP Metre, Akis Kitap, İstanbul, 2005, s.133.

²⁹ Drucker,1996,s188.Aktaran:Çelik,Akgemci,Girişimcilik Kültürü ve Kobiler,Nobel Yayın,Ankara 1998,s.15.

³⁰ J. George, G.R. Jones, **Organizational Behaviour**, Addison-Wesley Pub.Co., USA 1995, s. 404

³¹ Rosa Krausz, **Power and Leadership In Organizatons**, Transactional Analysis Journal, V: 16, N: 8, USA 1986, s. 86

1.1.2.3. Tüccarlık

Türk Ticaret Kanunun 14. Maddesine göre “Bir ticari işletmeyi, kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tüccar(tacir) denir.”³² Tüccar olabilmek için ortada bir işletmenin olması, kısmen de olması işletilmesi ve işletme faaliyetinin kendi adına olması gerekir.. Tüccarlar iflasa tabidirler, bir unvan kullanırlar, kanunen zorunlu olan defterleri tutarlar, işletmelerini ticaret siciline kaydettirirler, ticaret karnesine tabidirler ve ticari faaliyetleri için fatura kullanırlar.³³

Tüccarların yüklendikleri bazı sorumluluklar vardır. Bunlar:

- 1.Kanun hükümlerine uygun bir Ticaret ünvanı belirlemek ve kullanmak
2. Kanun hükümlerine bağlı olan defterleri edinmek ve kullanmak
3. Ticaret siciline kaydolup, ilan ettirmek
4. İlgili oda ve birliklere kayıt yaptırmak
- 5.Fatura kullanmak

1.1.2.4. Esnaflık

Türk Ticaret Kanunu’nda 17. maddesi ile esnaf için; geliri, sermayesinden çok emeğine dayanan ve geçimine yetecek kadar gelir elde eden kimse tanımını yapmıştır.³⁴

1.1.3. Girişimcilik İle İlgili Kavramlar

1.1.3.1. Yaratıcılık

Yaratıcılık, insan doğasında bulunan önemli bir özelliktir. Yaratıcılığın genellikle insanın doğumuyla birlikte elde ettiği bir özellik olduğu varsayılsa da , sonradan elde edilen bir vasıf da olabileceği görülmektedir. Yaratıcılık toplumun gelişmesine katkıda bulunduğu gibi bu özelliğe sahip olan insanlarda mutlu olurlar.

Yaratıcılık, Latince “Creativität”, İngilizce “Creativity” ve Fransızca “Creer” fiilinden türetilmiş olan “Creativite” kelimelerinin karşılığı olarak Türkçe ’ye girmiştir.³⁵

Başaran’a göre yaratıcılık; hazır olan verilerden yeni düşünce, ürün, hizmet üretmekteki güçtür.³⁶

³² Altın-Başar-Doğan, *age*, s.5

³³ Selma Baktır, *Ticari İşletme Hukuku*, Barış Yayınlar, İzmir 1997, ss. 73-75

³⁴ Apaydın, *age*, s. 19

³⁵ Gönül Budak, *Yenilikçi Yönetim Yaratıcı Birey*, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1998, s. 79

³⁶ İ. Ethem Başaran, *Örgütsel Davranış*, Gül Yayınevi, Ankara 1991, s. 111

Yaratıcılık, belirli bir süreçte yeni çıktılar, düşüncelerin, buluşların, sezgilerin ortaya çıkmasıdır.

Kişilik yapısının önemi büyüktür. Bununla birlikte olumlu veya olumsuz çevresel etkilerinde yaratıcılık üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Özellikle yaratıcılık, insanın çevrenin olumlu etkilerinden faydalanma ve olumsuz etkilerini aşabilme kapasitesi olarak düşünülebilir.³⁷

Örgütlerde Yaratıcılığa büyük ölçüde gereksinim duyulmaktadır. Yaratıcılık, sadece yeni ürün tasarlayıp üretmek değil; Örgüt organizasyonunu en verimli şekilde yapabilme kabiliyetidir.³⁸

1.1.3.1.1. Yaratıcı Kişilerin Özellikleri

Yaratıcı kişilerin özelliklerinden bazıları şunlardır:

- Bilgililerdir.
- Kendilerine özgü düşünceleri vardır.
- Düşünceleri özgür ve orijinaldir.
- Düzgün ve akılcı ifadeler kullanırlar.
- Meraklı bir kişiliğe sahiptirler
- Güçlü hafızaya sahiptirler.
- Esnektirler.
- Hayal güçleri gelişmiştir.
- Sorunlara karşı duyarlıdırlar.
- Belirsizlikten kaçınma oranları düşüktür.
- Sezgileri güçlüdür
- Başarılıdırlar.

1.1.3.2. Yenilik

İnsan ihtiyaçlarının ve gereksinimlerin arttığı günümüzde, bu gereksinim ve ihtiyaçları karşılamak üzere Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi, daha önce elde edilemeyen bir çok ürünün keşfedilmesi yenilik diye adlandırılmaktadır.³⁹

³⁷ Kutlu Merih, **Levinson Ölçeği ve Yaratıcı-Önder Yöneticilik**, <http://www.eylem.com/yarat/wlevinson.htm>, erişim: 13.06.2002

³⁸ **Yaratıcılık ve Yeniliğin Önündeki Engeller**, <http://www.insankaynaklari.com>, Erişim: 13.06.2002

³⁹ Başlak, age, s. 88

Girişimcilik yeniliklerin olduğu en önemli güçlerden biridir. Yeni ürünleri insan ihtiyaçlarına göre hazırlamak, bunları tüketicilere kabul ettirmek girişimcilerin en önemli görevidir. Bu yüzden Girişimciler rekabet ortamında ayakta durabilmek için yenilikleri takip etmeli ve uygulamak için öncü olmaya çalışmalıdırlar.⁴⁰

Yenilikçilerin bulunan bazı özellikleri şunlardır:⁴¹

- Risk alma dereceleri yüksektir.
- İyimser ve hırslıdırlar.
- Dinamiklik, ataklık, liderlik eğilimleri yüksektir.
- Yeni önerilere açıktırlar.
- Öğrenme eğilimleri yüksektir.
- Sosyal, enerjik ve meydan okuyuculardır.
- Başarı ihtiyaçları yüksektir ve sorumluluk isterler.
- Geleceği şekillendirmeye ve paranın değerine inanırlar.
- Öz güvenleri ve bağımsızlık istekleri yüksektir.
- Esnek ve yaratıcıdırlar.

Girişimciler yenilikçi, yaratıcı ve dinamiktirler. Toplumda değişimi oluşturacak özelliğe sahiptirler. Girişimciler farklı kişiliklere sahip olsalar bile en önemli ortak noktaları yenilikçi olmaktır. Bu da mesleki çevre, kişisel özellikleri, toplumun yapısı ile ilgilidir.⁴²

1.1.4. Girişimcilik Türleri

1.1.4.1. Mülkiyete Göre Girişimcilik

1.1.4.1.1. Kamu Girişimcileri

Kamu girişimcileri siyasi otoriteye bağlı olarak çalışan, kamu kaynaklarını kullanan girişimcilerdir.⁴³ Siyasi otoriteye bağlıdırlar. Siyasi otoritelerin fırsat vermesiyle bürokrasiyi aşp piyasa ekonomisi çerçevesinde çalışan yöneticiler bayağı çoktur.⁴⁴

⁴⁰ Oktay Alpugan, **Küçük İşletmeler Kavramı: Kuruluş ve Yönetimi**, Der Yayınları, Ankara 1994, s. 45

⁴¹ N. Kaya ve Ü. Peçen, **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Yolları**, EGS Bank Bilim Kültü ve Sanat Yayınları, İstanbul 1999, s. 6

⁴² <http://www.atillafiliz.com/makale.php?id=50>

⁴³ Arıkan, age: s:73

⁴⁴ Deniz B. Göbek, **Türkiye’de Küçük Girişimci Profili ve OSTİM Örneğinde Küçük Girişimcinin Değerlendirilmesi**, Ankara Üniv. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 1994, s. 7

1.1.4.1.2. Piyasa Ekonomisi İçindeki Girişimciler

Schumpeter, bilinen üretim faktörleri olan emek, sermaye ve doğal kaynaklara fikri yetenek ve vizyonu da eklemiş ve bunu dinamik girişimci olarak adlandırmıştır.⁴⁵

Diğer bir Girişimci türü de dinamik girişimcilerin faaliyetleri sonucunda o faaliyetler üzerinde çalışan girişimci türü olan olağan girişimcilerdir.⁴⁶ Girişimciler özellikle ekonomide yaşanan çeşitli sorunlardan dolayı, bürokratik engellerin ve kıtlığın olmasından dolayı sosyal piyasa ekonomisi modeline yönelmişlerdir. Girişimciler, İşin mülkiyetine göre ayrıldığı gibi yapılan işin niteliğine de göre ayırım yapılabilir. Bunlar:

1. Fırsat Girişimciliği: Eldeki kaynakları rantabl kullanarak işlerini yürüten, tam kapasite çalışan girişimcilerdir⁴⁷. Pazardaki fırsatlar tahmin edilir ve mevcut ürün yada hizmet pazara sunulur. Bu tür girişimciler, fırsatları değerlendirebilen ve eldeki kaynakları rantabl şekilde değerlendirebilen kişilerdir.⁴⁸

2. Yaratıcı Girişimcilik: Yaratıcı girişimci, her türlü koşulda kaynakları verimli kullanarak detayları düşünebilen, planlayan ,yürüten ve sonuç alan kişidir.⁴⁹

Her iki girişimcilik de toplumun ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmetlerin üretilmesi amaçlar Bunlarla beraber çağımızın ve geleceğin gerekleri girişimciliğin, ağırlıklı olarak yaratıcı girişimcilik kapsamında değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.⁵⁰

1.1.4.2. Büyüklük Boyutu

1.1.4.2.1. Büyük Girişimciler

Bu tür girişimciler, mülkiyet sahibi olmakla birlikte girişimcilik özelliklerini bünyelerinde bulunduran, kurumsallaşmayı tamamlamış ve yönetim işlerini profesyonel yöneticilere bırakmış kişilerdir. Bir girişimcide bulunması gereken bütün özelliklere sahiptirler.⁵¹

1.1.4.2.2.Orta ve Küçük Girişimciler

Orta ve küçük girişimcilerin özellikleri birbirine çok yakındır. Orta ve küçük girişimciler, hem yönetici hem girişimci özelliğini taşırlar. Temel fark, orta girişimciler

⁴⁵ Müftüoğlu,1989,s.73.Aktaran:Adnan Çelik ve diğerleri,**age**,sayfa.27

⁴⁶ Adnan Çelik ve diğerleri,**age**,s.27

⁴⁷ Arıkan,**age**,s:73

⁴⁸ Fidan ve Yılmaz, **age**, s. 11

⁴⁹ Arıkan,**age**,s:73

⁵⁰ Fidan ve Yılmaz, **age**, s. 11

⁵¹ Apaydın, **age**, s. 35

dış çevre ,teknoloji ve rekabeti çok iyi kullanmaları, küçük girişimciler ise kendi başlarına hareket ederek risk alırlar.⁵²

1.1.4.2.3. Saf Girişimci

Saf girişimci; üretim faktörlerinden hiçbirine sahip olmadan, sözleşmeye dayalı ve gelir karşılığı sahiplerinden temin eden, bir araya getiren, örgütleyen, işletmeye hazır bir kurum haline getiren ve kurumu yöneticilere emanet edip sadece kontrol işlerini yerine getiren kişidir. Doğal kaynak sahiplerine kira, sermaye sahiplerine faiz, işgücü sahiplerine ücret öder. Üretim faaliyetinden kaynaklanan riskleri üstlenir. Üretim faktörlerine sahip değildir ama girişim nitelik ve yeteneklerine sahiptir. Profesyonel yöneticiye de benzer. Fark; saf girişimcinin yönetici de dahil tüm faktörleri kiralamasıdır. Yönetim organlarını seçme yetkisi kendisinde kaldığı için bir anlamda, gerçek bir yönetici olmaktadır.⁵³

1.1.4.2.4. Tepkisel Girişimcilik

Bu tür girişimciler genellikle yenilik ve değişimden uzak olan diğer girişimcilerin yaptıklarını takip eden, örnek alan kişilerdir. Risk almazlar ve rekabette başarısızdırlar.⁵⁴

1.1.4.2.5. Durgun Bürokratik Girişimcilik

Durgun bürokratik girişimcilik; faaliyette bulunan alanda dengeli şekilde gelişmenin sürdürülmesi ve yeni alanlara girerek riskin artırılmasından kaçılması şeklinde tanımlanabilir.⁵⁵ Bu girişimcilik türünün hakim olduğu işletmeler Pazar paylarının sürekliliği sebebi ile yeniliğe ve değişime pek duyarlılık göstermezler. Bunlara örnek olarak; KİT'ler ve pazarlama problemi olmayan özel sektör işletmeleri gösterilebilir.⁵⁶

⁵² age, s. 36

⁵³ age, s. 36

⁵⁴ Ömer Dinçer, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ. İstanbul 1998, s. 274

⁵⁵ age, s. 291

⁵⁶ Akdemir, age, s. 80

1.1.4.2.6. Girişimci Girişimcilik

Yenilik yaratmak veya farklılık yaratmak eğilimi hakim olan ekonomiler girişimci ekonomilerdir. Buna göre değişim doğaldır; girişimcilik ise değişimi arayan ve fırsat olarak gören bir yaklaşımdır. Bu anlamdaki girişimcilik teorik temellere dayanır. Girişimci girişimcilik; dinamik olmayan çevrelerde faaliyet gösteren girişimlerde, sürekli olarak birleşmeler yoluyla büyüme şeklinde tezahür eder.⁵⁷ Girişimci Girişimcilik hızlı büyüyen, hızlı gelişen teknolojileri uygulamada ön planda olan cesur girişimcilerin ve fırsat ortamının vuku bulduğu bir girişimcilik ortamıdır. Bu anlamda iyi proje geliştiren, yeni iş stratejileri bulup bunları uygulamaya sokmakta sıkıntı yaşayan girişimciler rasyonel bir ortak iyi bir finansör ve organizatör olarak birlikte iş yapma ve işbirliği kültürünün oluşmasında anahtar bir role sahiptir.⁵⁸

1.1.4.2.7. Egemen Girişimcilik

Bu tür girişimlerin; bulundukları sektördeki yerleri çok güçlüdür ve piyasada kontrol edici olmaları nedeniyle Pazar payları da yüksektir. Egemen girişimciler yeniliklere kısmen açıktırlar ve de riske fazla girmezler.⁵⁹

1.1.4.2.8. Yenilikçi Girişimcilik

Yenilikçi girişimcilik; yaratıcı özelliklere sahip girişimcilerin yönettikleri örgütlere yüksek amaçlara yönelik yenilikler getirme çabalarının bir fonksiyonudur. Fonksiyonun işlemesi için en önemli mesele doğru fırsatı yakalayabilmek olduğundan, uygun ortam oluştuğunda kaynaklar en yüksek verimi sağlayacak şekilde kullanılır. Söz konusu yenilikler, işletmelerde belli başlı yeni bölümlerin temelini oluşturacak kadar radikaldir.⁶⁰ Drucker ise yenilikçi girişimciliği; en iyi fırsatın yakalanması, başarısız olma riski ve gereken çaba ile harcamalardan oluşan üç faktöre bağlamaktadır.⁶¹

1.1.4.2.9. Pozitif Girişimcilik

Dinamik girişimcilik; yeni pazarlar, tedarik ve finansman kaynakları bulmak, yeni üretim ve organizasyon şekilleri geliştirerek ekonomik gelişmenin öncülüğünü yapmaktadır. Dinamik girişimciler ile iletişim toplumu girişimcilik toplumu halini

⁵⁷ Dinçer, age, s. 279

⁵⁸ Seyfi Top, **Girişimcilik Keşif Süreci**, Beta Yayınları, İstanbul 2006, s. 17

⁵⁹ Başlak, age, s. 69

⁶⁰ age, s. 69

⁶¹ Peter F. Drucker (b), age, s.121

almıştır. Dinamik girişimciliğin açtığı yolu izleyip ekonomik gelişmenin boyutlarını genişletmek ise olağan girişimciliktir. Pozitif girişimcilik kavramı ise bu iki kavramın ışığında ortaya çıkmaktadır. Pozitif girişimci; rekabet ortamında, dinamik yaratıcı, yenilikçi, rasyonel, cesur, eğitilmiş, çalışkan ve sorumluluk sahibi bir aksiyon insanıdır. Pazardaki fırsatları yaratıcı, yenilikçi ve saldırgan politikayla değerlendirir; kısa dönemli düşünmek yerine piyasa şartlarında uzun dönemli faaliyet gösterir.⁶²

1.1.4.3. Chicken Modeli

Chicken modelinde talebi, hükümet, özel sektör ve siyasi yaptırımlar ile birlikte arz da belirler. Çünkü , edilen talebi karşılayacak arzın tepki verdiğinin düşünülmesidir.⁶³

John Chicken'e göre girişimcilik bir faaliyeti ya da işletmeyi kâr amacıyla kullanmak anlamına gelir. Kârın genellikle parasal ifadelerle ölçüldüğü düşünüldüğünde de, kârın tam ve net olarak ölçülemediği durumlar da vardır. Bu durumların en çarpıcı örnekleri silahlı kuvvetlerin, adalet teşkilatının, sağlık hizmetlerinin vs. sağladıkları faydanın değerleridir.⁶⁴

1.1.4.4. İç Girişimcilik

The American Heritage Dictionary of the English Language, iç girişimciyi “büyük bir firma için bir fikri, risk alma ve yenilik yapma yoluyla karlı nihai bir ürüne dönüştürme sorumluluğunu üstlenen kişi” olarak tanımlamaktadır.⁶⁵ Bu anlamda İç girişimci; büyük bir firma içinde bir fikri kârlı bir son ürüne, risk alma ve yenilik yolu ile dönüştürme sorumluluğunu alan kişidir.⁶⁶ Özel anlamda ise;örgüt içinde yapılan her türlü girişimcilik faaliyetleri olarak tanımlanabilir.⁶⁷

⁶² Başlak, **age**, s. 70

⁶³ <http://eprints.sdu.edu.tr/457/1/TS00609.pdf>. Gökhan Özkul, Yüksek lisans Tezi,Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı,2008

⁶⁴ John Chicken, **Yönetim ve Girişimcilik**, Çeviri: Beyhan KURT, Epsilon Yayınları, İstanbul 2002, ss. 32-34

⁶⁵ Veysel Ağca ve Mustafa Kurt, **İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve**, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, Sayı 29: s. 85

⁶⁶ Arıkan, **age**, s. 186

⁶⁷ Serhat Soyşekerci, **age**, s. 16

Yetenekli çalışanların işletmelerden ayrılarak küçük ölçekli girişimciler haline gelmesi, artan uluslar arası rekabet, verimlilik ve etkinliğin artırılmasına yönelik yapılan çalışmalar kavram için önem arz etmektedir.⁶⁸

Titiz'e göre iç girişimcilik, kriz dönemlerinde işçi çıkarmaya ikame çözüm olarak kullanılabilir. Buradan hareketle kavrama; "bir çalışanın girişimci için ücretle çalışırken, kendi işini kurup hem dışarıya hem de girişimciye üretim yapmasıdır." tanımını getirilebilir.⁶⁹

İç girişimcilerin özellikleri şunlardır: ⁷⁰

- İşlerini sonuna kadar gizlilik içinde yaparak, sistemin bağımsızlık sisteminin etkilerinden korunmaya çalışırlar.
- Eyleme dönüktürler ve işlerini çok hızlı yaparlar.
- İşlerini yaparken ihtiyacı olan her şeyi yaparlar. Gerekirse savaşırlar.
- Hem düşünür hem de işi yapar.
- Fikirlerini geliştirecek her şeyi yaparlar.
- Özür dilemeyi izin almaya tercih ederler.
- İşten atılmayı göze aldıkları için olaylara tepeden bakabilirler.
- Amaç başarımına önem verirler.
- Vizyon ve eylemi birleştirirler.

Tüm bunları bir arada düşünerek İç girişimcilikle ilgili literatüre bakıldığında, iç girişimcilik boyutlarının iki yaklaşım etrafında şekillendiği görülmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki "girişimcilik eğilimi" yaklaşımı olarak adlandırılmaktadır. Bu akımın öncüleri ve ortaya koydukları iç girişimcilik boyutları yeni ürünler geliştirme, risk alma ve proaktif davranma, yenilikçilik, özerklik, rekabetçi girişkenlik olarak sıralanabilir. İç girişimcilik boyutlarının yer aldığı ikinci yaklaşımın öncüleri, iç girişimciliği "kurum içi girişimcilik (internal corporate entrepreneurship)"olarak adlandırmışlardır ve boyutlarını da; stratejik yenilenme, kendini yenileme, içsel iş girişimleri başlatma ve yenilikçilik olarak ortaya koymuşlardır. Antoncic ve Hisrich (2003) yaptıkları çalışmalarda iç girişimciliği yedi boyutlu kavramsal bir bütün olarak sınıflandırmaktadır. Yapılan bu sınıflandırmaya göre iç girişimcilik boyutları yenilik

⁶⁸ Mehmet Başar ve Tuğberk Tosunoğlu, **Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü**, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Haziran 2006, s.27

⁶⁹ Tınaz Titiz (a), **Genç Girişimcilere Öneriler**, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1998, s. 55

⁷⁰ Yavuz Ercil, **Örgüt İçi Girişimcilik**, Kara Harp Okulu Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1, Ankara 1995, s. 143

yapma, risk alma, proaktiflik, özerklik, yeni girişimleri başlatmak, kendini yenileme veya stratejik yenileme ve rekabetçi girişimciliktir.⁷¹

1.1.4.5. Kadın Girişimciler

Son yıllarda, kadınların, çalışma hayatına büyük oranda katılması ve daha aktif rol alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları, gelişen ekonomiler için “stratejik” bir öneme sahiptir. Çünkü iş dünyasında zengin olmanın, kullanılmayan potansiyeli etkin hale getirmenin ve yeni iş sahaları oluşturma yolunun, kadınların girişimciliğinin teşvik edilmesinden geçtiği gerek akademik çevrede, gerekse iş dünyasında ifade edilmektedir. Yapılan çalışmalarda kadın girişimcilerin kişisel karakteristikleri; dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimli olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda kadınların ekonomik hayatta erkeklerin yanında yer almalarını sağlayacak politika ve projelere öncelik verilmesi ile onları ekonomik ve sosyal gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline getirmek mümkündür. Bununla birlikte kadınların, girişimcilik faaliyetlerinde önemli engellerle karşılaştıkları ve oldukça zorlandıkları ifade edilebilir.⁷²

Günümüzde kadın girişimcilerin sayısı giderek artmaktadır. Bunun nedenlerinden biri sosyo-kültürel değişim sonucu kadınların öğretim düzeylerinin yükselmesi ve çok sayıda kadının iş hayatında yerlerini almalarıdır. İkinci olarak; personel azaltımı halinde ilk kendilerinin işlerini kaybedecekleri inancı ile kendi işlerinin patronu olmayı amaçlamalarıdır. Üçüncü neden; başarılı kadın girişimcilerin çoğalması ile örnek alabilecekleri insanların da çoğalması gelmektedir. Dördüncü neden; kadınların işletmelerde ancak bir yere kadar yükselebilecekleri düşüncesinin yani iş dünyasında hala erkeklerin egemen oldukları düşüncesinin geçerliliğini korumasıdır.⁷³

Bazı durumlarda iş kurmanın, ücretli bir işte çalışmakla elde edilebilenden daha fazla bir gelir elde etmenin yolu olarak görülmesi; evli kadınlar açısından aile sorumluluklarını ihmal etmeden el becerilerini ifade etmenin bir aracı olarak

⁷¹ Ağca ve Kurt, age, s. 91-93

⁷² <http://asosindex.com/journal-article-abstract?id=3915#.VR0rbPmsVww>. Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme Yrd. Doç. Dr. Abdullah Soysal erişim.02.204.2015

⁷³ Arıkan, age, ss. 211-213

algılanması ve kişisel özerklik arzusu kadın girişimcilerin sayısını artıran diğer farklı nedenlerdir.⁷⁴

Ülkemizde kadın girişimcilik, 1970’li yıllarda yaşanan ekonomik sorunların etkisiyle IMF, Dünya Bankası gibi uluslararası finans kuruluşlarının uyguladığı çeşitli etkilenmiştir.⁷⁵

1.1.4.6. Aile İşletmeleri

Aile geleneğinde girişimcilik ruhu varsa ailedeki herhangi bir bireyin başka bir iş yapması genellikle yakın çevresinin tepkisini alır. Çünkü onun da aile mesleğini yapması beklenir.⁷⁶

Aile İşletmesi, basit bir ifadeyle, belirli bir ailenin sorumluluğunda ve sahipliğindeki işletmedir.⁷⁷

Aile işletmesinin var olabilmesi için ;

İşletme kontrolünün ve işletme içindeki oy hakkının çoğunluğunun belli bir aileye ait olması gerekir.

İşletmenin bir aile üyesi tarafından idare edilmesi gerekir.

İşletmeye birkaç nesildir bir ailenin sahip olması gerekir.

Mevcut ya da önceki yöneticinin çocuklarının işletme yönetiminde görevli olmaları.

Yönetimden kimin sorumlu olacağını belirleme konusunda aile bağlarının diğer faktörlere göre öne çıkması.

Bir aile üyesinin işletmedeki konumunun onun aile içerisindeki durumunu etkilemesi.⁷⁸

1.1.4.7. Tekno Girişimcilik

Tekno-girişimci, ileriye görme ve sezme yeteneği ile pazar yaratabilen, yeni teknolojileri geliştirebilen ve inovasyon (yenilik) yönetimine hakim girişimcidir. Tekno-girişimcinin başarısı öngörülerinin mümkün olduğu kadar doğru ve gerçekçi

⁷⁴ Robert Goffee and Richard Scase, **Kadınlar İş Başında, Kadın Girişimcilerin Deneyimleri**, Çeviri: Ahmet Fethi, Eti Yayınları, İş Dizisi: 01, İstanbul 1992, s.35

⁷⁵ Yıldız Ecevit, Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeginin Konumu ve Değişen Biçimleri, 1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Derleyen:Şirin Tekeli İletişimYayınları, 3.Baskı, İstanbul 1995, s. 119

⁷⁶ Prof.Ali KAYA,Eğitim Kitabevi Yayınları,Konya,2007,s:51

⁷⁷ Arıkan,age,s:298

⁷⁸ age, s.19

olmasına bağlıdır. Örneğin tüm dünyanın yakından tanıdığı Microsoft'un kurucusu ve sahibi Bill Gates tekno-girişimciye en iyi örnektir.⁷⁹

Bu noktada Tekno-girişimcilerin başarılı olması için şu faktörlerin önem kazandığı söylenebilir:

Bir tekno-girişimci için riskleri yönetme konusunda sahip olması gereken ilk ve en temel beceri “teknolojik fırsatları görebilme becerisidir”,

Teknolojik odaklı girişimcinin, yüksek katma değerli iş fikrini geliştirmek için, teknoloji yoğun tedarikçilerle ya da destek kuruluşları ile etkin bir koordinasyon ve işbirliği sağlaması gereklidir. Bu alanda organizasyon becerisi zorunlu hale gelmektedir,

Teknogirişimcinin teknoloji yoğun müşteri ya da kullanıcılara ürün/hizmetlerini sunarken uygun pazarlama ve satış becerilerini başarıyla gerçekleştirmesi gerekir,

Teknogirişimcinin, ARGE projesinin strateji ve planlarını oluştururken iyi bir proje yöneticisi olması beklenir,

Teknogirişimci, teknolojik çözümünün hedef kitleye sunumu ve finansal gelişme ihtimallerini de içeren net bir iş modeli tarif edebilmelidir.⁸⁰

1.1.5. Girişimciliğin Önemi

1.1.5.1. Ekonomik Açıdan

İşletmeler, İnsan ihtiyaçlarının karşılanabilmesi amacıyla ürün ve hizmetleri üretebilmek için kurulurlar. Yapabilmek için üretim faktörlerine ihtiyaç duyulur. Girişimci de emek, sermaye , doğal kaynaklar dan sonra dördüncü üretim faktörü olarak kabul edilir.

İktisadi Liberalizmin ekonomik bir sistem olarak uygulanmaya başlandığından beri kalkınmanın ve büyümenin gerçekleşmesi için sermaye birikiminin yanında kişisel yeteneklerinde kullanılmasının önemli olduğunun farkına varılmıştır.⁸¹Serbest Pazar ekonomisinde piyasa arz ve talebe göre şekillendiğinden bireyler kendi çıkarlarını maximize etme düşüncesi içinde olacaklardır. Bu bağlamda sınırsız insan ihtiyaçlarını

⁷⁹ **Gençlerimizin Geleceği Tekno-Girişimcilik**, www.ttgiv.org.tr/tur/07_gencler_icin72.htm, Erişim: 04.08.2002

⁸⁰ Mehmet Sanlı, **Teknogirişimciler İçin Gerekli Girişimcilik Özellikleri**, <http://www.girisimmerkezi.com/yuklenenler/dosyalar/yazinin-devami-icin-tiklayiniz-bbd3f9eb09c0903df487c2b2333b4057.pdf>, Erişim Tarihi: 22.02.2014

⁸¹ Ali Kaya, Girişimcilik ve Kobi Yönetimi, Eğitim Kitabevi, Konya 2007, s.26

karşılama üzere ortaya çıkan girişimler yeniliğe, üretkenliğe ve verimliliğe önem vermişlerdir.

Günümüzde bir ülkenin güçlülüğü küresel şirketleri ve markalarıyla ölçülmektedir. Ne kadar çok küresel şirketi varsa gelişmiş ülke olarak algılanır veya yoksa gelişmemiş ülke algılanır. Sanayi toplumu döneminde ekonomi, savaşlar ve siyasetle gelişirdi. Ancak bu gelişim için uzun sürelerle ihtiyaç duyulurdu. Günümüz dünyasında ise gelişmişlik iyi yetişmiş entelektüel kaynaklara ve bilgi birikimine bağlıdır⁸². Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, serbest piyasa ekonomisinin yaygınlaşması, fırsatları, imkanları iyi değerlendirmek isteyen, bol kazanç sağlamak ve zenginleşmek isteyen insanların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Küreselleşen dünyada ülke kalkınmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerin önemi giderek artmaktadır. Bu yüzden girişimciliğin teşvik edilmesi insanların kendine olan güvenini artırmakta, yaratıcı düşüncelerin ortaya çıkmasına neden olmakta, cesaret ve inisiyatif kullanma güçlerini artırmaktadır⁸³. Ayrıca bilgi toplumunda; üretim, ulaşım, yönetim gibi fonksiyonlardaki önemli değişimler ve globalleşmenin etkisiyle hizmet sektörünün önem kazanması, girişimciliğin de önemini bir kat arttırmıştır.

Girişimciler ekonominin gelişmesine katkılarının yanında toplumun ihtiyaçlarını belirleyip bu ihtiyaçları gidermek için üretim faaliyetleri yaparlar. Amaç toplumun refah seviyesini artırmaktır. Toplumun refah seviyesini artırmak günümüz şartlarında çok da kolay değildir. Hızla gelişen sanayi ve bilgi toplumunun ihtiyaçları da hızla artmaktadır. Bu bağlamda yeni ürünleri üretmek, yeni hizmetler sunmak, üretilen ürünlerin ve sunulan hizmetlerin kalitesini yükseltmek, tüketicilere ve rakip firmalara karşı olan sorumluluklarını yerine getirmek, farklılıklarını ortaya koyabilmek oldukça güçtür.

1.1.5.2. Sosyal Açıdan

Girişimciler hayatı kolaylaştırmak için her türlü yenilikleri insanların hizmetine sunarlar. Sadece ürün ve hizmet çeşitliliğinde değil, yeni üretim, pazarlama, ulaşım, İnsan kaynakları, finansman ve bilgi depolama gibi bir çok fonksiyonda yeniliklerde bulunurlar. Hangi tür girişim olursa olsun girişimci mutlaka insanlığın mutluluğu ve refahı için vardır. Ağır Sanayicisinden küçük esnafa kadar riski göze alan girişimciler topluma hizmet için vardır. Bunun için girişimciler toplumun ayrılmaz bir parçası ve

⁸² Kaya,age,s:31

⁸³ Kaya,age,s.32

unsurudur. Her girişimci kendi alanında toplumun ihtiyaçlarını gideren ürün ve hizmetleri üretmekte, bunun için yatırım yapmakta ve iş alanlarını genişletmektedir.

Sosyal girişimcilik kişilerin servetlerini artırmak yerine sosyal değer yaratma olarak bilinmektedir. Sosyal değer yaratma amacıyla kurulan her işletme sosyal girişimci adaydır⁸⁴.

Bunun için girişimciler toplumun temel taşlarındandır. Toplumun sağlığı, huzuru, refahı, istihdamın artması ve gelir dağılımının iyileşmesi bu hücrelerin korunmasına ve kalkınmasına bağlıdır.

1.2. Girişimci Kişilik

1.2.1. Kişilik Kavramı

Kişilik kavramı, insanın sosyal yaşantısının bir parçası olarak yüzyıllardır ilgi görmektedir. Kişilik konusuyla ilgilenen teorisyen ve araştırmacıların çoğunun amacı, bireylerin belirli özelliklerini tespit etmek ve bu özelliklere uygun düşecek şekilde de kişileri özel kalıplar içinde gruplamaktır. Bir insandan söz ederken, örneğin ”şu kişi çok insancıl” , ”çok cana yakın” ya da “kötü niyetli” gibi bazı tanımlayıcı sözler kullanırız. Bazen de direk olarak “çok iyi bir insan” deriz. Bu sözler o insanın kişilik özelliklerini tanımlamaktadır.

Freud’un Psikoanalitik Kuramı’na göre kişiliğin temel taşları, hayatın ilk 5 yılında oluşur, daha sonra oluşan bu özelliklerin değiştirilmesi çok zorlaşır; ancak bu temel yapı taşlarının üzerine daha sonraki yıllarda gelen “ince ayarlarda” bir değişiklik yapmak mümkün olabilir. Yine Bowlby ve Ainsworth’ün Bağlanma Kuramı’na göre de hayatın ilk yıllarında bebeğin kendisine bakım veren kişiyle kurduğu ilişki, kişilik yapısının en temel belirleyicisidir. Bebek bu ilişkiyi kurmayı evrimsel olarak bilerek dünyaya gelir ve bu ilişki sayesinde öğrendiklerini kullanarak kendisiyle ve çevresindeki dünyayla ilgili bilgi sahibi olur, olaylarla ve insanlarla nasıl başa çıkılabileceğini öğrenir.⁸⁵ Bireyler her ne kadar fiziksel özellikleriyle farklılaşsa bile en önemli farklılıklar onların tutum ve davranışlarındaki farklılıklardır. Bu da kişilik özelliklerini ortaya çıkarmaktadır.

⁸⁴ Besler, age, s: 11

⁸⁵ <http://www.dbe.com.tr/tr-TR/Content/Default.aspx?SectionID=204>. Erişim: 03.04.2015

1.2.1.1. Kişiliği Belirleyen Etkenler

Kişiliği belirleyen etkenler genel olarak dört grup altında incelenebilir. Bunlar:

- Kişinin Fiziksel özellikleri (Boy, kilo, ten-göz-saç rengi gibi).
- Kişinin toplum içindeki rolü.
- Kişinin zihinsel gelişimi, zekası, ahlaki değerleri, yetenekleri.
- Kişinin etkilendiği toplumsal değerler.

1.2.1.2. Kişilik- Karakter İlişkileri

Karakter, küçük yaşlardan itibaren içinde yaşanan toplumun değer yargılarının benimsenmesi ile şekillenir. İnsan, değer yargılarını aynen alıp belli durumlarda taklit etmez. Benimsediği, kendisi ile bütünleştirdiği değerleri ilgili durumlarla karşılaştıkça kendine özgü biçimde uygular. Bu tür davranışlarda ve karakter özellikleri arasında tutarlılık vardır. Örneğin insan, hem dürüst, hem yalancı olamaz. Karakter, insanın doğuşundan itibaren var olan ve gelişme süresi içinde ortaya çıkan eğilimlerin (tendances) tümüdür.

Karakter bireyin doğumunda var olan özelliğidir. Bireyin kişiliğinin oluşumundan sonra karakterde kişiliğin içinde yer alır. Freud'e göre kişilik id-ego-süper ego, Berne göre ise kişilik öğüt verici, yetişkin ve çocuktur..⁸⁶

1.2.2. Girişimci Kişilik Kavramı

Girişimci kişilik yaratıcı olmakla ilgilidir. A ve B tipi kişilik yapısından bahsedilir. A tipi kişilik özelliğinde kişi; rekabete önem veren, mesleğinde ve sosyal yaşamda hırslı, zamanlama konusunda dikkatli, güçlü- hırslı ama sabırsız, telaşlı, duygularına hakim olabilen bir yapıya sahiptir. B tipi kişilik özelliğinde ise kişi; sakin, sabırlı, telaşlı olmayan, duygularını dışa vuran, zamanlama konusunda rahat ,rekabeti sevmeyen ve gerek sosyal konumundan gerekse mesleğinden memnun olan bir yapıya sahiptir.

Görüldüğü üzere A tipi kişilik yapısına sahip olan bireyler çalışma hayatında daha azimli, hırslı, çalışkan insanlardır.⁸⁷

Holland'a göre yapılan iş ile kişilik arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Bireysel olarak geleceğin planlanmasındaki ilk adım, kişinin ilgileri, değerleri, tutumları

⁸⁶ <http://bogem.blogcu.com/is-hayatinda-kisiligin-onemi/8026752>. Erişim:03.04.2015

⁸⁷ <http://bogem.blogcu.com/is-hayatinda-kisiligin-onemi/8026752>. Erişim:03.04.2015

ve becerileri hakkında öğrendikleridir. Doğal olarak insanlar ilgilendikleri işlere yönelmek isterler. Meslek veya iş seçiminde en yaygın kullanılan yaklaşım Jonh Holland'ın mesleki tercih modelidir. Holland'a göre; bireyin değerleri, ihtiyaçları ve motivasyonunu içeren kişiliği, iş seçiminde önemli bir etmendir⁸⁸. İnsanda girişimciliğin etkileri genetik olarak var olabileceği gibi ailenin, çevrenin ve eğitimin de girişimci kişiliğin oluşmasında çok önemli etkenler olduğunun belirtilmesi gerekir. Girişimci bir kişilik için; insan kafasındaki projelerine başlama cesaretine sahip olmalı ve başarılı olma arzusunu her zaman koruyup pes etmemelidir. Girişimci kişiliğin oluşumunda; ailenin kültürü, aile bireylerinin birbirlerine davranışları, ailede girişimci olup olmaması insandaki girişimcilik özelliklerinin baskın olup olmamalarına kısıtlayıcı ya da teşvik edici etki yapabilmektedir. Başka bir ifade ile girişimci kişiliğin oluşmasının temeli insanın hayat tarihinde saklıdır, denilebilir. Girişimci bireylerin yaşam hikâyeleri ve yaşam boyu edindikleri her tecrübenin izlerini taşıyan hayat tarihi girişimci kişiliğin yerleşmesinin önemli bir temel taşıdır.⁸⁹

Girişimci kişiler, her ana önem verirler. Girişimciler, toplumun vizyon sahibi üyeleridir. Geçmişte değil, gelecekte yaşarlar.⁹⁰

1.2.3. Girişimcilerin Bazı Kişilik Özellikleri

Girişimcilerin kişilikleri incelediğinde hayal, risk alma, yenilik, yaratıcılık, başarı arzusu, güç arzusu ve fırsatçılık gibi özellikler bulunduğu görülmektedir. Bu özelliklerin hepsi bir girişimcinin kişiliğinde olmayabilir ama bu özelliklerin bazıları daha baskın olarak görülebilir

Girişimciler, her türlü zorluğa karşı hazır, bağımsız, fırsatçı, risk alan , pozitif düşünen, iyimser, vizyon sahibi, yaratıcı, kendine güvenen kişilerdir.

Temel olarak bakıldığında girişimcilerin sahip oldukları belirli kişilik özellikleri aşağıdaki gibidir:

1.2.3.1. Hayal

Girişimci için başkalarının düşünmediğini düşünmek, farklı fikir ve projeler üretmek çok önemli, henüz ortaya çıkmamış ihtiyaçlara çare olabilecek bir projeyi

⁸⁸ <http://www.isgundergi.org/?p=article&id=96&cilt=3&sayi=1&yil=2001>. erişim.03.04.2015

⁸⁹ Erdoğan, **age**

⁹⁰ Michael E. Gerber, **Girişimcilik Tutkusu**, Çeviri: Tayfur KESKİN, Sistem Yayıncılık, İstanbul 2002, s. 24

şimdiden hazırlamak, bir açığı görmek ve onun çözümünü ortaya koyabilmek hayal gücünün yardımıyla girişimciyi bir anda farklı konumlara getirebilir. Dünyanın en büyük kuruluşlarından Facebook, Kentucky Fried Chicken gibi örnekler hayal gücünün girişimciler üzerindeki etkisine önemli örneklerdir. Girişimcilerin çocukluk dönemlerinde başlayan ve hayatları boyunca devam eden hayallerinin somutlaşması girişimciliğin odak noktasını oluşturmaktadır. Başarılı olmak; hayaller kurmaya ve kurulan hayalleri gerçekleştirebilmek için çalışmaya bağlıdır. Düşünmüş ya da düşünüyor olmak başarıya giden yolun çoğunu kat etmiş olmak demektir.

25.04.2012 tarihinde ODTÜ Girişimcilik ve İnovasyon Destek Programı'nın açılışında konuşan TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu “Girişimcilik için olmazsa olmazın hayal gücü” olduğunu, “her şeye bir sınır çizilebildiğini ama hayal gücünün sınırlarının bulunmadığını” ifade etmiş. Mark “Zuckerberg'un bugün değeri milyar dolarla ifade edilen Facebook'u bir bilgisayar yardımıyla garajda kurduğunu, yine uluslararası Apple ve Google gibi markaların da yine hayal gücünün ürünü olarak kurulduğunu” söylemiştir.⁹¹

1.2.3.2. Riske Katlanma

Risk kelimesi, genellikle zarara etme tehlikesi olarak açıklanmaktadır. Fakat bu kelime anlam itibarıyla içinde bir tehlike durumunu barındırdığı gibi, sonuç olarak kazanç durumunu da barındırmaktadır. Özellikle iş dünyasında katlanılan veya göze alınan yüksek risklerin yüksek kazançlar getirdiği bir gerçektir. Girişimcilikte de risk almaya yatkın olmak, finansal açıdan zarar tehlikesini ve sosyal açıdan da başarısızlığı göze almak demektir. Kuşkusuz risk denilince akla hemen finansal anlamda kayıp-kazanç gelmektedir. Fakat yapılan araştırmalarda finansal kayıpların yanında, sosyal kayıpların da girişimciler tarafından önemsendiği ortaya çıkmıştır.⁹²

Girişimciler, ihtiraslı, tutkulu kişiler olarak bilinirler. Daha fazla üretmek, istihdam sağlamak, yenilik yapmak, rekabeti artırmak ve mücadele etmek en çok maruz kaldıkları olaylardır. Ancak bunları gerçekleştirebilmek için büyük riskler alırlar. Risk bir kumar değildir ve girişimciler de kumar oynamazlar. Düşünüp, ince eleyip sık dokuyarak sağlıklı kararlar alırlar. Çünkü amacı kar elde edebilmektir.⁹³

⁹¹ <http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=1411&lst=MansetListesi>Erişim tarihi :09.04.2015

⁹² Murat Kayalar, Nuri Ömürbek, Girişimci adaylarının risk almaya yatkınlık özelliğinin cinsiyet bağlamında, *e-dergi.atauni.edu.tr/atauniiibd/article/download/.../1025003555*, erişim:07.08.2015

⁹³ Kaya, age, s:85

Piyasalar, müşteri talepleri, teknoloji, ekonomik sorunlar, değerler, girişimciliği etkileyen risk faktörleridir. Bütün bu faktörlere karşın risk yönetilebilir. Günümüz dünyasında riskin iyi yönetilip fırsata dönüştürülmesi için girişimciler çok fazla motive edilmektedir.⁹⁴ Girişimcilik yöneliminin bir diğer boyutu olarak risk alma, “bilinmeyene girişimde bulunma”, “kaybetme veya negatif sonuç olasılığı”, “belirsizlik hissi”, “kaynakların borçlanılmasından veya çok miktarda kullanma taahhüdünden oluşan baskı” anlamında kullanılır⁹⁵. Risk üstlenirken fırsatçılığa, kişisel becerilere, piyasadaki rekabet ortamına, teknolojiye, kanunlara ve pazar yapısına dikkat edilmelidir.⁹⁶

1.2.3.3. Yenilik

Girişimcilik, karmaşık sosyal ihtiyaçlarla baş etmede ortaya çıkan yenilikçi bir yaklaşımdır. Bu bağlamda girişimciliğin aslı mevcut olan faaliyetlerde değişiklik yapmak değil, yenilik yapmaktır.⁹⁷ Bilgi toplumunun yükselen paradigmaları olan yaratıcılık ve yenilik, girişimcilik anlayışının olmazsa olmazı konumundadır. yenilik ise bir yapı sökülme süreci olarak, yaratılan fikir, düşünce ve olasılıkların farklı olarak üretime sokulması eylemidir. Yenilikçi bakış açısına sahip bir girişimci; öngörülü, iyi gözlemci, öğrenmeye açık, meraklı geniş imgelem dünyasına sahip, çözüm odaklı ve araştırmayı seven kişidir.⁹⁸ Girişimci bir şirketin yenilikçi olmada başarılı olması için, minimum bazı şartları sağlaması gerekmektedir. Bunun için yeniliğin ne olduğunu ve nasıl yönetilmesi gerektiğini çok iyi anlaması gerekmektedir. Yenilik, bir firmadaki farklı faaliyetleri kapsayan ve sürekliliği olan bir süreç olduğuna göre, yenilikçi olmada başarılı olabilmek için tüm bu süreçleri yenilikçiliği odak alarak yönetmek gerekir. Bu ise, firmanın teknolojiyi, iş süreçlerini (müşteriler, tedarikçiler, finansal ve dış kaynaklar vb.) ve insan ilişkilerini (kültür, iletişim, organizasyon vb.) yenilikçiliği

⁹⁴ Ahsen Armağan,” Girişimcilik ve otonomi (özerklik) ilişkisi: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma “ Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/12 Fall 2013, p. 49-69, ANKARA-TURKEY sayfa:55

⁹⁵ İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi Istanbul University Journal of the School of Business Administration Cilt/Vol:39, Sayı/No:1, 2010,s.54

⁹⁶ Rıfat İraz, Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler, Çizgi Kitabevi, Konya 2005, s.168

⁹⁷ Senem Besler, Sosyal girişimcilik, Beta basım A.Ş., İstanbul 2010, s:13

⁹⁸ Ahsen Armağan,” Girişimcilik ve otonomi (özerklik) ilişkisi: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma “ Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/12 Fall 2013, p. 49-69, ANKARA-TURKEY sayfa:55

destekleyecek ve teşvik edecek şekilde yönetmesi demektir. Bu konudaki başarı, iki faktöre bağlıdır: teknik kaynaklar (insan, ekipman, bilgi, para, vb.) ve şirketin bunları yönetme becerisi. Bu faktörleri beraber yürütebilmek için, hem stratejik hem de organizasyonel becerilere sahip olmak ve geliştirmek gerekir.⁹⁹

Girişimcilerin öğrenmek için azimli olmaları hem yeterince bilgi sahibi olmadıkları iş alanlarında hem de deneyim elde ettikleri alanlarda kendilerini geliştirebilmeleri için gereklidir. İşletmesini geliştirmek isteyen girişimciler her zaman bilgi kapasitelerini arttırmaya ve öğrenmeye açık olmalıdırlar.

1.2.3.4. Yaratıcılık

Bilgi toplumunun yükselen paradigmaları olan yaratıcılıktır. Girişimcilik anlayışının olmazsa olmazı konumundadır. Girişimcilik için yaratıcılık; fikirlerin, düşüncelerin farklı bakış açısı ile değerlendirilmesidir. Yaratıcılık kavramına da daha önce değinildiğinden bu kısımda kısa bir özet verilecektir. Şöyle ki; yaratıcılık girişimcilikle yaşamın her anında iç içe olan bir kavramdır ve her ikisi de bireycilik temellidir. Yaratıcılık süreci sonunda oluşan çıktılar girişimcilik için anahtar görevini yerine getirirler. Günümüzde örgütlerin en çok aradığı yetenek yaratıcılıktır. Yaratıcılık, yenilik yapma sürecinin ilk aşaması, yenilik ise girişimciliğin temel dinamiği olan yeni fikirlerin temel taşıdır. Dolayısı ile girişimciliğin ateşleyicisi olan yeni fikirlere ancak yaratıcılık ve yenilikçiliğin devreye girmesi ile ulaşılabilir. Sonuç olarak, yaratıcılık olmadan yenilikçilik olmadan da girişimcilik olmaz. Kişileri girişimcilikte buluşturan ortak nokta yeniliktir.¹⁰⁰

Yenilik, girişimci kişiliğin ayrılmaz bir parçasıdır ve girişimci kişileri diğer canlılardan ayıran bir içgüdüdür. Yaratıcılık ise girişimcilikle yaşamın her anında iç içe olan bir kavramdır ve her ikisi de bireycilik temellidir. Yaratıcılık süreci sonunda oluşan çıktılar girişimcilik için anahtar görevini yerine getirirler.

⁹⁹ Nurten Ermiş, “Marmara Bölgesinde Elektrik Elektronik Sektöründe Faaliyet Gösteren Kobilerin girişimci özellikleri ve performans üzerine”, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Gebze 2007, sayfa:20

¹⁰⁰ Barbaros Tunç, İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı Yüksek Lisans Tezi, 2007, sayfa:10

1.2.3.5. Yönetim Becerisi

Yönetici, kar ve riski başlarına ait olmak üzere ekonomik mal ve hizmet üretmek, pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getirip işletmeyi amacına uygun çalıştırma sorumluluğunu üstlenen kişidir. Girişimciler, bazı durumlarda işletmeyi yönetecekleri gibi bazı durumlarda da yönetim işini profesyonel kişilere de bırakabilirler. Her iki durumda da yönetim becerisine sahip olmaları gerekir. Çünkü amaç işletmenin başarılı olması ise bu başarı yönetim becerisinden geçmektedir.

1.2.3.6.Öğrenme Azmi

Öğrenme, insan davranışlarında değişiklik yaratan, yeni bilgi ve anlayış elde etme süreci veya bilgi ve becerilerin kazanılması sürecidir.¹⁰¹

Örgütsel öğrenme, örgütlerin öğrenebilme yeteneklerini ve deneyimlerini geliştirme süreci olarak da tanımlanabilir. Örgütsel öğrenmede, grup halinde öğrenme esastır. Sanayi toplumu eğitim modelinde bireysel çalışmayla öğrenme, bilişim toplumu eğitim modelinde ise yerini takım çalışmasıyla öğrenmeye bırakmıştır.¹⁰²

İşletmeyi geliştirmek, büyütme ve kara geçmek isteyen girişimciler her zaman bilgi dağarcıklarını artırmaya ve öğrenmeye açık olmalıdırlar.

1.2.3.7. İnsani İlişkiler

İçeriği ne olursa olsun, bir sorunu çözmek için insanların düşünce alışverişinde bulunmaları, yani iletişim kurmaları gerekir. Demokratik toplum yaratabilmek için, önce bireylerin kendi günlük yaşamlarında, diğer kişilerin görüşlerine saygılı ve hoşgörülü olmayı öğrenmeleri gerekir. Etkili İletişim (İnsan İlişkileri) İnsanlar arasındaki ilişkiler, iletişim yoluyla kurulur. İnsanlar düşünce, duygu ve isteklerini sözel ve sözel olmayan çeşitli iletilerle birbirlerine duyururlar. Karşılıklı iletişim, karşılıklı etkileşime yol açar. Kendimize yöneltilen bir iletiyi tam ve yüzde yüz doğru bir biçimde anlamak, hemen hemen olanaksızdır.

İnsanlarla iletişim kurabilmek , onları etkileyebilmek girişimcilerin başarılı olabilmesinde en önemli etkenlerden biridir. Girişimci, gerek işletme içi çalışanlarla gerekse dış çevre ile iyi bir iletişim halinde olması gerekir.

¹⁰¹ Michael Marquardt, Building The Learning Organization: A Systems Approach To Quantum Improvement And Global Success, McGraw Hill, NY 1996, p. 30

¹⁰² Hüseyin Yılmaz- Alparslan Şahin Görmüş, Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma, , Journal of Yasar University 2012,sayfa:4490

1.2.3.8. Hırslılık ve Kararlılık

Girişimciler, iş fırsatlarını değerlendirmekte oldukça iyilerdir. Bu nedenle girişimciler, önlerine çıkan fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilmekte ve bu durumu lehlerine çevirebilmektedirler. Bu nedenle girişimcilerin temel kişilik özellikleri arasında atak ve girişken olmaları var olmaktadır.¹⁰³

Girişimcilik; hayalleri gerçekleştirmeye uğraşırken, tatmin olma ile ilgili olarak olumlu ya da olumsuz duygular tattıran bir süreçtir. Doğal olarak iş hayatında aksiliklerle, engellerle, moral bozucu olaylarla karşılaşılacaktır. Yani iş hayatı sabit değildir. İş hayatında yaşanan trendler; insanı hiçbir zaman yalnız bırakmayan duygularını aşıp da bir sonuca ulaşamazlar. İşte iş hayatındaki bu hareketliliğin insanın duygularında kırıklığa yol açmaması gösterilecek hırs ve kararlı tutumla mümkün olacaktır.

Girişimciler için hırs; doğrudan kârı hedeflemek ve düşündüklerine tutku ile inanmak doğrultusunda ortaya çıkan bir kavramdır. Kararlılık ise karşılaştığı zorluklarla yılmadan mücadele edebilme gücüdür. Kararlı insanlar; çalışmayı severler, sıra dışı bir performans gösterirler ve çözümü elde edene kadar çabalamaktan geri durmazlar.

1.2.3.9. İyimserlik ve Kendine Güven

Kendine güven, girişimcilerin yeni bir iş faaliyetinde bulunduklarında ve bu işteki sorumluluğun üstesinden gelmeyi sağlayacak, dolayısıyla ihtiyaç duydukları yeteneğe sahip olduklarına dair inancı ifade eder. Kendine güveni yüksek olan girişimciler, sınırlı kaynaklarla, sınırlı bir sermayeyle ve kısıtlı bir zamanla yeni girişimler üstlenerek, zorlu işlerin üstesinden başarılı bir şekilde gelebilirler. Böylelikle, bir kişinin başarıya ulaşması için kendi yeteneklerine inanması gerekir. Girişimcinin iyi motive olmasını sağlayan kendine güven, performansı da büyük oranda etkiler. Girişimciler, işlerinde sayısız zorluklar ve belirsizliklerle karşı karşıya, dolayısıyla kendilerine olan güvenleri, bu koşullarla başa çıkmak için girişimcinin yeteneklerini etkiler. Buda, girişimcilerin belirledikleri hedefleri doğrultusunda işlerini kurarak başarılı olmalarına yardımcı olur.

İyi bir girişimci; sorumluluk alırken ve bu sorumluluğunu yerine getirmek için çalışırken kendine güven duyar. Kendine güvenen bir insan; çalışmaktan kaçınmaz;

¹⁰³ Kübra Aleybeyoğlu Küçük, Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi, “Abant İzzet Baysal Üniversitesi ” Örneği, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi, 2014, sayfa 59

sürekli ilerleme isteği duyar, en iyiyi arar ve içinde olduğu durumun gereğini yerine getirmeye çalışır. Girişimci bir insanın kendine güvenmesi arzu edilen bir özelliktir. Ancak kendine güven hissinin olması gerekenden fazla olması insanın kibir taşımasına sebep olur ki; bu da birçok problemin kaynağıdır. Çünkü kibirli insanlar her şeyi bildiklerini sandıklarından kendilerine sunulan önerileri kabul etmezler. Kendine güvenmek ile kibirli olmanın arasına tarafsızlık kavramı ile bir sınır konulabilir. Tarafsızlık ise kişinin kendini daha iyi tanımaya çalışması; fiziki, ruhi ve mantık kapasitelerini iyice değerlendirmesidir.

1.2.3.10. Ön Sezi ve Fırsatçılık

Girişimcilerin dinamik çevrede değişen koşullara bağlı olarak beliren fırsatları görebilmeleri önsezilerinin gücüne bağlıdır. Bir girişimci için önsezi; bilgiye dayanan, fırsatları yakalama ve değerlendirme tekniğidir. Fırsatları değerlendirmede elbette ki önseziler çok önemlidir.

Girişimciliği açıklarken özellikle fırsatçılık ve fırsatları yakalama açısından literatürde tanımlamalar yapılmıştır. Girişimcilik; “bir fırsat algılama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon yaratma faaliyetidir.” (Mueller, 2000:52).¹⁰⁴

1.2.3.11 Vizyon

Vizyon, Türkçe’de görüş, görme gücü, önsezi, imgelem, hayal, düş gibi anlamlara gelmekte olup, işletmeler açısından gelecekte ulaşmak istenen durumun varılmak istenen noktanın resmini ifade etmekte, işletmelerde lider tüm enerji ve kaynakları bu hedefe ulaşmak için seferber etmektedir.¹⁰⁵ Vizyonun amacı, işletmede gerekli olan değişimin saptanması için hem işletme çalışanlarının hem de hedeflenen müşterilerin gerçekleşen ya da potansiyel ileriye görme ve yaratıcılık avantajlarından yararlanabilmektir. Bir girişimci için vizyon, geçmişte ve şimdi düşünülmemiş ya da başarısız olmuş olan, gelecekte başarmayı düşündüğü yapılması gerekenler ile ilgili net olarak ifade edilen ve girişimcinin kendine özgü düşünceleridir. Vizyon, bir kişinin kendine özgü görüş açısını ve derinliğini ifade eder. Vizyon süzgecinden geçmemiş düşünceler ham hayaller olmaktan öteye gidemezler. Vizyon aynı zamanda girişimcinin

¹⁰⁴ Mustafa Caner Meydan, “Girişimciliğin Ölçülmesi :Türkiye için Bölgesel Girişimcilik Endeksi Önerisi”, Yüksek Lisans Tezi ,Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı , Ankara 2013, sayfa:7

¹⁰⁵ Selen Doğan- Celal Hatipoğlu, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 23, Sayı: 2, 2009

yeniliğe, yaratıcılığa ve orijinalliğe açıklığının, başkalarının görüşlerinden ve katkılarından ilham alma derecesinin de bir göstergesidir. Vizyonun değer kazanması ise başkaları tarafından anlaşılması ve paylaşılması ile mümkün olur.¹⁰⁶

Örgütlerin oluşturdukları vizyon; gerçekçi olup, uygulanabilmeli; tüm örgüt sistemini harekete geçirebilmeli; amaçlara ayna, çalışanlara esin kaynağı olabilmeli; örgütsel bağlılık ve zaman döngüsü açısından ileriye göstermeli; optimum sürede gerçekleştirilebilmeli; dikkatleri yoğunlaştırabilmeli; amaç ve stratejileri dönüştürebilmeli; üst yönetim tarafından desteklenmelidir.¹⁰⁷

Vizyon bir örgütün konumunun her şeyden önemli olan amacıdır. Vizyon ifadesi “Ne olmak istiyoruz?” gibi soruları tanımlamayı amaçlamaktadır ve örgütün gittiği yön, sahiplenmeye niyetlendiği iş konumu ve gelişmek üzere planladığı yetenekleridir (Karabulut, 2007:28). Bir misyon ifadesini yazmadan önce örgütteki liderler gelecek için neyin mevcut olduğu konusunda bir fikre sahip olmalıdır ki bu misyon ifadesinin de temeldir.¹⁰⁸

1.2.3.12. Başarı İhtiyacı

Başarı ihtiyacı kavramı, yüksek düzeyde performans gösterme ya da rekabet ortamında öne çıkma arzusunu ifade eder. İnsanı bu yönde motive eden güdü ise başarı güdüsü olarak adlandırılmaktadır. Başarı ihtiyacı yüksek olan insanlar hesaplı risk alırlar, hızlı geri besleme isterler, işten başka bir şeyle ilgilenmezler. Kendilerine güvenleri tamdır, sorumluluk almak için gönüllüdürler, enerjiktirler ve amaçlarının engellenmesine müsamaha göstermezler. Başarı ihtiyacı yüksek olan insanlar girişimcilik nitelikleri gerektiren meslekler seçerler. Seçtikleri meslekler ya da kurdukları işler zorlu, riskli, karar verme sorumluluğu olan ve performanslarını ölçebilecekleri işlerdir. Böyle insanlar sürekli olarak kendilerini geliştirmeye çalışan tiplerdir.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Dinçer, age, s. 11

¹⁰⁷ Şükrü Muslu, **İşletmelerde Vizyon ve Misyon Kavramlarının Kullanımında Oluşan Karmaşıklık; Türkiye’de İlk 100 Büyük Sanayi Kuruluşu**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2014, sayfa:44

¹⁰⁸ Yücel Erol- Engin Kanbur, ” **Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Türkiye’nin İlk 100 Büyük Şirketinin Girişimcilik Özellikleri**”, Business and Economics Research Journal Volume 5 Number 3 2014 pp. 149-165 ISSN: 1309-2448, sayfa:154

¹⁰⁹ A. Can Baysal ve Erdal Tekarslan, **Davranış Bilimleri**, Avcıol Basım Yayın, 2. Baskı, İstanbul 1996, s. 106

Girişimciler yüksek başarı ihtiyacının etkisi altındadırlar. Bu nedenle kendilerini başarı ile özdeşleştirmeyi isterler. Başarı ihtiyacı yüksek olan girişimcilerin varlığı ülkelerin ekonomik kalkınmalarına da önemli derecede katkı sağlar. Girişimciler başarılı olmayı ödül beklentisinden çok kendi kişisel gelişimleri için isterler. Bunun için profesyonellerle çalışırlar ve işlerini şansa bırakmazlar. Sonuca kendi çabalarıyla ulaşmak isterler.¹¹⁰

1.2.3.13. Bağımsızlık İhtiyacı

Girişimci olmanın ana sebeplerinden birisi de kendi işinin patronu olma isteği yani bağımsızlık ihtiyacıdır. Bağımsızlık, özgür hareket edebilme; karar alma ve kendini ifade etme konularında insanın kendi çizdiği güven sınırları içinde istediği gibi hareket edebilmesi demektir. Bağımsızlık ihtiyacı yüksek olan bireyler hiyerarşik yapılara, statükoya ve otoriteye önem vermezler. Başka değer yargılarından soyutlanarak, hareket tarzlarını kendi oluşturdıkları değer yargıları ile belirlerler. Çevreyi kendi bakış açılarıyla yorumlayıp, kendi istedikleri zaman ve de kendileri için çalışırlar. İşletme kurmanın nedenlerine bakıldığında sırasıyla; genel amaçlar olarak, kâr elde etme, topluma hizmet etme ve işletmenin sürekliliği görülür. Bunlara bağlı olarak süregelen özel amaçlar ise sosyal prestij elde etme ve bağımsız çalışma arzusu olarak görülmektedir. İnsanların bir çoğu yaratılışları gereği başkalarına bağımlı olarak çalışmak istemezler. Çalışma koşulları ne kadar ağır olursa olsun, ne kadar engel içerirse içersin ve kârlılık ne kadar az olursa olsun, kendi kendinin buyruğu olma arzusu insanlara kendi imkânları oranında bağımsız çalışma isteği aşılar.¹¹¹ Bağımsız çalışma ; toplumda değişime sebep olma ve toplumu etkileyebilme ortamını da yarattığı için girişimciler bu uğurda riskleri göze alarak kendi işlerini kurarlar.

1.2.3.14. Enerjiklik

Enerjikliğin girişimciler açısından ifade ettiği anlam; temposu yüksek bir iş hayatına sahip olmak, yönetim, üretim, yenilik, yaratıcılık, liderlik gibi konularda etkileyici bir tutum göstermek ve son olarak da bu günün işini yarına bırakmamak felsefesiyle çalışmaktır. İyi bir girişimci; yerinde duramayan, sürekli bir şeyler yapmak

¹¹⁰ Eren (c), **age**, s. 518

¹¹¹ Doğan, **age**, s. 19

için çabalayan, gücünü arttırmaya çalışan ve gücünü başarıya giderken dengeli olarak kullanmanın yollarını arayan insandır.

1.2.3.15. Problem Çözme Yeteneği

Girişimcilerin problem içeren durumlar karşısında doğru bir çözüm yolu bulmak için gerekli yeteneğe sahip olmaları şarttır. Problem çözme faaliyetlerinin anahtarı ise karar verme işidir. Karar verme birden fazla alternatif arasından uygun olanı tercih etmek demektir. Karar vermenin girişimcilikle ilgili yönü problemleri çözme, sorunları giderme, yenilikler yapma, kaynakların etkin dağılımını sağlama ve çeşitli pazarlıklara katılma konuları ile belirginleşir. Girişimci sıfatını taşıyan bir insanın vazgeçemeyeceği en önemli iş karar vermektir.

1.2.3.16. Planlama

Planlama, işletmeler için amaç geliştirme ve bu amaçlara ulaşmak için çeşitli alternatiflerin değerlendirilmelerini kapsayan süreçleri içerir. Bu süreçler dış tehlike ve fırsatlarla işletme içi güçler ve zayıflıkların sistematik kontrolünün temelleri üzerine kurulmuştur. Girişimcilerin karşılaştıkları belirsizlikleri mümkün olduğunca azaltmaları gerekir. Girişimcilerin önlerinin açık olması gerekir. Bunun için de planlamaya ihtiyaç duyarlar. Planlama sayesinde hesaplı bir şekilde risk alarak bu risklere karşı gerçekçi bir cesaretle tutum alırlar. Başarılı olmaları planlarının uzun dönemli stratejiler üzerine kurulmuş olmasına bağlıdır. Hedeflere ulaşabilmek için uzun vadeli planların yanında kısa vadeli planlar da yapılır. Önemli olan, planların, gerçekçi yani işletmenin kaynaklarına ve çevrenin koşullarına uygun aynı zamanda dinamizm içeren yani gerektiğinde hoş görülebilecek yapıda hazırlanmış olmalarıdır. Bilindiği gibi planlama, yönetim fonksiyonunun en önemli işlevidir. Planlama sayesinde girişimciler kaynaklarını etkin bir şekilde bir araya getirebilir ve pazarda önlerine çıkan fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilirler.

Plan, Planlama süreci içinde amaçlara varabilmek için ne yapılması gerektiğini belirten önemli bir araçtır. Planlama, önceden ne yapılacağına, neden yapılacağına, ne zaman, nerede, neden, kimin tarafından yapılacağına ve bunun maliyetinin ne kadar olacağına karar vermektir.¹¹²

1.2.3.17. Esneklik

Başarılı girişimcilerin prensiplerinin ve planlarının her zaman tolerans payı olmalıdır. Bu tolerans payından prensiplerin ve planların istenildiği zaman istenildiği yöne çekilmeleri anlaşılmamalarıdır. Globalleşen, yoğun bir dönüşüm ve değişime sahne olan çağımızda katı planlarla ayakta kalma olasılığı pek yüksek değildir. Teknik, süreçler, değer yargıları sürekli değişirken ve bilgi stratejik bir üretim faktörü hâline gelmişken planlara sıkı sıkıya bağlı kalmanın bir anlamı yoktur. Bu yüzden planlar dinamik çevrenin değişen koşullarına karşı çabuk tepki verebilmek için değişik alternatifler içermelidir. Alternatif hareket seçeneklerinin olması girişimcilerin ufuklarının açık olmasına yardımcı olarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlayacaktır

1.2.3.18. Hataları Kabul Etme

Her gün yeniden kurulan, sanayi toplumuna ait kurum ve kararların yerini bilgi toplumuna ait kurum ve kararların aldığı dünyada, ülkelerin ekonomik gelişmesindeki en temel girdilerden biri olan girişimcilerin hatalara karşı gösterecekleri tutum çok önemlidir. Günümüz dünyasında iş çevresi bu kadar hızlı değişirken, yenilik yaratma düzeyi piyasada ayakta kalmanın temel aracı iken, hatalar üzerine düşünmemiş, hataların kaynaklarını belirlememiş, sınırlarını çizmemiş ve hataları erken uyarı aracı olarak görmemiş bir girişimcinin başarılı olması mümkün değildir. Girişimciler, ait oldukları toplumda algılamaları herkesten farklı olan, algılarını hayallere, hayallerini ise projelere dönüştüren insanlardır. Girişimcilerin başarılı olmaları toplumun yaratıcılığa ve aykırı düşünmeye geçit vermesinde yatmaktadır. Yaratıcı yönü ön plana çıkarılarak değerlendirecek hataların, ülkeler için zenginlik kaynağı olan girişimcilerin önemli kaynaklarından olduğu unutulmamalıdır. Girişimcinin hayallerini zenginlik kaynağı haline getirebilmesi için hatanın kaynakları ve sınırları üzerinde bilgiye ve bilgiye dayanan fikre sahip olmaları gerekir. Bu yüzden girişimci hatayı kabul etmeli ve

¹¹² Ercan Koçoğlu, **İşletmelerde Yöneticilerin Karar Verme Süreci ve Bu Süreçte Bilişim Sistemlerinin Kullanımı; Ankara İli Örneği**, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı , Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2010,sayfa:20

kaynağını öncelikle kendisinde aramalıdır. Hataların çevrenin değişen koşullarına karşı değişik alternatifler içermelidir. Hataların olmaması ya da minimum düzeyde olması işlerle ilgili bilinmesi gereken her şeyin girişimci tarafından hiçbir boşluk kalmayacak şekilde ilgililere öğretilmesi gerekir. Burada bilinmesi gereken başka bir nokta da hatanın hem bireysel hem de toplumsal kaynaklı olabileceğidir. Hata yapmak insana özgü olduğuna göre önemli olan hata yapmak değil aynı hatayı tekrarlamamaktır. Hata yapma özgürlüğü olmayan veya hatayı kabul edemeyen girişimcilerin canlılıkları çok kuvvetli olamaz. Başarılı bir girişimci; çevresindeki insanlara hangi hataların hoş görüleceğini hangilerinin ise hoşgörü alanını dışında kalacağını net bir şekilde anlatabilmelidir. Hatalardan kaçmak, analiz edilmesini ertelemek, hataları kabullenip tartışma alanına getirmemek bir girişimcinin yakalanabileceği en önemli tuzaktır.

1.2.3.19. Strese Karşı Dayanıklılık

Stres, herkes tarafından bilinmesine rağmen çoğunlukla hem yanlış hem de farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Stres ifadesi olumsuzluk çağrışmaktadır, fakat bu düşünce yanlıştır. Çünkü stres çalışma ortamındaki şartlara göre zararlı veya zararsız olabilir. Çalışma yaşamında stres kaynağı olan birçok psikolojik ve sosyolojik faktör vardır. Bu faktörler; işletmelerin yapısı, içeriği ve işletme içi iletişim ile yakından ilgilidir. Aynı zamanda insanların ruhsal ve fiziksel yapılarına da etki eder. İnsanın dengesini bozabilecek unsurlar taşıyabilir. İş yaşamında girişimcileri, yorgunluk, sinir bozukluğu ve endişe içeren deneyimler bekler. İşlerin istenildiği gibi gitmemesi, satış- Resim 2.30: Hata yapmak insana özgüdür, girişimci de hata yapabilir, önemli olan aynı hatayı tekrarlanamamaktır. İyi bir girişimci, stres kavramını iyi kavrayabilmeli, stresle mücadele yollarını öğrenmelidir. Satışların düşmesi, rekabetin yoğunluğu, tecrübe eksikliği, sermayenin zayıflığı, teknolojik ve ekonomik değişim, tüketici tercihlerindeki değişim, geleceği öngörememe ve benzeri faktörler başarısızlık olasılığını dolayısı ile stres düzeyini artırır. Bu yüzden girişimciler stresle başa çıkmak durumundadır. İyi bir girişimci olmanın stres konusu ile ilgili gerekleri; stres kavramını iyi kavrayabilmek, stresle mücadele yollarını öğrenmek, iyi ve kötü stresi ayırabilmektir.

1.3. Girişimcilik Ve Kùltùr

1.3.1. Kùltùr Kavramı

Kùltùr, geçmişten gùnùmùze kadar değişen fakat devam eden, òrf, adet, gelenek, gòrenek, davranış, inanç, sanat, yaşam ve dùřünce tarzıdır. Kùltùr, toplumları birbirinden ayıran en önemli etkendir. Toplumların yapısındaki en önemli farklılıklardır.¹¹³

Güvenç'e göre kùltùr Bilimde uygarlığı, Beşeri alanda eğitim sürecini, Estetik alanda güzel sanatları ve Teknolojik alanda ise üretimi konu eder.

Kùltùr, dinamik bir yapıya sahiptir. Her dönem yaşayışımızla òğrendiklerimizle gelişir ve zenginleşir. yeni buluşlarla zenginleşir ve gelişir. Topluma mal olan, yaşayışlarını çoğu zaman düzenleyen birikimlerdir. Kùltùrün başlangıç noktası toplumun yapısını oluşturan en küçük birim olan ailedir. Taylor'a göre kùltùr, insanoğlunun yaşamı boyunca edindiği bilgi, sanat, gelenek-gòrenek ve her türlü yetenek alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür.

Ziya Gökalp ise, bir topluma ait sanat, din gelenekler ve adetler olarak tanımlamıştır. Ona göre kùltùr milli bir olgudur.¹¹⁴

Kùltùr, bir milletin maddi ve manevi değerlerinin bütününe denir. Burada maddi değerlerden kasıt, bir milletin yeme, içme, yaşama, geçimini sağlama gibi etkinliklerini kapsamaktadır. Manevi değerler ise , milletin duygu, dùřünce, ahlak, gelenek ve gòreneklerini içeren özellikleridir.

Türk Dil Kurumu "kùltùr" kavramını temel anlamda Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin olarak tanımlamaktadır.

Kùltùr, bir milleti ayakta tutan en önemli yapı taşlarından biridir. Kùltùrün bozulması veya yok olması, milletlerin sonunu hazırlayan nedenlerdir. Türk kùltürü, milletler içinde en yüksek ahlakı ve yaşayışı içeren değerlerden oluşmaktadır.

1.3.1.1. Kùltùrün Oluşması

Girişimcilik kùltürünün oluşmasında aile yapısının etkisi büyüktür. Aile içinde alınan eğitim, terbiye ile birlikte teknolojik değişmelerin oluşmasıyla bireyin

¹¹³ <http://www.kultur.gov.tr/TR,24295/kultur.html>.erişim tarihi:23.04.2015

¹¹⁴ M. şerif şimşek, Tahir Akgemci ve Adnan elik, **Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2001, ss. 27-28

girişimcilik kültürü oluşmaya başlar. Girişimcilik ruhunun oluşmasında aile yapısının önemi büyüktür. Türk aile yapısında bireyde girişimcilik kültürünü oluşturan en önemli etmenler çevre şartları ve teknolojik gelişmelerdir.¹¹⁵

1.3.1.2. Kültürün Özellikleri ve Çeşitleri

1.3.1.2.1. Kültürün özellikleri

Kültürün birçok özellikleri vardır. Bunlar:

1. Kültür, Dinamik bir yapıya sahiptir. Çünkü İnsanların yaşayış düzeyleri zaman içerisinde farklılık gösterir. Toplumun gelişmesi, yaşayış tarzı, etkileşimi, hukuk kuralları, demografik yapı, coğrafi değişimler kültüründe değişmesine ve gelişmesine yol açar.

2. Kültür, toplumun ortak geçmişidir..

3. Kültür, millik arz eder, orijinaldir. Özüne sadıktır. Başka toplumların kültürünü taklit etme ile yeni kültür birikimleri oluşmaz. Bütün dünya milletlerini içine alan bir kültür yoktur. Türk Edebiyatı, İngiliz dili, Japon sanatından söz edilir. Dünya edebiyatı, dünya dili veya dünya sanatından söz edilemez.¹¹⁶

4. Kültürün özünün değişmemesine rağmen başka kültürlerden etkileşim olabilir. Ama bu etkileşim sınırlıdır. Zaten sınırlı olmazsa o toplum farklı bir toplum haline gelmiş olur. Osmanlı İmparatorluğu içinde kalan bütün topluluklarda aynı kültür özelliklerini az da olsa görebiliyorduk. Ama Osmanlı İmparatorluğunun dağılmasıyla günümüzde gerek batıda gerekse doğuda kurulan devletlerin yeni kültürleri oluşmuştur.

5. Kültür ,Milletlerin oluşumundan itibaren var olduğu için geçmişten günümüze kadar süreklilik taşır.

6. Toplumun gelişmişlik veya gelişmemişlik düzeyi kültürün oluşmasını engellemez.

Kültürün bu özellikleriyle beraber aşağıda belirttiğimiz özellikleri de bulunmaktadır:

1) Toplumsallık: Kültür nesilden nesile aktararak devam eden toplumsal bir üründür..

2) Öğrenilebilirlik: Nesilden nesile aktarıldığı için öğrenilebilirlik özelliği vardır.

¹¹⁵ Çelik-Akgemci, age,s:32

¹¹⁶ <http://www.cokbilgi.com/yazi/kulturun-ozellikleri-nelerdir/>. erişim:15.12.2015

3) Değişebilirlik: Kültür değişebilir ama bu değişim uyumlu olur. Nesillere aktarılan bu değişim sürecinde ihtiyaçları karşılamak, sorunları çözmek temel amaçtır.

4) Süreklilik: Kültür kazanıldıktan sonra süreklilik ihtiva eder. Bu sürekliliği sağlayan en önemli etken dil dir. Sözlü ve yazılı dille nesilden nesile sürekli aktarılır.¹¹⁷

5) İhtiyaç gidericilik: Kültürün sınırsız insan ihtiyaçlarını bir bölümünü karşılama özelliği vardır. Gerek fizyolojik gerekse sosyal ihtiyaçlarını karşılar.

6) Kuralcılık: Kültürün oluşumunda toplumun benimsediği, ihtiyaç duyduğu kural ve davranışlar vardır.

7) Bütünleştiricidir: Toplumu bütünleştirir, uyum içinde birarada yaşamalarını sağlar.

1.3.1.2.2.Kültürün çeşitleri

1) Alt Kültür

Alt kültür, toplum içinde yaşayan azınlık grupların sahip olduğu kültürle alakalıdır. Alt kültüre sahip olanlarda farklı yaşam biçimleri, tarzları vardır. Toplumun ortak kültürüne sahip olmalarına karşın farklılıkları göz ardı edilemez. Dinledikleri müzikten, cinsel tercihlerine kadar, giyim tarzlarından kullandıkları konuşma diline kadar farklılıkları Alt kültürü oluşturur.¹¹⁸

2) Karşı Kültür

Egemen toplumlarda egemen kültüre karşı gelen grupların yaşam biçimlerini, tarzlarını belirtmek için. Kapitalizm karşıtı gençliğin oluşturduğu kültür karşı kültüre örnek verilebilir. Egemen kültüre karşı alternatif bir yaşam biçimini hayata geçirmeye çalışılır.

3) Kitle Kültürü

Halkın sahip olduğu kültüre karşılık kitleler için üretilen bir kültürdür. Kapitalizme ait, kitle medyası tarafından üretilen bir kültür de denilebilir. Daha çok tüketim ve maximum kâr hedefi bu kültürün oluşmasında önemli bir etken olmuştur.

4) Halk Kültürü

Folk kültürü de denilen halk kültürü, özellikle sanayi devrimi öncesi endüstrinin gelişmediği toplumlarda yaşayan büyük halk kitlelerinin gündelik kültürüdür. nesilden nesile sözlü olarak aktarılan kültür olarak bilinmektedir.

¹¹⁷ <http://www.cokbilgi.com/yazi/kulturun-ozellikleri-nelerdir/>. erişim: 15.12.2015

¹¹⁸ <http://www.forumsal.net/sosyoloji/544744-kultur-cesitleri-nelerdir.html>. erişim 15.12.2015

5) Yüksek Kültür

Yüksek kültür, insanoğlunun mükemmelliyetçiliğe ulaşmasını sağlayan üst düzey kültür olarak bilinir. İnsanoğlu, yaratıcılığın ve estetiğin zirvesinde , gerek edebiyatta , gerekse sanatın her alanında yüksek medeniyetin, çağdaş yaşam tarzının en güzel eserlerini sergiler. Seçkin kültür olarak da adlandırılır.

6) Popüler Kültür

Geniş halk kesimlerinin sahip olduğu ve tükettiği bir kültürdür. Toplumun büyük çoğunluğu tarafından beğenilen, tercih edilen kültürdür.

1.3.2. Örgüt Kültürü Kavramı

1.3.2.1. Örgüt Kültürünün Oluşması

Bir işletmede, gerek işletme içi, gerekse işletme dışında bulunan insanla ilgili herşey örgüt kültürünü oluştur.

İşletmelerde, her çalışanın uyması gereken kurallar, çalışma sistemi, işletmenin amaçlarına ve hedeflerine ulaşabilmesi, politika ve stratejilerinin uygulanabilmesi için kültürün oluşması gerekir. Zaten bütün bu normlar örgüt kültürünü oluşturmaktadır. Örgüt kültürlerinde görülen farklılıklar ise işletmelerin farklı amaç ve faaliyetlerinden kaynaklanmaktadır.

1.3.2.2.Örgüt Kültürünü Belirleyen Temel Özellikler

İnsiyatif: Kişilerin işletme içindeki sorumluluklarıdır.¹¹⁹

Risk alma derecesi: Kişilerin üstlendikleri riskin derecesidir.

Hedef ve amaçlar: İşletmenin ulaşmak istediği ve belirlediği hedeflere ulaşma isteğidir.

Bütünleşme: İşletmenin uyum içinde kalabilmesi, faaliyetlerini organize edebilmesi için üst yönetimin sağladığı destektir.

Yönetim desteği: Üstlerin astları ile kurduğu iletişim ve verdiği desteğin derecesi.

Denetim: Faaliyetlerin ve bireylerin denetimini sağlayan bir yapılaşma oranı.

¹¹⁹<http://www.ogretmeninsesi.com/makale/oki.htm>; erişim tarihi:17.12.2015

Kimlik oluşumu: Bireylerin kendini, organizasyon ya da içinde bulundukları grup ile birleştirme isteğidir.

Ödül sistemi: Motivasyonunu gerçekleştirebilmek amacıyla düzenlenen oranlardır.¹²⁰

Organizasyon içi çatışma toleransı: İşletme içinde çalışanların eleştiri özgürlüğüdür.

İletişim kanallarının yapısı: Organizasyon içindeki iletişim kanallarının çalışma biçimi ve sınırlılıkları.

1.3.2.3. Örgüt Kültürünün İşletmeler Açısından Önemi

- İşletmelerin belirlediği amaçlar dahilinde hedeflerine ulaşım başarılı olabilmesi açısından önemlidir.

- İşletme içerisinde uyum şarttır.
- İşletmenin iç ve dış çevrede bir tarzının , karakterinin olması gerekir.
- İşletmelerin oluşturduğu farklı kimlikler örgüt kültürüdür.
- İşletmedeki yazılı ve sözlü kurallar yerine oluşturulan örgüt kültürü daha baskın ve etkilidir.

- Örgüt kültürü, işletmenin hedeflediği amaçlara ulaşılabilmesi için bütünleşmeyi sağlar.

- Güçlü bir örgüt kültürü faaliyetleri ve çalışanları bir arada tutar.
- Örgüt kültürü, çalışanlara yol göstericidir.

1.3.2.4. Örgüt Kültürü Türleri

1.3.2.4.1 Güçlü Örgüt Kültürü

Örgüt kültürünün güçlü olması, işletme çalışanlarının daha fazla motive olmalarını ve belirlenen amaçlar doğrultusunda hedeflere daha kolay ulaşılabilmesini, değerlere bağlı kalınabilmesini sağlar.¹²¹

1.3.2.4.2. Zayıf Örgüt Kültürü

Zayıf örgüt kültürü, belirlenen amaçlar doğrultusunda hedeflere daha kolay ulaşılabilmesini engeller. Tutum ve davranışlar, çalışma ilişkileri, işletmenin amaçları ile ilgili görüşler ve benzeri unsurlar zayıftır. Çalışanların işletmeye uyum sağlaması zorlaşır.

¹²⁰ <http://www.ogretmeninsesi.com/makale/oki.htm>; erişim tarihi:17.12.2015

¹²¹ <http://notoku.com/orgut-kulturunun-onemi/>; erişim tarihi:19.12.2015

1.3.2.4.3. Bireyler Arası İlişkilere Göre Örgüt Kültürü

Güç kültürü; özellikle küçük ölçekli işletmelerde görülür. İşletmelerde güç, girişimcinin veya üst yönetimdedir.

1.3.2.4.4. Rol Kültürü

Bireysel güç elde edilmesine verilmez.

1.3.2.4.5. İş Kültürü

Farklı faaliyetlerde bulunan işletmelerde görülür. Takım veya grup çalışmasına önem verilir.

1.3.2.4.6. Bireysel kültür

Bireysellik ön plandadır.

1.3.2.5. Kurum kültürünü etkileyen başlıca faktörler

1.3.2.5.1. Vizyon

Örgüt için arzu edilen bir gelecek imajı yaratmaktır. Örgütün gelecekte hayal ettiği durum olarak da ifade edilebilir. Vizyon, Çalışanları bir arada tutan, motive eden bir özelliktir. Vizyonu olan örgütler her zaman için daha başarılıdır. Temel amaç mükemmeli yakalamaktır.¹²²

1.3.2.5.2. Misyon

Misyon, Örgütün yaptığı işin tanımıdır. Üretilen mal ve hizmetler, kullanılan teknoloji örgütün yaptığı iştir.

1.3.2.5.3. Lider

Lider, Çalışanları belirli amaçlar doğrultusunda davranmaya sevk eden, etkileyen kişidir. Liderlik, Bireyleri işletme çalışanlarını yaptıkları işlerde başarılı olabilmeleri için gerekli imkanları ve ortamı sağlamaktır.

1.3.2.5.4. Müşteriler

Örgüt çevresinde bulunan ve örgütten mal veya hizmet alan müşteriler veya diğer örgütlerdir. Örgütün başarısı için çok önemlidirler. Müşteriler satın aldıkları

¹²² <http://www.kigem.com/vizyon-nedir.html>. erişim tarihi:20.12.2015

ürünleri tüketmek veya başkasına satmak üzere alabilirler. Perakendeciler, toptancılar ve kurumsal müşteriler üç temel müşteri grubunu oluşturur.

1.3.2.5.5. Kurum tarihi

Güçlü kurum tarihine sahip örgütler uzun dönemler ayakta kalabilirler. Geçmişten günümüze kadar başarılı olan işletmelere bakıldığında uzun süreli devamlılık arz eden işletmelerin başarılı olduğunu görebiliriz.

1.3.2.5.6. İletişim

İletişim, insanlar arasında bilgi ve yorum aktarımıyla birlikte bilgi ve yorumların anlaşılmasını da sağlar. Etkin bir iletişim sağlıklı bilgi ve yorum paylaşımıyla gerçekleşebilir. Kontrol, motivasyon, duygusal ifade ve bilgi iletişimin dört temel fonksiyonlarıdır. İşletme faaliyetleri içerisinde çalışanlar mesajlarını yazılı, sözlü ve sözsüz iletişim yolları ile seçerler.

1.3.2.5.7. Teknoloji

Teknoloji hayatın vazgeçilmez unsurlarındandır. Yüksek teknolojinin kullanıldığı işletmeler daha hızlı üretim yapıp daha fazla ve daha kaliteli ürünler elde eder. Bu da şirket kültürünün gelişmesine sebep olabilir.

1.3.2.5.8. Bilgi Sistemleri

İşletmelerde bilgi sistemi, işletme içi ve dışı tüm süreçler ile, geçmiş ve gelecekte olabilecek tüm verilerin toplanması, depolanmasıdır. Bilgi sistemlerinin oluşması kurum kültürünü oldukça etkilidir.¹²³

1.3.2.5.9. Hukuk

Toplumsal yaşam gelenek, görenek ve birbirinden farklı yasalarla düzenlenmiştir. Tüm işletmeler, devletin koyduğu hukuki kurallardan oldukça etkilenirler. Kuruluş aşamasından itibaren işletmeler, uymak zorunda olduğu farklı hukuksal düzenlemelere tabi olurlar. Bu hukuksal düzenlemeler de kurum kültürünü etkiler.

¹²³<http://notoku.com/temel-isletme-bilgi-sistemleri/>. erişim tarihi:22.12.2015

1.3.2.5.10. Ödül

İşletmelerin başarıyı yakalayabilmek amacıyla çalışanlarını ödüllendirmesi işletme kültürü açısından oldukça önemlidir. Fakat, ödüllendirmelerin adil bir şekilde ve işletme içi dengeleri bozmayacak şekilde olması gerekmektedir.

1.3.2.5.11. Organizasyon durumu

İşletmenin organizasyon şeklinin düzgün ve işleyebilir olması kurumsal kültürün üst seviyelerde olmasıyla gerçekleşebilir.

1.3.2.5.12. Değer yargıları

Kültür, işletmelerin en önemli faktörüdür. Örgüt kültürü örgütün rekabeti avantaja çevirmesinde strateji ve politikalarını geliştirmesinde önemli bir şekilde rol oynar. Problemlerin çözülmesinde yardımcı olur.¹²⁴ Örgüt kültürü yöneticiler açısından belirlenen stratejinin başarılı veya başarısız olmasında rol oynayan bir etkidir.¹²⁵

Güçlü bir örgüt kültürüne sahip olmak bireysel, grupsal ve bir bütün olarak örgütsel başarı için temel kabul edilmektedir. Örgüt çalışanları arasında davranışsal kontrol sağlayan, kimliğin kaynağını oluşturan ve istikrarı teşvik eden örgüt kültürü, diğer taraftan değişime, ilerlemeye, çeşitliliğe ve işbirliğine engel olabilmekte, bir tür körlük ve etnik bir benmerkezcilik yaratabilmektedir. Çünkü, örgüt kültürü örgüt çalışanlarına ‘normal’ kabul edilen eylem kodları sağlarken, bu kodlara uymayan faaliyetlerin de ‘anormal’ olarak görülmesine yol açabilmektedir¹²⁶.

1.3.3. Girişimcilik Kültürü Kavramı

Örgütler varlığını devam ettirebilmek için kar etmek ve topluma hizmet dengesini oluşturmak zorundadırlar. Bunun için girişimciler toplumsal kültürü iyi inceleyip tanımaları gerekir.

¹²⁴http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/orgut_kulturu.pdf.erişim tarihi:23.04.2015

¹²⁵ Sevinç Köse, Semra Tetik, Cuma Ercan, **Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler, Yönetim ve Ekonomi**, Yıl:2001, Cilt:7, ayı:1 Celala Bayar Üniversitesi, s:227

¹²⁶ Serpil Durgun, **Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim**, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. Aralık 2006. Cilt:III1, Sayı:II, s:118

Kültür, girişimci için işletmenin kuruluş amacından tüm faaliyetlerine kadar inanç, değer ve insanlar arasındaki ilişkilerin tamamı olarak adlandırılır.¹²⁷ Örgütlerde girişimcilik kültürüne etki eden çeşitli faktörler vardır.:

Başarı Güdüsü: Başarıya önem veren kültürler diğer kültürlerden daha çok girişimciliğe önem verirler.

Bireycilik: Kişiler başarılı oldukları takdirde kendileri ile övünürler. Bu da kişi için önemli bir motivasyondur. Böylece bireycilik kültürü oluşmuş olur.

Kollektivizm: Bireysel çalışma yerine bireylerin bir grubun veya örgütün parçası olması düşünülmesi sonucunda Kolektivizm oluşmaktadır .Bireysel çıkarlar yerine gruba veya örgüte katkı verilir.

İş ahlakı: Girişimcilik Kültürünün önemli bir parçasıdır. İş ahlakının oluşturulması örgütün başarısını dolayısıyla girişimin ve girişimcinin toplumsal bir statüye kavuşmasını amaçlar.

Yenilik: Yenilik ile örgüt kültürünün her zaman değişime uğraması ve girişimsel çabaların arttığı bilinmektedir.

1.3.3.1.Girişimcilik Kültürünün Türkiye’deki Yeri

Ülkemizde girişimciliğin önemli sorunlarından birisi girişimcilik kültürünün oluşturulması konusudur. Özellikle ekonominin lokomotif olan KOBİ’lerin yaygınlaşması girişimcilik kültürünün oluşturulması ve yaygınlaştırılmasıyla mümkündür.

Ülkemizde girişimciliğin temelinde işletme sahipliği yatmaktadır. İşletme sahibinde girişimci özelliklerinin olup olmadığı çoğu zaman sorgulanmaz. Çünkü girişimci doğal olarak işletmenin başındaki kişi olarak görülür.

Çoğu zaman girişimci de yöneticide aynı kişidir. Amaç işletmenin denetimini ve otoriteyi tek el altında toplamaktır. Ülkemizde ki girişimci kültürüne bakıldığında genellikle gelenekçi, ortak değerlere ve davranışlara önem veren, dışa kapalı ve başarı değerlendirme ölçüleri belirsiz olan bir yapı mevcuttur.¹²⁸

Yaşadığımız zaman dilimi içinde gerek dünyada gerekse ülkemizde Siyasi konjoktürün, teknolojinin, ticaretin, Ar-ge tekniklerinin ve gerekse para politikalarının değişmesi ve gelişmesiyle birlikte girişimcilerin ve yöneticilerin çok fazla risk aldıkları

¹²⁷ Kaya,age,s:98

¹²⁸ Çelik-Akgemci,age,s:37-38

görülmektedir. Bu bağlamda girişimciler servetlerini maximize etme doğrultusunda daha fazla üretim yapmakta ve daha fazla kar elde etmek düşüncesi içinde olmaktadır.

Eğitim ve kültür düzeyinin artması, yönetim anlayışının değişmesi, Toplam Kalite Yönetimi, Yalın Örgütlenme ve Öğrenen Örgüt Felsefesi gibi yönetsel tekniklerin işletmelerde kullanılmaya başlaması gelecekle ilgili ümitleri artırmaktadır. Özellikle genç nesil girişimcilerin sadece ülke ekonomisini değil yabancı sermaye ve ekonomileri de yakından takip etmesi tecrübe kazanmaları, rekabette başarılı olmalarına sebebiyet vermektedir.

1.4. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci

Orta Asya’dan Anadolu’ya kadar geçen süreç içerisinde göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçen Türk Toplumunun , Selçuklularla başlayan ve Osmanlı döneminde de devam eden esnaf ve zanaatkarlıkta oldukça başarılı olduklarını görüyoruz. Gerçi Osmanlı döneminde ticarete azınlıkların yani Ermeni, Rum ve Yahudilerin daha etkin olmasına karşın İmparatorluğun son dönemlerinde Türk iş adamlarının, tüccarların gelişme gösterdiği görülmektedir. Sanayi Devrimine geç giren Osmanlının son dönemlerinde üretimin yetersizliği, rekabetdeki başarısızlıklar ve kapitülasyonlar sayesinde İmparatorluk ekonomisinin kötü durumda olması da önemsenecek bir durum değildir.

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde en az büyüyen sektör sanayi sektörüdür.. Tarım sektörünün büyüme hızı sanayi sektörünü geçmiştir. 17 Şubat-4 Mart 1923 de yapılan 1. İzmir İktisat Kongresinde alınan kararlar doğrultusunda özel girişimcilerin desteklenmesi, ekonomik bağımsızlığın sağlanması amaçlanmıştır.

1929 Ekonomik bunalımı bütün dünya ile birlikte Türkiye’yi ve özellikle yeni toparlanmaya başlayan ekonomiyi ve sanayiye olumsuz etkilemiştir. Bunun en önemli sonucu ise devletçi politikaların uygulanmasıdır. Özel sektör istenilen gelişmeleri gösterememiş, altyapı, teknoloji ve sermaye birikiminin yetersiz olması sanayi sektörü geri kalmıştır.

1950’li yıllarda Demokrat parti dönemi ile tarım üretiminde ve sanayide destekleyici kararlar alınmış, ulaşım ,sağlık, eğitim gibi sektörlerle öncelik verilmiş, Uluslararası ekonomik birliklere dahil olma girişimleri olmuştur. 1960 ‘lı yıllarda ithal ikameci politikaların ithalat üzerinde daraltıcı bir etki yaratmaması ve iç piyasaya

yönelik üretim yapan sanayinin ithalata bağımlılığı ile ihracatın milli gelir içerisindeki payının düşük kalması dış açığı artırmıştır.

Ülkemizde girişimcilik 24 Ocak 1980 kararlarıyla önem kazanmaya başlamıştır. Bu kararlarla birlikte özellikle ihracata yönelik hamleler yapılmıştır. Serbest piyasa ekonomisinin oturtulmasıyla ve girişimcilere verilen çeşitli teşviklerle, Devletin ekonomik faaliyetler üzerindeki payı azaltılmış, girişimcilerin daha fazla mal ve hizmet üretmeleri ve tecrübe kazandırılmaları , iç ve dış rekabet şartlarına uyum sağlamaları sağlanmıştır.

1990'lı yılların başında ekonomideki dengelerin ve göstergelerin bozulmasıyla %70 lere varan enflasyon, kamu borçlanmasının artması ve devletin üretime yönelik yatırımlarının durmasıyla 5 Nisan 1994 İstikrar programı devreye sokulmuştur. Bu dönem içerisinde girişimcilerin önemli sorunlarla karşılaştığını görmekteyiz.

2000'li yıllarda özellikle 2007-2013 dönemini kapsayan 9. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile devletin piyasalardan üretim yerine daha çok denetleme, düzenleme fonsiyonlarını yürütmesi, sosyal yardımlaşma ve dayanışmanın artırılması, girişimcilerin desteklenmesi, gelişim düzeyi az olan bölgelerde girişimciliğin teşvik edilmesi planlanmıştır.

Türkiye'de girişimcilerin sorunlarına baktığımızda; en önemli sorun finansal kaynakların yetersizliğidir. Bununla birlikte var olan finansal kaynaklara nasıl ulaşılacağına ait bilgi eksikliği ve finansal kaynaklarının maliyeti de oldukça önemlidir. Bu sorunu aşmak için gerek devlet destekli gerekse özel sektör destekli danışmanlık hizmetlerinin girişimci adaylarına ve var olan girişimcilere hizmet sunması gerekmektedir. Bir başka sorun ise girişimcilerdeki vizyon eksikliğidir. İşletmelerin kuruluş aşamasından itibaren gelişmesi, büyümesi ve kurumsal bir kimliğe sahip olması ancak vizyon sahibi olmakla gerçekleşebilir.¹²⁹

Başarılı bir gelecek için , geçmiş dönemlerin tecrübelerini değerlendirip, iş dünyasındaki gelişmeleri takip ederek başarılı bir girişimci olunabilir. Var olan fırsatları iyi değerlendirip, risk alarak, global ekonomik gelişmelere ayak uyduracak bir girişimcinin başarısız olması düşünülemez.¹³⁰

¹²⁹ <http://www.oka.org.tr/Documents/GirisimcilikRaporu.pdf> erişim:12.08.2015

¹³⁰ <http://notoku.com/turkiyede-girisimciligin-tarihi-surecte-degerlendirilmesi/> erişim:11.08.2015

1.4.1. KOBİ'ler ve Girişimcilik

1.4.1.1. KOBİ Kavramı

Ülkemizin de ekonomisinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler (küçük ve orta ölçekli işletmeler), yaptıkları üretimle ekonomiyi canlandıran kuruluşlardır. Kobiler sadece büyük işletmelerin ürettiği aynı tür mal ve hizmetleri üreterek onlarla rekabet eden işletmeler değil, büyük işletmelerin kullandıkları mamul ve yarı mamülleri üretilen onların büyümesini de sağlayan ve böylece ekonomilerde bir yan sanayi oluşturarak büyük işletmelerle bir ortak yaşayış sağlarlar.

KOBİ'ler son yıllarda sanayileşmiş ülkeler açısından çok önem kazanmıştır. KOBİ'lerin desteklenmesi için hükümetler her türlü yardımı yapmaktadırlar. Özellikle bu destekler için çeşitli meslek kuruluşlarıyla yapılan ortak çalışmalar göze çarpmaktadır.

KOBİ'lerin önemi, ülkemiz dahil gelişmekte olan ülkelerde 1990 yılından itibaren artmıştır. Gerek istihdam yaratmak gerekse geliri düşük olan kesimin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bu tür işletmeler kurulmaya ve teşvik edilmeye başlanmıştır. Ülkemizde KOBİ'lerin tüm işletmeler içindeki yeri %99 civarındadır.

KOBİ'ler büyük işletmelerin yerine getiremediği fonksiyonları tamamladıkları için ekonomiye daha çok katkıda bulunmaktadır. KOBİ'lerin bazıları işin özelliğinden dolayı , bazıları da KOBİ kalmak için büyümek istemezler.

Bu tür işletmeler sadece ekonomik hayata değil, sosyal hayata da katkıda bulunurlar. İstihdamı sağlamakla, bölgesel gelişmişlik farkını ortadan kaldırmakla, mülkiyeti geniş bir alana yaymakla önemli bir güç olmuşlardır. Tüketicilerin değişen isteklerini karşılayabilme, toplumun tüm kesimiyle ilişki kurabilme, dönemsel ve mevsimlik krizlerden az etkilenme ekonominin vazgeçilmez unsurlarıdır.

Türkiye'de KOBİ'lere birçok kurum ve kuruluş destek vermektedir. Bunlar:

-Kosgeb Destekleri: Teknoloji, Girişimci geliştirme ve desteklenme, kalite bilincini geliştirme, büyük sanayi kuruluşları ile entegrasyon, üretim-yönetim-planlama ve pazarlama eğitimi, sanayi bölgelerinin planlaması , AB ile ilgili danışmanlık hizmetleri gibi konularda destek vermektedir.

-Türkiye Halk Bankası: Kredi sağlamak, fonları kullanmak, üretilen malların pazarlama ve tanıtılmasını sağlamak, Arge çalışmaları yapmak..

-Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB): Strateji ve eylem planları hazırlamak, sivil toplum örgütleri, üniversiteler ve kamu kurumlarıyla ortak projeler

hazırlamak, AB uyum süreci içinde KOBİ'lerin belirli standartlara ulaşabilmesini sağlamak.

- Garanti Fonu: KOBİ'lerin bankalardan alacağı kredilere garanti sağlamak,
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Küçük sanayi ve el sanatları genel müdürlüğü ile küçük sanayi, sanayi bölge ve siteleri genel müdürlüğü: Küçük ve Organize sanayi bölgeleri planlamak, mevzuat düzenlemeleri yapmak üst yapı kredisi sağlamak, eğitim faaliyetleri vermek,

- Maliye Bakanlığı: AR-GE faaliyetleri, mali destek,

- TÜBİTAK: Sanayi Ar-Ge Projelerini destekleme programı, Kobi AR-GE , teknoloji destekleme programı,

Bunların dışında, Türk Patent Enstitüsü, Milli Prodüktivite Merkezi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu, Esnaf Ve Kefalet Kooperatifleri, Küçük Sanayi Kooperatifleri, GAP Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi, Akdeniz Konsorsiyumu, İktisadi Kalkınma Vakfı, Dünya Bankası Kredileri, Üniversiteler vb. gibi kuruluşlar KOBİ'lere destek vermektedir.

Devlet desteği alabilmek, kredi avantajlarından yararlanabilmek, ilgili danışmanlık kuruluşlarından destek alabilmek ve sözleşmeler yapabilmek için firma ölçeğinin belirlenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte her tür işletmenin geliştirilmesi ve desteklenmesine yönelik politikaların belirlenmesinde de tanımlamalar büyük kolaylık sağlayacaktır.¹³¹

1.4.1.1.1 KOBİ'lerin Ortak Özellikleri

KOBİ'lerin ortak özelliklerini aşağıdaki gibidir:

1. Genellikle tek kişi işletmeleri veya küçük ortaklıklarla kurulurlar.
2. Bu tür işletmelerde girişimci ve yönetici aynı kişidir. Çok azında profesyonel yönetici bulunur.
3. KOBİ girişimcilerinde bağımsız iş yapma isteği bulunduğu ve girişimci ile yönetici çoğunlukla aynı kişi olduğu için girişimci bağımsız karar verebilme özelliğine sahiptir
4. Yönetimi kolay, organizasyon yapısı basittir.
5. Müşteriler ile direk ilişki kurulabilir.

¹³¹ Aybeniz Akdeniz AR-Hüseyin İskender, Mevzuat Dergisi, yıl:8, sayı:87, Mart 2005

6. Büyük sermayeye gerek yoktur.
7. Yatırım ve büyüme için varlıkları sınırlıdır.
8. Büyük pazar payına sahip değildirler.
9. Pazarlama zorlukları vardır.
10. Çok fazla istihdam yaratamazlar. Genellikle aile işletmeleridir.
11. Dinamik bir yapıya sahiptirler.

1.4.1.1.2. KOBİ'lerin Avantajları ve Dezavantajları

1.4.1.1.2.1. KOBİ'lerin Avantajları

Ulusal ekonomilerin büyük bir bölümüne KOBİ'ler sahiptir. Bu durum devletin himmeti ya da büyük ölçekli firmaların yardımlarıyla oluşmamıştır. KOBİ'ler çoğu zaman büyük firmalara karşı çeşitli avantajlara sahiptirler. Unutulmamalıdır ki; mevcut büyük işletmelerin çoğu başarılı liderlik ve yönetim uygulamaları sayesinde KOBİ iken büyük ölçekli hale gelmişlerdir.¹³²

KOBİ'ler rekabet bazında düşünüldüğünde; müşterilerle daha yakın ilişkiler kurabilme ve pazarlama, üretim ve hizmet konularında daha esnek davranabilme avantajlarına sahiptirler. KOBİ sahipleri faaliyet gösterdikleri yerel pazarı daha iyi tanıyarak, pazarın ihtiyaçlarını daha iyi anlayarak müşterilerle daha iyi ilişkiler kurabilirler. Böylelikle pazarlama, üretim ve hizmet konularında da büyüklere göre daha esnek olarak işletmelerine üstünlük kazandırmaktadırlar. KOBİ'ler aşağıda sayılan ortamlarda da avantajlı hale gelebilmektedirler:

1. Büyük miktarda yatırıma girmeden önce pazardaki tepkiyi bilmenin zorunlu olduğu durumda,
2. Yönetim ile ilgili denetime ihtiyaç duyulduğunda,
3. Üretilen mal ve hizmetin pazarının sınırlı olmasında,
4. El emeğinin üretimde önemli bir faktör olarak yer almasında,
5. Talebin sınırlı olmasında,
6. Kolay bozulabilen malların üretilmesinde ve pazarlanmasında,
7. Personel ile yakın ilişkiler gerekiyorsa,
8. Teknik gelişmelere kısa sürede uyum sağlayabilme yeteneğine sahip olunmasında,

¹³² Tahir Akgemci, **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı KOSGEB Yayınları, Ankara 2001, ss.14-20

9. Yatırım yapılırken öz sermayeye ağırlık verilmesinde,
10. Desteklenmelerinin ülkedeki işsizliğin azalmasına katkı sağlamasında,
11. Çalışanların kendi bölgelerinde ya da istedikleri bölgelerde kurulmalarında,
12. Ülke içi bölgeler arası kalkınmışlık dengesinin kurulmasında.

1.4.1.1.2.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'lerin tüm işleyiş düzeni düşünüldüğünde şu dezavantajları dikkat çekmektedir:

- 1.Olumsuz rekabet,
- 2.Genel yönetim yetersizliği,
- 3.Stratejik konularda tam katılımın sağlanamaması,
- 4.Uzman, mali ya da finansal danışman istihdam edememe,
- 5.Sermaye yetersizliği,
- 6.Finansal planlama yapılamaması,
- 7.Banka ve benzeri kurumlardan yeterince destek görememe,
- 8.Sermaye piyasalarından yeterince yararlanamama,
- 9.Ürün geliştirme eksikliği,
- 10.Üretim ile satışı koordine edememe,
- 11.Modern pazarlama davranışları sergileyememe,
- 12.Küçük ölçekten dolayı ihaleleri izleyememe,
- 13.İşyerinin fiziksel boyutunun küçük olması,
- 14.Kalifiye eleman sağlayamama,
- 15.Mevzuat ve bürokrasi,
- 16.Bağımsızlığını kaybetme ve batma riski.

İKİNCİ BÖLÜM

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma Fırat Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin toplumsal kültür değerleri ile girişimcilik eğilimlerini ölçmek ve öğrencilerin demografik özelliklerine göre farklılıklarını ve öğrencilerin toplumsal kültür değerleri ile girişimcilik eğilimleri düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemek temelinde oluşturulmuştur.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmamızın ana kütlelerini Elazığ Fırat Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. 2015 yılı itibarıyla toplam 40.000 öğrenci bulunmaktadır. Buna göre % 95 güven düzeyinde 381 kişiye ulaşılması yeterlidir. Bunlar arasından tesadüfi örnekleme yolu ile seçilen 490 öğrenciye ulaşılmıştır.

2.3. Veri Toplama Araçları

Soru formu 3 kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım demografik sorulardan oluşmaktadır (8 soru), ikinci kısımda örgüt kültürü ölçeği yer almaktadır (30 soru), üçüncü kısımda ise girişimcilik eğilimleri ölçeği (41 soru) yer almaktadır. Çalışmada veri toplama amacıyla kullanılan ölçekler; Demirel (2003), Demirel ve Tikici (2004), Demirel vd. (2007), Demirel ve Tikici (2010) ile Demirel'e (2013) ait eserlerden alınarak alana uygulanmıştır¹³³

¹³³ **DEMİREL**, Erkan Turan (2003). Girişimcilik Kültürü. MALATYA: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı

DEMİREL, Erkan T. (2013). Yaşam Amaçlarının Girişimcilik Düşüncesini Biçimlendirmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 12(45), 123 – 143.

DEMİREL, Erkan, T. ve TİKİCİ, Mehmet. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin Baskınlık Analizi İle Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Örneği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (<http://www.esosder.com>). 9(32), 250 - 283.

DEMİREL, Erkan T. ve TİKİCİ, Mehmet (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri, Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, 2(3), 49 – 58.

DEMİREL, Erkan T. TİKİCİ, Mehmet, TÜRK, Mevlüt, ve AKBIYIK, Nihat (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkileri: Malatya Örneği. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım A.Ş.

2.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde Statistical Package for Social Science for Windows (SPSS) 20.0 paket programı kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde;

Öğrencilerin tanıtıcı özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımları,

Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik Eğilimleri Ölçeklerinin güvenilirlik çalışması kapsamında, tüm alt ölçeklerin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı,

Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik Eğilimleri Ölçeklerinin geçerlilik çalışması kapsamında, tüm alt ölçekler için faktör analizi yapılmıştır.

Öğrencilerin Toplumsal Kültür Ölçeği ile Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği düzeyleri alt boyutları arasındaki ilişkileri ölçmek amacıyla Korelasyon analizleri ve regresyon analizleri uygulanmış,

Öğrencilerin Toplumsal Kültür Ölçeği düzeyleri ile Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği düzeylerinin, ankete katılanların demografik özellikleri açısından farklılıklarını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi, Tukey ve LSD testleri uygulanmıştır.

2.5. Araştırma Etiği

Araştırmanın yapılabilmesi ve verilerin elde edilebilmesi için araştırmanın yapılacağı Fırat Üniversitesi rektörlüğünden gerekli izinler alınmış ve araştırmaya katılmayı kabul eden kurum çalışanları ile uygulama yapılmıştır.

2.6. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Yönelik Güvenilirlik Analizleri

Ölçeğin güvenilirliği, testin ölçmek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğünü göstermektedir (Kurtuluş, 2006:374). Araştırma kapsamında kullanılan anket formunda yer alan değişkenlerin güvenilirliğinin ölçülmesinde Alfa Değeri (Cronbach Alpha) ve madde toplam korelasyonları değerlerine bakılarak güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Güvenilirlik analizinin her anket çalışması için yapılması gereklidir. Çünkü, güvenilirlik analizi araştırmada yer alan ifadelerin birbirleri ile uyumunu ve kullanılan anketin araştırma konusunu ne derece açıkladığını ifade etmektedir. Ölçek güvenilirliklerinin değerlendirilmesinde alfa katsayısının bazı araştırmacılara göre¹³⁴

¹³⁴ Büyüköztürk, Ş., **Veri Analizi El Kitabı**, 4. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2004,s165

0,70'den büyük bazı araştırmacılara göre¹³⁵ ise sosyal bilimlerde 0,60 ve üstü değer alması güvenilir derecesi yüksek ölçekleri ifade etmektedir.

2.6.1. Toplumsal Kültür Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizleri

30 ifadeden oluşan "Toplumsal Kültür Ölçeği" soru listesinin ve bu ölçeğin alt boyutları olan "Belirsizlikten Kaçınma", "Güç Mesafesi", "Erillik/Dışılık", "Denetim Noktası" ve "Bireycilik/Toplumculuk" ölçeklerinin iç tutarlılığı ve güvenilirliğini ölçmek için yapılan analiz sonucunda öncelikle tüm ölçeğin α değeri 0.794 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin alt boyutlarında ise "belirsizlikten kaçınma" alt boyutunun α değeri 0.721, "güç mesafesi" alt boyutunun 0.715, "erillik/dışılık" alt boyutunun 0.729, "denetim noktası" alt boyutunun 0.758 ve "bireycilik/toplumculuk" alt boyutunun α değeri ise 0.791 olarak hesaplanmıştır. Buna göre tüm ölçeğin ve ölçeğin alt boyutlarının güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Tablo-1). Ortaya çıkan alfa (α - Cronbach's Alpha) katsayıları yüksek bir güvenilirlik oranını ifade etmektedir.

¹³⁵ Kalaycı, Ş., **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti. 2.Baskı, Ankara, 2006,s403

Tablo 1. Toplumsal Kültür Ölçeği Soru Listesinin Alfa Katsayısı Değerleri

		Ölçek Ortalaması (madde çıkarıldığında)	Ölçeğin Varyansı (madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş madde-toplam puan korelasyon	Alfa katsayısı (madde çıkarıldığında)	
BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA	SORU1	75,36	147,572	,373	,784	,721
	SORU2	76,26	142,301	,315	,787	
	SORU3	76,11	137,480	,399	,783	
	SORU4	76,31	136,962	,416	,782	
	SORU5	75,94	143,385	,362	,785	
	SORU6	76,05	139,913	,311	,787	
GÜÇ MESAFESİ	SORU7	76,14	137,625	,404	,783	,715
	SORU8	76,29	134,233	,500	,778	
	SORU9	76,17	138,193	,324	,786	
	SORU10	76,23	137,588	,350	,785	
	SORU11	76,21	141,282	,421	,783	
	SORU12	75,84	135,263	,405	,782	
ERİLLİK / DIŞILIK	SORU13	75,81	139,587	,359	,789	,729
	SORU14	75,93	136,034	,415	,782	
	SORU15	76,26	139,990	,311	,786	
	SORU16	76,19	138,023	,335	,785	
	SORU17	76,09	140,752	,336	,784	
	SORU18	76,25	138,062	,391	,783	
DENETİM NOKTASI	SORU19	76,23	140,612	,332	,785	,758
	SORU20	76,08	135,881	,439	,781	
	SORU21	76,24	137,216	,358	,784	
	SORU22	75,54	142,047	,371	,783	
	SORU23	75,86	138,856	,343	,785	
	SORU24	75,89	138,326	,332	,785	

		Ölçek Ortalaması (madde çıkarıldığında)	Ölçeğin Varyansı (madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş madde-toplam puan korelasyon	Alfa katsayısı (madde çıkarıldığında)	
BİREYÇİLİK TOPLUMCULUK	SORU25	76,18	138,422	,347	,785	,791
	SORU26	76,18	137,857	,361	,784	
	SORU27	76,23	138,977	,358	,784	
	SORU28	76,31	138,523	,377	,784	
	SORU29	76,39	142,824	,357	,783	
	SORU30	76,42	143,378	,397	,782	
N= 490 (α) = 0,794 Değişken Sayısı = 30						

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için alfa değerinin yanında ölçeğin toplam puan korelasyon değerlerine bakılır¹³⁶. Bu değer 0,30'dan büyük olması gerekir. Tablo 5'e bakıldığında 0,31'den küçük değer olmadığı görülür. Dolayısıyla madde-toplam puan korelasyon değerlerine göre de soru listesinin güveniliridir.

2.6.2. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizleri

41 ifadeden oluşan "Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği" soru listesinin ve alt boyutlarının iç tutarlılığı ve güvenilirliğini ölçmek için öncelikle alfa katsayısı değerlerine bakılmıştır. Analiz sonucunda tüm ölçeğin α değeri 0.941 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin alt boyutlarında ise "yaratıcılık" alt boyutunun α değeri 0.881, "çalışma yöntemi" alt boyutunun α değeri 0.862 ve "kişisel tatmin" alt boyutunun α değeri ise 0.847 olarak hesaplanmıştır Buna göre tüm ölçeğin ve ölçeğin alt boyutlarının güvenilir olduğunu söylemek mümkündür (Tablo-2). Ortaya çıkan alfa (α - Cronbach's Alpha) katsayıları yüksek bir güvenilirlik oranını ifade etmektedir.

¹³⁶ Şencan, H., Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2005,s62,257

Tablo 2. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesinin Alfa Katsayısı

		Ölçek Ortalaması (madde çıkarıldığında)	Ölçeğin Varyansı (madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş madde-toplam puan korelasyon	Alfa katsayısı (madde çıkarıldığında)	
YARATICILIK	SORU1	150,02	504,646	,425	,940	,881
	SORU2	150,07	499,151	,542	,939	
	SORU3	149,99	504,650	,505	,940	
	SORU4	150,13	503,485	,499	,940	
	SORU5	150,25	512,515	,355	,941	
	SORU6	150,34	508,007	,347	,941	
	SORU7	150,18	502,768	,475	,940	
	SORU8	150,33	503,767	,489	,940	
	SORU9	150,26	493,618	,565	,939	
	SORU10	150,26	493,306	,613	,939	
	SORU11	150,21	502,187	,478	,940	
	SORU12	150,08	503,452	,475	,940	
	SORU13	150,07	499,676	,599	,939	
	SORU14	150,08	495,822	,647	,939	
	SORU15	150,52	510,790	,365	,941	
	SORU16	150,35	509,692	,359	,941	
	SORU17	150,39	493,793	,655	,938	
	SORU18	150,11	502,911	,494	,940	
	SORU19	150,14	498,352	,623	,939	
ÇALIŞMA YÖNTEMİ	SORU20	150,19	502,018	,486	,940	,862
	SORU21	150,35	499,395	,612	,939	
	SORU22	150,06	508,549	,394	,940	
	SORU23	150,24	501,167	,565	,939	
	SORU24	150,24	501,226	,515	,940	
	SORU25	150,08	501,629	,542	,939	
	SORU26	150,30	500,958	,525	,940	
	SORU27	150,41	490,704	,659	,938	
	SORU28	150,26	501,107	,524	,940	
	SORU29	150,13	501,033	,475	,940	
	SORU30	150,07	499,298	,568	,939	
	SORU31	150,09	503,085	,477	,940	
	SORU32	150,17	503,547	,492	,940	
KİŞİSEL TATMİN	SORU33	150,20	503,912	,445	,940	,847
	SORU34	150,31	498,149	,594	,939	
	SORU35	150,07	501,941	,531	,939	
	SORU36	150,22	494,988	,611	,939	
	SORU37	150,19	510,326	,365	,941	
	SORU38	150,00	501,196	,524	,940	
	SORU39	150,18	496,543	,590	,939	
	SORU40	150,22	493,978	,642	,939	
	SORU41	150,19	493,516	,589	,939	
N= 490 (α) = 0,941 Değişken Sayısı = 41						

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için alfa değerinin yanında ölçeğin toplam puan korelasyon değerlerine bakılır ¹³⁷. Bu değer 0,30'dan büyük olması gerekir. Tablo 5'e bakıldığında 0,34'den küçük değer olmadığı görülür. Dolayısıyla madde-toplam puan korelasyon değerlerine göre de soru listesinin güveniliridir.

2.7. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Yönelik Geçerlilik Analizleri

Ölçeklerin geçerliliklerini test etmek amacıyla faktör analizi yapılarak ölçeklerin yapısal geçerliliği değerlendirilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliğini belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Cevaplayıcılardan edilen verilerin faktör çözümlemesine uygun olup olmadığının belirlenmesinde KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) ve Barlett testleri uygulanmaktadır. KMO oranının (0.5)'in üzerinde olması, Barlett testinin ise anlamlı çıkması gerekmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin ve Barlett testlerinin sonuçlarının faktör analizi yapmaya olanak vermesi durumunda, ölçeğin temel bileşenlerini tespit etmek için Compenant Faktör Analizi gerçekleştirilmektedir. Ölçeğin kaç faktörden oluştuğunun belirlenmesinde ise, özdeğer (Eigenvalue) istatistiğinden yararlanılmaktadır. Özdeğer istatistiği 1'den büyük olan faktörler anlamlı olarak kabul edilmektedir. Özdeğer istatistiği 1'den küçük olan faktörler dikkate alınmamaktadır¹³⁸. Diğer taraftan, faktörün tanımladığı maddeyi ölçmesi için o faktörle olan ilişkisini gösteren faktör yük değerinin 0.40 ve daha yüksek olması tercih edilmektedir¹³⁹.

2.7.1. Toplumsal Kültür Ölçeği Geçerlilik Analizi

Faktör analizi sonucunda "Toplumsal Kültür Ölçeği" soru listesinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test değeri 0,619 olarak hesaplanmıştır. KMO test değerinin 0,50'den büyük olması veri setinin faktör analizi için uygunluğunu gösterir. KMO test değeri 1'e yaklaştıkça veri setinin faktör analizi için iyi değerlere sahip olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2006, 327).

Faktör analizinde ikinci bakılacak olan test Barlett testi'dir. Barlett test değerinin sig. değerinin anlamlı çıkması değişkenler arasındaki korelasyonun anlamlı olduğunu

¹³⁷ Age,s257

¹³⁸ Kalaycı, Ş., **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti. 2.Baskı, Ankara, 2006,s403

¹³⁹ Büyüköztürk, Ş., **Veri Analizi El Kitabı**, 4. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2004,s165

gösterir (Kalaycı, 2006, 327). “Toplumsal Kültür Ölçeği” soru listesinin Barlett testi sig. değeri ($p = 0,000 / \chi^2=4662,007$; $p<0,01$) anlamlı çıkmıştır.

Faktör analizinde faktör sayısına karar verilirken özdeğerinin (Eigen value) 1’den yüksek olmasına ve faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasına dikkat edilmiştir. Faktör analizinin sonucunda 30 ifadeden oluşan “Toplumsal Kültür Ölçeği” soru listesinin 5 faktör altında toplandığı ve faktör yüklerinin 0,46’den büyük olduğu görülmektedir. Söz konusu 30 değişken toplam varyansın % 45,612’sini açıklamaktadır.

Tablo 3. Toplumsal Kültür Ölçeği Soru Listesinin Faktör Analizi Değerleri

Toplumsal Kültür Ölçeği Soru Listesi	Belirsizlikten Kaçınma	Güç Mesafesi	Erillik / Dişilik	Denetim Noktası	Bireycilik / Toplumculuk
SORU1	,601				
SORU2	,486				
SORU3	,613				
SORU4	,469				
SORU5	,531				
SORU6	,468				
SORU7		,677			
SORU8		,567			
SORU9		,471			
SORU10		,488			
SORU11		,684			
SORU12		,766			
SORU13			,506		
SORU14			,568		
SORU15			,463		
SORU16			,472		
SORU17			,602		
SORU18			,607		
SORU19				,468	
SORU20				,512	
SORU21				,491	
SORU22				,470	
SORU23				,507	
SORU24				,538	
SORU25					,461
SORU26					,735
SORU27					,708
SORU28					,502
SORU29					,548
SORU30					,515
Toplam Varyans 45,612 KMO: ,619 App. Chi-Square : 4662,007 Sig.: 0.00 N: 490					

2.7.2. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Geçerlilik Analizi

Faktör analizi sonucunda “Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği” soru listesinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test değeri 0,834 olarak hesaplanmıştır. KMO test değeri 0,50’den büyük olması veri setinin faktör analizi için uygunluğunu gösterir.

Faktör analizinde ikinci bakılacak olan test Barlett testi’dir. “Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği” soru listesinin Barlett testi sig. değeri ($p = 0,000 / \chi^2=12535,823$; $p<0,01$) anlamlı çıkmıştır.

Faktör analizinin sonucunda 41 ifadeden oluşan “Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği” soru listesinin 3 faktör altında toplandığı ve faktör yüklerinin 0,42’den büyük olduğu görölmektedir. Söz konusu 41 değişken toplam varyansın % 50,698’ini açıklamaktadır.

Tablo 4. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesinin Faktör Analizi Değerleri

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesi	Yaratıcılık	Çalışma Yöntemi	Kişisel Tatmin
SORU1	,530		
SORU2	,565		
SORU3	,737		
SORU4	,671		
SORU5	,611		
SORU6	,666		
SORU7	,493		
SORU8	,444		
SORU9	,639		
SORU10	,519		
SORU11	,613		
SORU12	,572		
SORU13	,428		
SORU14	,606		
SORU15	,471		
SORU16	,541		
SORU17	,488		
SORU18	,532		
SORU19	,427		
SORU20		,564	
SORU21		,426	
SORU22		,761	
SORU23		,542	
SORU24		,422	
SORU25		,338	
SORU26		,751	
SORU27		,632	
SORU28		,454	
SORU29		,448	
SORU30		,597	
SORU31		,480	
SORU32		,603	

Tablo 4 (Devamı). Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesinin Faktör Analizi Değerleri

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Soru Listesi	Yaratıcılık	Çalışma Yöntemi	Kişisel Tatmin
SORU33			,655
SORU34			,530
SORU35			,515
SORU36			,421
SORU37			,589
SORU38			,597
SORU39			,749
SORU40			,589
SORU41			,545
Toplam Varyans: 50,698 KMO: ,834 App. Chi-Square : 12535,823 Sig.: 0.00 N: 490			

2.8. Verilerin Analizinde Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Öğrencilerin toplumsal kültür değerleri ve girişimcilik eğilimleri tutumlarını ölçmede tanımlayıcı istatistik analizlerinden ortalama, standart sapma değerleri ve frekans dağılımları kullanılmıştır. Toplumsal kültür değerleri ve girişimcilik eğilimleri tutum algılarının öğrencilerin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği bağımsız t testi ile anket içinde yer alan diğer sosyo-demografik özelliklerden yaş ve öğrencilerin eğitim gördükleri birim, alan ve sınıf ve ayrıca yaşadıkları yerleşim birimleri açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile saptanmıştır. Farklılık olan ikiden fazla grupta farklılığın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını saptamak amacıyla Tukey - LSD testlerinden yararlanılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

3.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılanların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde aşağıdaki bulgular tespit edilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Ankete Katılanların Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Özellikler	N	%
Cinsiyet		
Bayan	201	41,0
Erkek	289	59,0
Yaş		
20 ve Altı	132	26,9
21-25 Arası	324	66,1
25 ve Üstü	34	6,9
Birim		
Fakülte	251	51,2
Yüksekokul	39	8,0
Konservatuar	3	,6
Meslek Yüksekokulu	197	40,2
Alan		
Sosyal Bilimler	247	50,4
Fen Bilimleri	146	29,8
Sağlık Bilimleri	67	13,7
Güzel Sanatlar	30	6,1
Sınıf		
1.Sınıf	152	31,0
2.Sınıf	212	43,3
3.Sınıf	49	10,0
4.Sınıf	66	13,5
5.Sınıf	9	1,8
6.Sınıf	2	,4

Yerleşim		
Büyükşehir	88	18,0
İl	312	63,7
İlçe	57	11,6
Belde	12	2,4
Köy	21	4,3
Lise		
Düz Lise	226	46,1
Alan Lisesi	29	5,9
Fen Lisesi	37	7,6
Anadolu Lisesi	85	17,3
Meslek Lisesi	113	23,1
Girişimci Olmayı Düşünüyor musunuz?		
Hiç Düşünmüyorum	21	4,3
Düşünmüyorum	41	8,4
Kararsızım	118	24,1
Düşünüyorum	186	38,0
Kesinlikle Düşünüyorum	124	25,3

Araştırmaya katılanlar cinsiyetleri açısından incelendiğinde, 201 kişinin (%41,0) bayan, 289 kişinin (%59,0) ise erkek olduğu belirlenmiştir. Yaş grupları açısından araştırmaya katılanlardan 132 kişinin (%26,9) 20 yaş ve altında olduğu, 324 kişinin (%66,1) 21 ve 25 yaş arasında olduğu ve 34 kişinin de (%6,9) 25 ve üzeri yaş olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılanlar eğitim durumları açısından incelendiğinde, 251 kişinin (%51,2) fakültede, 39 kişinin (%8,0) yüksekokulda, 3 kişinin (%0,6) konservatuvar da ve 197 kişinin (%40,2) ise meslek yüksek okulunda okuduğu tespit edilmiştir. Ayrıca 247 kişinin (%50,4) sosyal bilimler alanında, 146 kişinin (29,8) fen bilimleri alanında, 67 kişinin (%13,7) sağlık bilimleri alanında ve 30 kişinin de (%6,1) güzel sanatlar alanında olduğu belirlenmiştir. araştırmaya katılanlardan 152 kişinin (%31,0) birinci sınıfta, 212 kişinin de (%43,3) ikinci sınıfta olduğu, ayrıca 226 kişinin (%46,1) düz liseden mezun olduğu ve 113 kişinin de(%23,1) meslek lisesinden mezun olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılanlar yaşadıkları yerler açısından incelendiğinde 88 kişinin (%18,0) büyük şehirde, 312 kişinin (%63,7) il de, 57 kişinin (%11,6) ilçede, 12 kişinin (%2,4) beldede ve 21 kişinin (%4,3) köyde yaşadığı belirlenmiştir.

Girişimci olma isteği hakkında ise araştırmaya katılanlardan, 21 kişinin (%4,3) kesinlikle düşünmüyorum, 41 kişinin (%8,4) düşünmüyorum, 118 kişinin (%24,1) kararsızım, 186 kişinin (%38,0) düşünüyorum ve 124 kişinin (%25,3) ise kesinlikle düşünüyorum şeklinde cevap verdikleri belirlenmiştir.

3.2. Tanımlayıcı Analizler

Araştırmaya katılanlara uygulanan anket formunda, toplumsal kültür ve girişimcilik ile ilgili düşünceleri değerlendiren ifadelerin öncelikle tanımlayıcı istatistik yöntemlerden olan ortalama ve standart sapma değerleri bulunmuştur. Böylece araştırmaya katılan öğrencilerin anket formunda yer alan ifadelere hangi ölçüde katıldıkları belirlenmiştir. Ayrıca anket formunda yer alan ifadeler ayrı ayrı değerlendirilerek, ifadelere verilen cevaplar arasındaki farklılığı araştırmak için “Tek-Örneklem T Testi” uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların toplumsal kültür ve girişimcilik ile ilgili düşüncelerini ölçen ifadelerin, araştırmaya katılanların cinsiyetleri açısından farklılıklarının araştırılması amacı ile Bağımsız Örneklem T Testi uygulanmış. Ayrıca araştırmaya katılanların yaşları, okudukları birim, okudukları alan, kaçınıcı sınıfta okudukları, yaşadıkları yer, mezun olunan lise türü ve girişimci olma istekleri açısından farklılıklarını araştırmak içinde One-Way ANOVA testi uygulanmış, farklılık bulunan ifadeler içinde ki farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu test etmek amacıyla ise Post-Hoc Tukey ve LSD testleri yapılmıştır.

Likert tipi ölçeğin aritmetik ortalamaların değerlendirilmesinde derecelendirme ölçeği olarak; “Aralık Genişliği = Dizi Genişliği / Grup Sayısı” formülünden faydalanılarak, $4/5=0,800$ olarak puan aralıkları belirlenmiştir.¹⁴⁰

Buna göre belirlenen puan aralıkları Tablo X ‘de verilmiştir.

¹⁴⁰ Tekin, Halil. *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme*, YargıYayınları ,9.Baskı, Ankara 1996,s155

Tablo 6. Likert Tipi Ölçek İçin Puan Aralıkları

(5) Tamamen Uyuyor / Çok Önemli	4,21 – 5,00
(4) Çoğunlukla uyuyor / Önemli	3,41 – 4,20
(3) Kısmen Uyuyor / Kısmen Önemli	2,61 – 3,40
(2) Uymuyor / Önemli Değil	1,81 – 2,60
(1) Hiç Uymuyor / Hiç Önemli Değil	1,00 – 1,80

3.2.1. Araştırmaya Katılanların Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılma Düzeyleri

Araştırma kapsamında öncelikle araştırmaya katılanların toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarına katılma düzeyleri, ortalama ve standart sapma değerleri açısından incelendiğinde (Tablo 7);

Tablo 7. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeyleri Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Belirsizlikten Kaçınma	3,4041	,51272	146,967	,000
Güç Mesafesi	3,2449	,55733	128,881	,000
Erillik / Dişilik	3,3531	,59428	124,896	,000
Denetim Noktası	3,2412	,58269	123,128	,000
Bireycilik / Toplumculuk	3,5602	,57671	136,651	,000

"Belirsizlikten Kaçınma", "Erillik / Dişilik" ve "Bireycilik / Toplumculuk" alt boyutlarına katılma düzeyleri yüksek düzeydedir. Buna göre, belirsizlikten kaçınma alt boyutuna katılma düzeyi ortalama değerinin 3,40 çıkması ankete katılanların belirsiz durumlardan kaçınma eğilimlerinin düşük olduğunu gösterir. Bu sonuçta girişimcilik açısından olumlu olarak değerlendirilir. Bunun yanında, erillik/dişilik ve bireycilik/toplumculuk alt boyutlarına katılma düzeyleri ortalamalarında 3,40 değerinden yüksek çıkması toplumda eril değerlerin ve bireyciliğin baskın olduğunun göstergesidir. bu sonuçlarda girişimcilik açısından olumlu değerlendirilirler.

Araştırma kapsamında, toplumsal kültür ölçeği içinde yer alan her bir ifade doğrultusunda verilen cevapların ortalama ve standart sapma değerleri ve Tek Örneklem t Testi sonuçları incelendiğinde (Tablo 8);

Tablo 8. Toplumsal Kültür Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Toplumsal Kültür Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma	t	p
1.Bütün belirsizlikler tehlikeli kabul edilir.	2,63	1,075	54,106	,000
2.Bilgi paylaşımına (iletişime) önem verilir.	3,55	1,147	68,492	,000
3.İletişimle ilgili uyulması gereken kesin kurallar vardır.	2,61	1,022	56,491	,000
4.Kesin doğrular aranır.	2,40	1,041	51,049	,000
5.Alışılmışın dışına çıkmanın beraberinde tehlikeler getirebileceğine inanılır.	2,80	1,092	56,723	,000
6.Sağduyunun sesine (önerilerine) önem verilir.	3,31	1,028	71,255	,000
7.Bütün çatışmaların (anlaşmazlıklar, uyuşmazlıklar vb.) ortadan kaldırılmasına çalışılır.	2,58	,998	57,305	,000
8.Çevreye karşı (küçüklere, astlara vb.) hem otoriter hem de babacan tavırlar sergilenir.	3,56	1,092	72,120	,000
9.Başarılı olmak için güçlü insanların desteği aranır.	2,56	1,137	49,889	,000
10.İnsani ilişkilerde becerikli olmak, güç (başarı) elde etmede uzmanlık ve mevkinden önemli sayılır.	3,52	1,132	68,816	,000
11.Üst düzeydeki insanların haklı kabul edilme ihtimalleri alt düzeydekilerden fazladır.	2,52	1,076	51,844	,000
12.İnsanlara, toplumsal statülerine göre davranılır.	2,90	1,226	52,387	,000
13.En iyi savunmanın, saldırmaktan geçtiğine inanılır.	3,07	1,183	57,376	,000
14.İnsanlara her zaman ikinci bir şans verilir.	2,81	1,132	55,055	,000

15.Son sözü söyleyen olmaya önem verilir.	3,53	,977	79,768	,000
16.Vefa duygusuna, hayattaki en önemli duygulardan birisi şeklinde bakılır.	2,54	1,120	50,119	,000
17.Başkalarını kontrol etmeye önem verilir.	3,59	2,719	29,254	,000
18.İnsanlara her zaman sevgi ile yaklaşmaya özen gösterilir.	2,49	1,012	54,524	,000
19.İnsanın başına gelenlerin, kendi yaptıklarının sonucu olduğuna inanılır.	3,50	1,018	76,215	,000
20.Problem (sorun) yaşandığında, çözüm için her zaman birileri aranır.	2,65	1,077	54,482	,000
21.Çalışmak, yaşamak için bir zorunluluk olarak kabul edilir.	2,48	1,141	48,194	,000
22.Çalışmak, oyun oynamak kadar eğlenceli ve doğal kabul edilir.	2,80	1,166	53,111	,000
23.Başarısızlığın çevresel faktörlerin sonucu olduğuna inanılır.	2,88	1,032	61,879	,000
24.İnsanların fikirlerini her zaman rahatça söyleyebilmelerine imkan tanınır.	3,16	1,096	63,913	,000
25.Karar alınırken (tercih yapılırken) yaşanan çevredeki çoğunluğa göre hareket edilir.	2,54	1,051	53,444	,000
26.İnsanlar, gerekirse toplum için bazı haklarından fedakârlık ederler.	2,54	1,072	52,524	,000
27.Grupla beraber hareket etmek bireysel davranıştan önde gelir.	2,50	1,121	49,366	,000
28.Başarıyı kişilerin davranışlarının belirlediği kabul edilir.	3,58	,971	81,574	,000
29.İnsanlar, sosyal davranışlarını kişisel ihtiyaçlarına göre belirler.	3,65	,948	85,343	,000
30.İlişkilerde akılcılık (katlanılabilecek maliyet ve elde edilebilecek fayda) önde tutulur.	3,71	,986	83,261	,000

Toplumsal kültür ölçeği içinde yer alan ifadelerden, en yüksek katılımlar “İlişkilerde akılcılık (katlanılabilecek maliyet ve elde edilebilecek fayda) önde tutulur.”

(Ort:3,71), “İnsanlar, sosyal davranışlarını kişisel ihtiyaçlarına göre belirler.” (Ort:3,65) ve “Başkalarını kontrol etmeye önem verilir.” (Ort:3,59) ifadelerine olurken, en düşük katılım ise “Kesin doğrular aranır.” (Ort:2,40), “Çalışmak, yaşamak için bir zorunluluk olarak kabul edilir.” (Ort:2,48), “İnsanlara her zaman sevgi ile yaklaşmaya özen gösterilir.” (Ort:2,49) ifadelerine olmuştur.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarına katılma düzeyleri, ortalama ve standart sapma değerleri açısından incelendiğinde;

Tablo 9. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeyleri Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutları	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Yaratıcılık	3,7498	,57936	143,273	,000
Çalışma Yöntemi	3,7501	,61959	133,977	,000
Kişisel Tatmin	3,7723	,69795	119,642	,000

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği içinde yer alan ifadeler doğrultusunda verilen cevapların ortalama ve standart sapma değerleri incelendiğinde;

Tablo 10. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği	Ortalama	Standart Sapma	t	p
1.Sıra dışı fikirlerden heyecan duymak	3,92	1,053	82,500	,000
2.Başarısız olunca, yeni denemelerden vazgeçmemek	3,88	1,056	81,379	,000
3.Yeni bakış açısı kazandıracak işlerle uğraşmak	3,96	,898	97,654	,000
4.Yetenekleri kullanabilecek alanlar oluşturabilmek	3,82	,957	88,311	,000
5.Lider gibi davranabilmek	3,70	,977	83,819	,000
6.Başa gelenlerin, bireysel çabaların sonucu olduğuna inanmak	3,61	1,069	74,832	,000
7.Hayatı dış etkenlere bırakmamak	3,77	1,034	80,771	,000

8.Eski yöntemler ve araçlar için yeni kullanım alanları bulabilmek	3,62	,963	83,228	,000
9.Başarısızlıktan korkmamak	3,69	1,223	66,702	,000
10.Yeni durumlara kolayca adapte olmak	3,69	1,147	71,176	,000
11.Eski fikirlere meydan okuyabilmek	3,74	1,051	78,715	,000
12.Yaratıcılık için iyi bir rol modeli olmak	3,87	1,003	85,422	,000
13.Geleceği görmek ve geleceğe hazırlık yapmak	3,88	,944	90,959	,000
14.Hatalardan ders çıkarabilmek	3,87	1,006	85,185	,000
15.Çalışırken işten başka bir şey düşünmemek	3,43	1,146	66,205	,000
16.Belirsizlikten korkmamak	3,60	,942	84,560	,000
17.Çalışırken ve fikirleri uygularken özgürce davranabilmek	3,56	1,062	74,135	,000
18.Sıra dışı düşünebilmek	3,84	,990	85,851	,000
19.Büyük sorunlarla kolayca mücadele edebilmek	3,81	,956	88,163	,000
20.Hiçbir işi ertelememek ve sürüncemede bırakmamak	3,76	1,044	79,743	,000
21.Yapılan planları uygulayabilmekten emin olmak	3,60	,936	85,083	,000
22.Tuttuğunu koparabilmek	3,89	,926	93,038	,000
23.Çalışanları işletme hedefleri doğrultusunda motive edebilmek	3,70	,940	87,226	,000
24.Yoğun bir tempoda çalışmayı göze almak	3,71	1,023	80,276	,000
25.Zamanı etkin olarak kullanabilmek	3,87	,960	89,203	,000
26.Kaynakları verimli bir şekilde birleştirebilmek	3,65	1,015	79,660	,000
27.Yardım ve destek ararken rahat olmak	3,54	1,158	67,688	,000
28.Zor durumlarda seçenekler oluşturabilmek	3,69	1,011	80,856	,000
29.Çevredeki insanlarla kolayca arkadaşlık ilişkisi kurabilmek	3,82	1,110	76,207	,000
30.Dürüst çalışmak ve çevreye güven vermek	3,88	1,006	85,341	,000
31.Problemleri adım adım ilerleyerek çözmek	3,86	1,015	84,248	,000
32.İyi bir iş fikrine sahip olmak	3,78	,967	86,422	,000
33.Kâr elde edebilmek	3,75	1,044	79,566	,000
34.Kişisel tatmin sağlamak	3,64	1,006	80,053	,000
35.İddialı olunan işi yapmak	3,88	,965	88,896	,000
36.Dışarıdan baskı olmaksızın işe odaklanabilmek	3,72	1,091	75,584	,000
37.Yapılan işin garantili olmasından çok sunduğu fırsatları dikkate almak	3,76	,893	93,228	,000
38.Yüksek düzeyde, başarılı olma isteğine sahip	3,95	1,008	86,768	,000

olmak				
39.Başarıya giden yolda, engellerle fırsatları ayırt edebilmek	3,77	1,070	77,885	,000
40.İş yaparken ayaklarının üzerinde durabilmek	3,72	1,076	76,645	,000
41.Sürekli, öğrenmeye çalışmak	3,76	1,182	70,380	,000

Girişimcilik ile düşünceler ölçeği içinde yer alan ifadelerden, en yüksek katılım “3.Yeni bakış açısı kazandıracak işlerle uğraşmak.” (Ort:3,96), “38.Yüksek düzeyde, başarılı olma isteğine sahip olmak” (Ort:3,95) ve “1.Sıra dışı fikirlerden heyecan duymak.”(Ort:3,92) ifadelerine olurken, en düşük katılım ise “15.Çalışırken işten başka bir şey düşünmemek.” (Ort: 3,43), “27.Yardım ve destek ararken rahat olmak” (Ort:3,54) ve “17.Çalışırken ve fikirleri uygularken özgürce davranabilmek” (Ort:3,56) ifadelerine olmuştur.

3.2.2. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların cinsiyetleri açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 11);

Tablo 11. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Belirsizlikten Kaçınma	Kadın	3,3682	,53505	-1,294	,202
	Erkek	3,4291	,49600		
Güç Mesafesi	Kadın	3,1915	,57609	-1,771	,081
	Erkek	3,2820	,54181		
Erillik / Dişilik	Kadın	3,2272	,60398	-3,968	,000
	Erkek	3,4406	,57234		
Denetim Noktası	Kadın	3,1808	,56292	-1,919	,053
	Erkek	3,2832	,59340		
Bireycilik / Toplumculuk	Kadın	3,5978	,57575	1,205	,229
	Erkek	3,5340	,57693		

Independet Samples T-Test, *p<0,05, **p<0,01

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından, "Erillik/Dişilik" alt boyutuna katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların cinsiyetleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur (t:-3,968 ; p:0,000<0,01). Buna göre, erkek katılımcıların girişimcilik açısından düşünceleri kadın katılımcılar açısından daha olumludur.

Toplumsal kültür ölçeğine ilişkin ifadelere verilen cevapların araştırmaya katılanların cinsiyetleri açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 12).

Tablo 12. Toplumsal Kültür Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	t	p
1.Bütün belirsizlikler tehlikeli kabul edilir.	Kadın	2,48	,990	-2,541	,011*
	Erkek	2,73	1,120		
3.İletişimle ilgili uyulması gereken kesin kurallar vardır.	Kadın	2,79	1,053	3,205	,001**
	Erkek	2,48	,983		
7.Bütün çatışmaların (anlaşmazlıklar, uyuşmazlıklar vb.) ortadan kaldırılmasına çalışılır.	Kadın	2,75	,942	3,127	,002**
	Erkek	2,47	1,021		
15.Son sözü söyleyen olmaya önem verilir.	Kadın	3,40	,938	-2,586	,011*
	Erkek	3,63	,993		
18.İnsanlara her zaman sevgi ile yaklaşmaya özen gösterilir.	Kadın	2,66	,993	3,043	,002**
	Erkek	2,38	1,010		
25.Karar alınırken (tercih yapılırken) yaşanılan çevredeki çoğunluğa göre hareket edilir.	Kadın	2,41	,977	-2,228	,026*
	Erkek	2,62	1,093		
30.İlişkilerde akılcılık (katlanılabilecek maliyet ve elde edilebilecek fayda) önde tutulur.	Kadın	3,82	,965	-2,035	,042*
	Erkek	3,63	,995		

Independet Samples T-Test, *p<0,05, **p<0,01

“1.Bütün belirsizlikler tehlikeli kabul edilir.”, “3.İletişimle ilgili uyulması gereken kesin kurallar vardır.”, “7.Bütün çatışmaların (anlaşmazlıklar, uyuşmazlıklar vb.) ortadan kaldırılmasına çalışılır.”, “15.Son sözü söyleyen olmaya önem verilir.”, “18.İnsanlara her zaman sevgi ile yaklaşmaya özen gösterilir.”, “25.Karar alınırken (tercih yapılırken) yaşanılan çevredeki çoğunluğa göre hareket edilir.”, “30.İlişkilerde akılcılık (katlanılabilecek maliyet ve elde edilebilecek fayda) önde tutulur.” ifadelerine verilen cevaplar arasında araştırmaya katılanların cinsiyetleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Tespit edilen bu farklılıklardan, “1.Bütün belirsizlikler tehlikeli kabul edilir.”, “15.Son sözü söyleyen olmaya önem verilir.”,

“25.Karar alınırken (tercih yapılırken) yaşanan çevredeki çoğunluğa göre hareket edilir.”, “30.İlişkilerde akılcılık (katlanılabilecek maliyet ve elde edilebilecek fayda) önde tutulur.” İfadelerinde ortaya çıkanlar erkekler yönünde anlamlı iken, “3.İletişimle ilgili uyulması gereken kesin kurallar vardır.”, “7.Bütün çatışmaların (anlaşmazlıklar, uyuşmazlıklar vb.) ortadan kaldırılmasına çalışılır.”, “18.İnsanlara her zaman sevgi ile yaklaşmaya özen gösterilir.” İfadelerinde ise bayanlar yönünde anlamlı bulunmuştur.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarına katılma düzeylerinin, araştırmaya katılanların cinsiyetleri yönünden farklılıkları incelendiğinde (Tablo 13);

Tablo 13. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutları	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Yaratıcılık	Kadın	3,7300	,59786	-,631	,529
	Erkek	3,7636	,56678		
Çalışma Yöntemi	Kadın	3,7459	,61913	-,125	,901
	Erkek	3,7530	,62097		
Kişisel Tatmin	Kadın	3,7391	,74873	-,879	,380
	Erkek	3,7955	,66068		

Independet Samples T-Test

cevapların, araştırmaya katılanların cinsiyetleri yönünden farklılıkları incelendiğinde (Tablo 14);

Tablo 14. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeğine İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	t	p
2.Başarısız olunca, yeni denemelerden vazgeçmemek	Kadın	3,66	1,098	-3,992	,001**
	Erkek	4,04	,998		
9.Başarısızlıktan korkmamak	Kadın	3,41	1,346	-4,265	,000**
	Erkek	3,88	1,091		
14.Hatalardan ders çıkarabilmek	Kadın	3,75	1,057	-2,214	,027*
	Erkek	3,96	,962		
15.Çalışırken işten başka bir şey düşünmemek	Kadın	3,57	1,099	2,301	,022*
	Erkek	3,33	1,169		
29.Çevredeki insanlarla kolayca arkadaşlık ilişkisi kurabilmek	Kadın	3,98	1,060	2,589	,009**
	Erkek	3,71	1,132		
39.Başarıya giden yolda, engellerle fırsatları ayırt edebilmek.	Kadın	3,61	1,265	-2,750	,006**
	Erkek	3,88	,897		

Independet Samples T-Test, *p<0,05, **p<0,01

“2.Başarısız olunca, yeni denemelerden vazgeçmemek”, “9.Başarısızlıktan korkmamak”, “14.Hatalardan ders çıkarabilmek”, “15.Çalışırken işten başka bir şey düşünmemek”, “29.Çevredeki insanlarla kolayca arkadaşlık ilişkisi kurabilmek”, “39.Başarıya giden yolda, engellerle fırsatları ayırt edebilmek.” İfadelerine verilen cevaplar arasında araştırmaya katılanların cinsiyetleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

3.2.3. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları Açısından Farklılıkları

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların yaş grupları açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 15);

Tablo 15. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaş Grupları Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Belirsizlikten Kaçınma	20 ve altı	3,4811	,47706	2,471	,086	
	21-25	3,3837	,50932			
	25 ve üstü	3,2990	,64325			
Güç Mesafesi	20 ve altı	3,2374	,48037	,514	,598	
	21-25	3,2572	,57916			
	25 ve üstü	3,1569	,62757			
Erillik / Dişilik	20 ve altı	3,3081	,58155	,520	,595	
	21-25	3,3688	,59944			
	25 ve üstü	3,3775	,60206			
Denetim Noktası	20 ve altı	3,3447	,57925	4,489	,012*	1-3
	21-25	3,2207	,58143			
	25 ve üstü	3,0343	,54708			
Bireycilik / Toplumculuk	20 ve altı	3,7121	,62194	6,428	,002**	1-3
	21-25	3,5062	,55344			
	25 ve üstü	3,4853	,51797			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından, "Denetim Noktası" (F:4,489 ; p:0,012<0,05) ve "Bireycilik/Toplumculuk" (F:6,428 ; p:0,002<0,01) alt boyutlarına katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların yaş grupları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur . İki alt ölçekte de bulunan farklılıklar 20 ve altı yaş grubu ile 25 ve üstü yaş grubu katılımcılar arasında ve 20 ve altı yaş grubu yönünde anlamlı bulunmuştur. Buna göre 20 ve altı yaş grubunda bulunan katılımcıların girişimcilik yönünden daha istekli oldukları görülmektedir.

Giriřimcilik ile ilgili dūřünceler ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların yař grupları açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 16);

Tablo 16. Giriřimcilik İle İlgili Dūřünceler Ölçeęi Alt Boyutlarına Katılma Dūzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yař Grupları Açısından Farklılıkları

Giriřimcilik İle ilgili Dūřünceler Ölçeęi Alt Boyutları	Yaş Grupları	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Yaratıcılık	20 ve altı	3,7313	,56328	1,259	,285	
	21-25	3,7416	,58507			
	25 ve üstü	3,9009	,58159			
Çalışma Yöntemi	20 ve altı	3,7791	,59009	1,232	,293	
	21-25	3,7241	,62555			
	25 ve üstü	3,8846	,66906			
Kişisel Tatmin	20 ve altı	3,8805	,64593	2,397	,092	
	21-25	3,7246	,71183			
	25 ve üstü	3,8072	,72953			

One Way ANOVA,LSD - Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Giriřimcilik ile ilgili dūřünceler ölçeği alt boyutları olan yaratıcılık, çalışma yöntemi ve kişisel tatmine katılım dūzeylerinde, katılımcıların yař grupları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

3.2.4. Toplumsal Kūltür Ölçeęi ve Giriřimcilik İle İlgili Dūřünceler Ölçeęi Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Okudukları Birim Tūrü Açısından Farklılıkları

Toplumsal kūltür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların okudukları birim açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 17);

Tablo 17. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Birim Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Okunulan Birim	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Belirsizlikten Kaçınma	Fakülte	3,4329	,50951	1,831	,141	
	Yüksek Okul	3,2393	,81989			
	Konservatuvar	3,1667	,44096			
	Meslek Y.O.	3,4036	,43023			
Güç Mesafesi	Fakülte	3,3340	,55267	4,722	,003**	1-4
	Yüksek Okul	3,2094	,61975			
	Konservatuvar	3,0000	,33333			
	Meslek Y.O.	3,1421	,53647			
Erillik / Dişilik	Fakülte	3,4708	,61104	3,924	,009**	1-4
	Yüksek Okul	3,5256	,73203			
	Konservatuvar	3,3333	,33333			
	Meslek Y.O.	3,2910	,55524			
Denetim Noktası	Fakülte	3,2908	,64873	1,120	,340	
	Yüksek Okul	3,2009	,70211			
	Konservatuvar	2,7778	,58531			
	Meslek Y.O.	3,3147	,51226			
Bireycilik / Toplumculuk	Fakülte	3,5286	,56859	,728	,535	
	Yüksek Okul	3,5427	,65306			
	Konservatuvar	3,7778	1,07152			
	Meslek Y.O.	3,6007	,56508			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından, "Güç Mesafesi" (F:4,722 ; p:0,003<0,01) ve "Erillik / Dişilik" (F:3,924 ; p:0,009<0,01) alt boyutlarına katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların okudukları birim açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur . İki alt ölçekte de bulunan farklılıklar fakültede okuyanlar ile meslek yüksek okulunda okuyan katılımcılar arasında ve fakültede okuyanlar yönünde anlamlı bulunmuştur. Buna göre fakültede okuyan katılımcıların güç

mesafesi ve erillik yönleri bakımından girişimcilik algıları meslek yüksek okulunda okuyanlara göre daha fazladır.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların okudukları birim açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo18);

Tablo 18. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Birim Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutları	Okunulan Birim	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Yaratıcılık	Fakülte	3,8733	,57502	10,939	,000	1-4
	Yüksek Okul	3,8313	,67791			
	Konservatuvar	3,9649	,26491			
	Meslek Y.O.	3,5731	,52240			
Çalışma Yöntemi	Fakülte	3,9029	,63820	13,096	,000	1-4
	Yüksek Okul	3,7751	,63736			
	Konservatuvar	3,1795	,85080			
	Meslek Y.O.	3,5592	,52961			
Kişisel Tatmin	Fakülte	3,9172	,67483	7,809	,000	1-4
	Yüksek Okul	3,6724	,89070			
	Konservatuvar	3,5185	,70565			
	Meslek Y.O.	3,6114	,64785			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutları olan yaratıcılık ($F:10,939$; $p:0,000 < 0,01$), çalışma yöntemi ($F:13,096$; $p:0,000 < 0,01$) ve kişisel tatmine ($F:7,809$; $p:0,000 < 0,01$) katılım düzeylerinde, katılımcıların okudukları birim açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Üç alt ölçekte de bulunan farklılıklar fakültede okuyanlar ile meslek yüksek okulunda okuyan katılımcılar arasında ve fakültede okuyanlar yönünde anlamlı bulunmuştur. Buna göre fakültede okuyan katılımcıların yaratıcılık, çalışma yöntemi ve kişisel tatmin bakımından algıları meslek yüksek okulunda okuyanlara göre daha yüksektir.

3.2.5. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Okudukları Alan Türü Açısından Farklılıkları

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların okudukları alanlar açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 19);

Tablo 19. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Alan Türü Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Okunulan Alan	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Belirsizlikten Kaçınma	Sosyal Bilimler	3,4244	,50553	,694	,556	
	Fen Bilimleri	3,3687	,56569			
	Sağlık Bilimleri	3,3706	,49136			
	Güzel Sanatlar	3,4833	,31057			
Güç Mesafesi	Sosyal Bilimler	3,2652	,57202	8,848	,000	4-1 4-2 4-3
	Fen Bilimleri	3,2728	,52664			
	Sağlık Bilimleri	3,3284	,51898			
	Güzel Sanatlar	2,7556	,43710			
Erillik / Dişilik	Sosyal Bilimler	3,3812	,62943	,972	,406	
	Fen Bilimleri	3,4167	,60529			
	Sağlık Bilimleri	3,4950	,57441			
	Güzel Sanatlar	3,2944	,42137			
Denetim Noktası	Sosyal Bilimler	3,3246	,58380	,600	,616	
	Fen Bilimleri	3,2420	,66323			
	Sağlık Bilimleri	3,2761	,64128			
	Güzel Sanatlar	3,2722	,25327			
Bireycilik / Toplumculuk	Sosyal Bilimler	3,5870	,57770	,706	,549	
	Fen Bilimleri	3,5205	,55774			
	Sağlık Bilimleri	3,5149	,61732			
	Güzel Sanatlar	3,6333	,57469			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından "Güç Mesafesi" ($F:8,848$; $p:0,000<0,01$) alt boyutuna katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların okudukları alan açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur . Bulunan bu farklılık güzel sanatlar alanında okuyanlar ile diğer alanlarda okuyan katılımcılar arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre güç mesafesi yönünden girişimcilik algısı fen bilimleri alanında okuyanlarda en yüksek , daha sonra sosyal bilimler alanında okuyanlarda ve sağlık bilimleri alanında okuyanlarda, en düşük algı ise güzel sanatlar bölümünde okuyanlar da olduğu görülmüştür.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların okudukları alan türü açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 20);

Tablo 20. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların okudukları Alan Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Boyutları	Okunulan Alan	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Yaratıcılık	Sosyal Bilimler	3,7258	,57855	4,533	,004**	4-1
	Fen Bilimleri	3,7934	,59279			4-2
	Sağlık Bilimleri	3,8822	,55565			4-3
	Güzel Sanatlar	3,4404	,45475			
Çalışma Yöntemi	Sosyal Bilimler	3,7166	,60905	7,087	,000**	4-1
	Fen Bilimleri	3,8109	,62317			4-2
	Sağlık Bilimleri	3,9242	,59562			4-3
	Güzel Sanatlar	3,3410	,55348			
Kişisel Tatmin	Sosyal Bilimler	3,7373	,69125	3,767	,011*	4-1
	Fen Bilimleri	3,7915	,73238			4-2
	Sağlık Bilimleri	3,9801	,65561			4-3
	Güzel Sanatlar	3,5037	,56031			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, * $p<0,05$, ** $p<0,01$

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutları olan yaratıcılık ($F:4,533$; $p:0,004<0,01$), çalışma yöntemi ($F:7,087$; $p:0,000<0,01$) ve kişisel tatmine ($F:3,767$; $p:0,011<0,05$) katılım düzeylerinde, katılımcıların okudukları alanlar açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Üç alt ölçekte de bulunan farklılıklar güzel sanatlar alanında okuyanlar ile diğer alanlarda okuyan katılımcılar

arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre üç alt boyutta da en yüksek algı düzeyi sağlık bilimleri alanında okuyanlarda bulunurken, en düşük algı düzeyi ise güzel sanatlar alanında okuyanlarda tespit edilmiştir.

3.2.6. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Okudukları Sınıf Açısından Farklılıkları

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların okudukları sınıf açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 21);

Tablo 21. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Sınıf Türü Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Okunulan Sınıf	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Belirsizlikten Kaçınma	1. sınıf	3,5011	,42654	3,239	,007**	6-1 6-2 6-3 6-4 6-5
	2. Sınıf	3,3451	,52729			
	3. sınıf	3,4932	,49879			
	4. Sınıf	3,3182	,61722			
	5. Sınıf	3,4630	,40635			
	6. Sınıf	2,6667	,47140			
Güç Mesafesi	1. sınıf	3,2851	,49001	1,579	,164	
	2. Sınıf	3,1737	,61582			
	3. sınıf	3,3707	,52843			
	4. Sınıf	3,3030	,50714			
	5. Sınıf	3,1296	,58201			
	6. Sınıf	3,2500	,58926			
Erillik / Dişilik	1. sınıf	3,3651	,58360	1,989	,079	
	2. Sınıf	3,3640	,58974			
	3. sınıf	3,5170	,57155			
	4. Sınıf	3,5126	,67324			
	5. Sınıf	3,6481	,61489			
	6. Sınıf	2,6667	1,41421			
Denetim Noktası	1. sınıf	3,3618	,63899	1,446	,206	
	2. Sınıf	3,2170	,52009			
	3. sınıf	3,3844	,65635			
	4. Sınıf	3,3131	,71583			
	5. Sınıf	3,1667	,49301			
	6. Sınıf	3,0833	,11785			
Bireycilik / Toplumculuk	1. sınıf	3,6787	,61263	2,231	,057	
	2. Sınıf	3,5118	,53963			
	3. sınıf	3,5544	,53833			
	4. Sınıf	3,4444	,60365			
	5. Sınıf	3,6296	,63343			
	6. Sınıf	3,3333	,23570			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından "Belirsizlikten Kaçınma" (F:3,239; p:0,007<0,01) alt boyutuna katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların okudukları sınıf açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur . Bulunan bu farklılık 6. sınıfa okuyanlar ile diğer sınıflarda okuyan katılımcılar arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre öğrencilerin okudukları sınıf seviyesi yükseldikçe belirsizlikten kaçınma yönünden girişimcilik algıları azalmaktadır.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların okudukları sınıf açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 22);

Tablo 22. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Okudukları Sınıf Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutları	Okunulan Sınıf	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Yaratıcılık	1. sınıf	3,7787	,56897	3,049	,010*	2-3 2-4
	2. Sınıf	3,6467	,59726			
	3. sınıf	3,9162	,52784			
	4. Sınıf	3,8533	,54607			
	5. Sınıf	3,9649	,48809			
	6. Sınıf	4,0263	,55824			
Çalışma Yöntemi	1. sınıf	3,8011	,59158	3,110	,009**	2-3 2-4
	2. Sınıf	3,6357	,64160			
	3. sınıf	3,9419	,59326			
	4. Sınıf	3,8205	,57506			
	5. Sınıf	3,9658	,61552			
	6. Sınıf	4,0000	,87029			
Kişisel Tatmin	1. sınıf	3,8787	,65158	4,602	,000**	2-3 2-4
	2. Sınıf	3,6085	,71555			
	3. sınıf	3,9955	,61067			
	4. Sınıf	3,8535	,70439			
	5. Sınıf	4,0123	,71242			
	6. Sınıf	3,8333	1,02138			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Giriřimcilik ile ilgili dūřünceler ölçeği alt boyutları olan yaratıcılık (F:3,049 ; p:0,010<0,05), çalışma yöntemi (F:3,110; p:0,009<0,01) ve kişisel tatmine (F:4,602; p:0,000<0,01) katılım düzeylerinde, katılımcıların okudukları sınıf açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Üç alt ölçekte de bulunan farklılıklar ikinci sınıfta okuyan öğrenciler ile üçüncü ve dördüncü sınıfta okuyan katılımcılar arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre üç alt boyutta da en düşük algı düzeyi ikinci sınıfta okuyanlarda bulunurken, sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin algı düzeyleri artmaktadır.

3.2.7. Toplumsal Kültür Ölçeęi ve Giriřimcilik İle İlgili Dūřünceler Ölçeęi Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Yerleřim Yerleri Açısından Farklılıkları

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların yaşadıkları yerler açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 23);

Tablo 23. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Yerleşim Yerleri Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Yaşanılan Birim	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Fark
Belirsizlikten Kaçınma	Büyükşehir	3,3598	,58279	,264	,901	
	İl	3,4071	,48568			
	İlçe	3,4415	,54781			
	Belde	3,4167	,50000			
	Köy	3,4365	,53871			
Güç Mesafesi	Büyükşehir	3,4811	,64000	8,129	,000**	2-1
	İl	3,1506	,52049			2-3
	İlçe	3,3099	,53678			2-4
	Belde	3,6111	,56108			
	Köy	3,2698	,37814			
Erillik / Dişilik	Büyükşehir	3,4583	,55837	1,939	,103	
	İl	3,2997	,60057			
	İlçe	3,4678	,60376			
	Belde	3,4444	,58315			
	Köy	3,3413	,57125			
Denetim Noktası	Büyükşehir	3,2235	,54894	,041	,997	
	İl	3,2468	,58273			
	İlçe	3,2485	,63708			
	Belde	3,2361	,60075			
	Köy	3,2143	,61043			
Bireycilik / Toplumculuk	Büyükşehir	3,5644	,53273	,730	,572	
	İl	3,5449	,57792			
	İlçe	3,6696	,65047			
	Belde	3,5833	,60093			
	Köy	3,4603	,52150			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından "Güç Mesafesi" (F:8,129; p:0,000<0,01) alt boyutuna katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların yaşadıkları yerleşim yerleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur . Bulunan bu farklılık ilde yaşayanlar ile büyükşehir, ilçe ve belde de yaşayan katılımcılar arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre ilde yaşayan öğrencilerin güç mesafesi ortalamaları büyükşehir, ilçe ve belde de yaşayanlara göre daha düşüktür.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların yaşadıkları yerleşim birimleri açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 24);

Tablo 24. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Yerleşim Birimi Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutları	Yaşanılan Birim	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Yaratıcılık	Büyükşehir	3,8409	,56927	3,724	,005	1-2
	İl	3,6866	,56063			
	İlçe	3,8504	,62257			
	Belde	4,1886	,79360			
	Köy	3,7845	,48321			
Çalışma Yöntemi	Büyükşehir	3,8068	,65832	3,831	,004	2-3 2-4
	İl	3,6866	,60291			
	İlçe	3,8893	,58112			
	Belde	4,2564	,71361			
	Köy	3,7875	,57918			
Kişisel Tatmin	Büyükşehir	3,8308	,72655	1,413	,229	
	İl	3,7244	,67771			
	İlçe	3,8168	,73298			
	Belde	4,0000	,96632			
	Köy	3,9894	,56318			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, *p<0,05, **p<0,01

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutları olan yaratıcılık ($F:3,724$; $p:0,005<0,01$) ve çalışma yöntemine ($F:3,831$; $p:0,004<0,01$) katılım düzeylerinde, öğrencilerin yaşadıkları yerleşim yerleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Üç alt ölçekte de bulunan farklılıklar ikinci sınıfta okuyan öğrenciler ile üçüncü ve dördüncü sınıfta okuyan katılımcılar arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre üç alt boyutunda en düşük algı düzeyi ikinci sınıfta okuyanlarda bulunurken, sınıf düzeyi arttıkça öğrencilerin algı düzeyleri artmaktadır.

3.2.8. Toplumsal Kültür Ölçeği ve Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarının ve Ölçeklere İlişkin İfadeler Verilen Cevapların Araştırmaya Katılanların Mezun Oldukları Lise Türü Açısından Farklılıkları

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların mezun oldukları lise türü açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 25);

Tablo 25. Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Mezun Oldukları Lise Türü Açısından Farklılıkları

Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları	Yaşanılan Birim	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Fark
Belirsizlikten Kaçınma	Düz Lise	3,4034	,51605	,379	,824	
	Alan Lisesi	3,3391	,38955			
	Fen Lisesi	3,4054	,65445			
	Anadolu Lisesi	3,3725	,54533			
	Meslek Lisesi	3,4454	,45884			
Güç Mesafesi	Düz Lise	3,1755	,52650	1,942	,102	
	Alan Lisesi	3,2356	,56082			
	Fen Lisesi	3,3468	,69431			
	Anadolu Lisesi	3,2725	,58183			
	Meslek Lisesi	3,3319	,53891			
Erillik / Dişilik	Düz Lise	3,3392	,59085	,916	,454	
	Alan Lisesi	3,2529	,55388			
	Fen Lisesi	3,2477	,71538			
	Anadolu	3,3843	,62574			

	Lisesi					
	Meslek Lisesi	3,4174	,54241			
Denetim Noktası	Düz Lise	3,2117	,58548	6,675	,000	5-1
	Alan Lisesi	3,1207	,64380			5-2
	Fen Lisesi	3,0000	,46148			5-3
	Anadolu Lisesi	3,1725	,62012			5-4
	Meslek Lisesi	3,4617	,50592			
Bireycilik / Toplumculuk	Düz Lise	3,5686	,53110	2,114	,078	
	Alan Lisesi	3,4483	,60603			
	Fen Lisesi	3,3919	,55307			
	Anadolu Lisesi	3,5137	,61840			
	Meslek Lisesi	3,6622	,61940			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından "Denetim Noktası" ($F:6,675$; $p:0,000 < 0,01$) alt boyutuna katılma düzeylerinde, araştırmaya katılanların mezun oldukları lise türleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur . Bulunan bu farklılık meslek liselerinden mezun olanlarla diğer lise türlerinden mezun olan katılımcılar arasında anlamlı bulunmuştur. Buna göre meslek liselerinden mezun olan öğrencilerin iç denetim odaklılıkları diğer lise türlerinden mezun olan öğrencilerden daha yüksektir.

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarının araştırmaya katılanların mezun oldukları lise türleri açısından farklılıkları incelendiğinde (Tablo 26);

Tablo 26. Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutlarına Katılma Düzeylerinin Araştırmaya Katılanların Mezun Oldukları Lise Türleri Açısından Farklılıkları

Girişimcilik İle İlgili Düşünceler Ölçeği Alt Boyutları	Yaşanılan Birim	Ortalama	Standart Sapma	t	p	Fark
Yaratıcılık	Düz Lise	3,7028	,58681	2,151	,065	
	Alan Lisesi	3,6134	,70350			
	Fen Lisesi	3,9431	,66277			
	Anadolu Lisesi	3,8483	,57227			
	Meslek Lisesi	3,7415	,48389			
Çalışma Yöntemi	Düz Lise	3,6998	,61743	1,657	,159	
	Alan Lisesi	3,7560	,70052			
	Fen Lisesi	3,8753	,73388			
	Anadolu Lisesi	3,8715	,65286			
	Meslek Lisesi	3,7168	,52174			
Kişisel Tatmin	Düz Lise	3,7153	,69423	1,019	,397	
	Alan Lisesi	3,7165	,89855			
	Fen Lisesi	3,8288	,89527			
	Anadolu Lisesi	3,8771	,67761			
	Meslek Lisesi	3,8033	,58059			

One Way ANOVA, Post Hoc Tukey Test, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Girişimcilik ile ilgili düşünceler ölçeği alt boyutlarının hiç birinde öğrencilerin mezun oldukları lise türü açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

3.2.9. Toplumsal Kültür ölçeği Alt Boyutları İle Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

Öncelikle toplumsal kültür ölçeği alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri alt boyutları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır (Tablo 27).

Tablo 27. Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği Alt Boyutları İle Toplumsal Kültür Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		Belirsizlikten Kaçınma	Güç Mesafesi	Erillik / Dişilik	Denetim Noktası	Bireycilik / Toplumculuk	Yaratıcılık	Çalışma Yöntemi	Kişisel Tatmin
Belirsizlikten Kaçınma	Pearson Correlation	1							
	Sig. (2-tailed)								
	N	490							
Güç Mesafesi	Pearson Correlation	,317**	1						
	Sig. (2-tailed)	,000							
	N	490	490						
Erillik/Dişilik	Pearson Correlation	,333**	,408**	1					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000						
	N	490	490	490					
Denetim Noktası	Pearson Correlation	,357**	,264**	,406**	1				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000					
	N	490	490	490	490				
Bireycilik / Toplumculuk	Pearson Correlation	,351**	,174**	,277**	,439**	1			
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000				
	N	490	490	490	490	490			

Yaratıcılık	Pearson Correlation	,043	,433**	,348**	,225**	,191**	1		
	Sig. (2-tailed)	,347	,000	,000	,000	,000			
	N	490	490	490	490	490	490		
Çalışma Yöntemi	Pearson Correlation	,213**	,436**	,290**	,164**	,176**	,742**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	490	490	490	490	490	490	490	
Kişisel Tatmin	Pearson Correlation	,219**	,388**	,398**	,232**	,286**	,684**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	490	490	490	490	490	490	490	490

Analiz sonucunda girişimcilik eğilimleri ölçeğinin alt boyutlarından "Yaratıcılık" ile toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından güç mesafesi ile arasında doğru yönlü orta şiddette, erillik-dişilik ile doğru yönlü zayıf, denetim noktası ile doğru yönlü zayıf ve bireycilik toplumculuk ile doğru yönlü çok zayıf bir ilişki mevcuttur. Buna göre toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından güç mesafesinin düşük olması, erillik değerlerinin baskın olması, denetim odaklılığın baskın olması ve bireyciliğin baskın olması girişimcilik eğilimi ölçeği alt boyutlarından olan yaratıcılık özelliği üzerinde pozitif etki yapmaktadır.

Girişimcilik ölçeği alt boyutlarından çalışma yöntemi alt boyutu ile toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından belirsizlikten kaçınma alt boyutu ile doğru yönlü zayıf, güç mesafesi alt boyutu ile doğru yönlü orta şiddette, erillik dışılık, denetim noktası ve bireycilik toplumculuk alt boyutları arasından doğru yönlü zayıf bir ilişki mevcuttur. Buna göre toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından belirsizlikten kaçınma eğilimini düşük olması, erillik değerlerinin baskın olması, denetim odaklılığın baskın olması ve bireycilik değerlerinin yüksek olması girişimcilik eğilimi ölçeği alt boyutlarından çalışma yöntemi üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri alt boyutları arasında tespit edilen ilişkilerin daha ayrıntılı incelenmesi için, alt boyutlar arasında doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Buna göre,

Toplumsal kültür ölçeği alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri ölçeği arasındaki regresyon analizinde,

Tablo 28. Toplumsal Kültür Ölçeği ile Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği Arasındaki Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	R2
Girişimcilik	Belirsizlikten Kaçınma						0,278
	Güç Mesafesi						
	Erillik/Dışılık						
	Denetim Noktası						
	Bireycilik/Toplumculuk						
Sabit		1,557	,197		7,913	,000	
Belirsizlikten Kaçınma		-,064	,049	-,058	-1,310	,191	
Güç Mesafesi		,377	,044	,368	8,495	,000	
Erillik/Dışılık		,205	,044	,213	4,678	,000	
Denetim Noktası		,006	,045	,006	4,123	,000	
Bireycilik/Toplumculuk		,138	,044	,140	3,150	,002	

Girişimcilik üzerinde, toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının tamamının birlikte etkisi araştırıldığında öncelikle belirsizlikten kaçınma alt boyutunun etkisinin anlamsız olduğu tespit edilmiştir. diğer alt boyutlar içinde ise güç mesafesi alt boyutunun etkisinin en fazla olduğu, denetim noktası alt boyutunun ise en düşük etkiyi gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca toplumsal kültür ölçeğinin bütün alt boyutları, girişimcilik ölçeğinin % 2.8 oranında açıklamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik, bir bütün olarak toplumun ve toplum içindeki bireylerin gelişimi ve refahı açısından günümüz koşullarında büyük önem arz etmektedir. Günümüz de teknolojinin ve rekabetin hızla gelişmesi ve buna paralel olarak da bireylerin yaşam standartlarının değişmesi toplumun ekonomik kalkınmışlık düzeyini ön plana çıkarmaktadır. Gelişmiş ülkelerin ekonomik gelişme tarihleri incelendiğinde bu gelişimde en önemli rol oynayan faktörlerden birisi de girişimcilik olmuştur. Son yıllardaki artan rekabet ve pazarların hayat eğrilerinin kısılması, girişimciliğin önemini daha da artırmıştır. Buna ek olarak bireylerin geçmişten günümüze kadar edindikleri bilgi, beceri, örf ve adetler de kişilerin yaşam standartları açısından büyük öneme sahiptir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, kişilerin içinde bulundukları toplumun kültürel değerleri, o toplumda bulunan bireylerin girişimcilik özellikleri üzerinde büyük etkiye sahiptir.

Araştırma Fırat Üniversitesi'nde eğitim gören 490 öğrenciye uygulanmıştır. Bu öğrencilerinde 201'i bayan, 289 öğrenci erkektir. Yine araştırmaya katılanlardan, 324 öğrencinin 21-25 yaş arasında olduğu, 251 öğrencinin fakülte de, 197 öğrencinin ise meslek yüksek okulunda eğitim gördüğü belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaya katılanlardan, 247 öğrencinin sosyal bilimler alanında ve 146 kişinin fen bilimleri alanında eğitim gördüğü, 312 öğrencinin il merkezinde yaşadığı, 226 öğrencinin düz lise ve 113 öğrencinin de meslek lisesinden mezun olduğu görülmüştür.

Tanımlayıcı analizlerden ilk olarak toplumsal kültür ölçeği ve girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutlarının ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Buna göre toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından “belirsizlikten kaçınma” ve bireycilik/toplumculuk alt boyutlarında ortalama değer 3,40'ın üstünde çıkmış ve buda öğrencilerin girişimcilik eğilimleri yönünden anlamlı bulunmuştur. Girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutlarının ise ortalama değerleri, tüm alt boyutlar için yüksek derecede çıkmıştır.

Araştırma da öğrencilerin toplumsal kültür ölçeği ve girişimcilik eğilimleri ölçeği için verdikleri cevaplar ölçeklerin alt boyutları bazında, öğrencilerin demografik özelliklerine göre farklılıkları incelenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetleri açısından farklılık incelendiğinde, toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından erillik-dişilik alt boyutu için anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulunan bu farklılık

erkekler yönünden anlamlıdır. Girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutlarında ise öğrencilerin cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Araştırmaya katılanların ölçeklere katılım düzeylerinin, yaş grupları açısından farklılıkları incelendiğinde, toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından denetim noktası ve bireycilik toplumculuk alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulunan bu farklılık 20 yaş ve altı öğrenciler ile 25 yaş ve üstü öğrenciler yönünden anlamlıdır. Bunda göre 20 yaş ve altı öğrencilerin daha denetim odaklı oldukları ve 25 yaş ve üstü öğrencilerde ise bireyciliğin daha baskın olduğu gözlenmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ölçeğine katılım düzeylerinde ise, katılımcıların yaş grupları açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Öğrencilerin toplumsal kültür ölçeği ve girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutlarına katılma düzeylerinin, öğrencilerin eğitim gördükleri birimler açısından farklılıkları açısından incelendiğinde, toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından güç mesafesi ve erillik- dişilik alt boyutlarında fakültede eğitim görenler ile meslek yüksek okulunda eğitim görenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre fakülte de okuyanlarda güç mesafesi ve erillik yönünde katılım düzeyi daha yüksektir. Girişimcilik eğilimleri ölçeğinin bütün alt boyutlarında ise öğrencilerin eğitim gördükleri birimler açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ve bulunan bu farklılıkların tamamı fakülte okuyan öğrenciler ile meslek yüksek okulunda okuyan öğrenciler arasında ve fakültede okuyanlar yönünden anlamlıdır.

Öğrencilerin okudukları sınıf düzeyleri açısından farklılıkları incelendiğinde ise, toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından belirsizlikten kaçınma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre öğrencilerin okudukları sınıf düzeyleri arttıkça belirsizlikten kaçınma eğiliminin arttığı görülmüştür. Girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutlarında ise öğrencilerin sınıf düzeyleri arttıkça katılım düzeylerinin arttığı görülmektedir.

Öğrencilerin yaşadıkları alanlar açısından farklılıklar incelendiğinde, toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından güç mesafesinden istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulunan bu farklılık ilde yaşayanlar ile ilçe ve belde de yaşayanlar arasında anlamlıdır. Buna göre il de yaşayan öğrencilerin güç mesafesinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

Araştırma kapsamında son olarak toplumsal kültür ölçeği ile girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, iki ölçeğin bütün alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur.

Girişimcilik eğilimleri ölçeğinin alt boyutlarından "Yaratıcılık" ile toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından güç mesafesi ile arasında doğru yönlü orta şiddette, erillik-dişilik ile doğru yönlü zayıf, denetim noktası ile doğru yönlü zayıf ve bireycilik toplumculuk ile doğru yönlü çok zayıf bir ilişki mevcuttur. Buna göre toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından güç mesafesinin düşük olması, erillik değerlerinin baskın olması, denetim odaklılığın baskın olması ve bireyciliğin baskın olması girişimcilik eğilimi ölçeği alt boyutlarından olan yaratıcılık özelliği üzerinde pozitif etki yapmaktadır. Aynı şekilde girişimcilik eğilimleri ölçeği alt boyutlarından çalışma yöntemi ve kişisel tatmin alt boyutları ile toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarının hepsi arasında ayrı ayrı doğru yönlü zayıf bir ilişki mevcuttur.

Bu ilişkilerin tamamı birlikte değerlendirildiğinde, öğrencilerin toplumsal kültür ölçeği alt boyutlarından belirsizlikten kaçınma eğilimlerinin düşük olması, güç mesafesinin düşük olması, eril değerlerin baskın olması, denetim odaklılığın baskın olması ve bireyciliğin baskın olması öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde doğru yönlü zayıf bir etkiye sahiptir.

Yaptığımız bu araştırmaların sonucunda, ülkemizde girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması gerekliliğini görmekteyiz. Özellikle gençlerin girişimcilik eğilimlerinin artması için küçük yaşlardan itibaren ailelerin gençleri teşvik etmesi gerekir. İlköğretim seviyesinden başlayarak girişimcilik dersleri verilmeli. Bu dersler lise , üniversite ve hatta yüksek lisans ve doktora derecesine kadar eğitimin her alanında devam etmelidir. Gerek kamu kuruluşları gerekse özel eğitim kurumlarınca sertifikalı girişimcilik eğitimleri verilmeli, gençlere odaklı Milli Eğitim Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve YÖK'ün katkılarıyla sertifikalı girişimci adayları yetiştirilmelidir.

KAYNAKÇA

1. KİTAPLAR

- AKAT İlter, Gönül BUDAK ve Gülay BUDAK, İşletme Yönetimi, Barış Yayınları, İzmir 2002
- AKGEMCİ Tahir, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı KOSGEB Yayını, Ankara 2001
- ALPUGAN Oktay, Küçük İşletmeler Kavramı: Kuruluş ve Yönetimi , Der Yayınları, Ankara 1994
- ALTIN Hasan –BAŞAR Emine –DOĞAN Sibel , Meslek Yüksekokulları İçin İşletme ,Nobel Yayın,Ankara,2010,s.5
- ARIKAN Semra, Girişimcilik, Siyasal Kitabevi, Ankara 2002
- BAKTIR Selma, Ticari İşletme Hukuku, Barış Yayınlar, İzmir 1997
- BAŞARAN İ. Ethem, Örgütsel Davranış, Gül Yayınevi, Ankara 1991
- BAYSAL A. Can ve Erdal TEKARSLAN, Davranış Bilimleri, Avcıol Basım Yayın, 2. Baskı, İstanbul 1996
- BESLER Senem, Sosyal girişimcilik, Beta basım A.Ş., İstanbul 2010,s:13
- BUDAK Gönül, Yenilikçi Yönetim Yaratıcı Birey, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1998
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener, Veri Analizi El Kitabı, 4. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara, 2004
- CHİCKEN John, Yönetim ve Girişimcilik, Çeviri: Beyhan KURT, Epsilon Yayınları, İstanbul 2002
- ÇELİK Adnan ve Tahir AKGEMCİ Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 1998
- DEMİREL, Erkan T. TİKİCİ, Mehmet, TÜRK, Mevlüt, ve AKBIYIK, Nihat (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkileri: Malatya Örneği. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım A.Ş.
- DİNÇER Ömer ve Yahya FİDAN, İşletme Yönetimine Giriş, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., İstanbul 2000
- DİNÇER Ömer, Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ. İstanbul 1998
- DOĞAN Muammer, İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, Anadolu Matbaacılık, İzmir 1998

- DRUCKER Peter F. (a), The Frantiers of Management: Where Tomoirow's Decisions Are Being Shajoed Today, Harper & Row, NY 1986
- DRUCKER Peter F. (b), Fırtınalı Dönemlerde Yönetim, Çeviren: Bülent TOKSÖZ, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1998
- DRUCKER Peter F. (c), Gelecek İçin Yönetim, T. İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara 2000
- ERENGİL Cengiz, NLP Metre, Akis Kitap, İstanbul, 2005, s.133.
- FİDAN Metin ve Şahap YILMAZ, Müteşebbislik, Tutibay Yayınları, Ankara 2001
- GEORGE J. and JONES G.R., Organizational Behaviour, Addison-Wesley Pub.Co., USA 1995
- GERBER Michael E., Girişimcilik Tutkusu, Çeviri: Tayfur KESKİN, Sistem Yayıncılık, İstanbul 2002
- GOFFEE Robert and Richard SCASE, Kadınlar İş Başında, Kadın Girişimcilerin Deneyimleri, Çeviri: Ahmet Fethi, Eti Yayınları, İş Dizisi: 01, İstanbul 1992
- GÜVENÇ Bozkurt, Kültür Konusu ve Sorunlarımız, Remzi Kitabevi, İstanbul. 1985, s:94.95
- HATİPOĞLU Zeyyat, Temel Yönetim ve Organizasyon, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 1993
- HICKS Herbert G., Organizasyonlar: Teori ve Davranış , 1. Cilt, 3. baskı, Çeviri: OsmanTEKOK, Bintuğ Aytek ve Birol Bumin, Turhan Kitabevi, Ankara 1997
- HICKS Herbert G., Örgütlerin Yönetimi: Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından, Çeviri: Osman Tekok vd., 1. Cilt, Turhan Kitabevi, Ankara 1978
- İRAZ Rıfat, Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler, Çizgi Kitabevi, Konya 2005
- KALAYCI Şeref, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti. 2.Baskı, Ankara, 2006
- KAYA Ali , Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi Eğitim Kitabevi Yayınları,Konya,2007,s:51
- KAYA N. ve Ü. PEÇEN, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Yolları, EGS Bank Bilim Kültü ve Sanat Yayınları, İstanbul 1999
- MARQUARDT Michael, Building The Learning Organization: A Systems Approach To Quantum Impromevent And Global Sucess, McGraw Hill, NY 1996

- MASSİE J.L., İşletme Yönetimi, Eskişehir İ.T.İ.A. Yayını, Eskişehir 1979
- MUCUK İsmet, Modern İşletmecilik, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2001
- MÜFTÜOĞLU Tamer, Türkiye’de Küçük ve Orta Boy İşletmeler, Turhan Kitabevi, Ankara 2002
- ÖZKALP Enver ve Çiğdem KIRAL, Örgütsel Davranış, Anadolu Üniversitesi Yayınlar, Eskişehir 1996
- ŞENCAN Hüner, Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2005
- ŞİMŞEK M. Şerif, Tahir AKGEMCi ve Adnan ÇELİK, Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2001
- ŞİMŞEK M. Şerif, Yönetim ve Organizasyon, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 1999
- ŞİMŞEK Muhittin, Ekonominin Lokomotifi KOBİ’lerin Olmazsa Olmazları, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 2002
- TEKİN Halil. Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme, YargıYayınları ,9.Baskı, Ankara 1996
- TEKİN Mahmut, Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü; Girişimcilik, Günay Ofset Matbaacılık, Konya 2005
- TİTİZ Tınaz (a), Genç Girişimcilere Öneriler, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1998
- TİTİZ Tınaz (b), Girişimcilik: Ulusça Zenginliğe Açılan Kapı, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1994
- TOP Seyfi, Girişimcilik Keşif Süreci, Beta Yayınları, İstanbul 2006

2. MAKALELER

- AĞCA Veysel, Mustafa Kurt, İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi, Sayı 29, 2007
- ARMAĞAN Ahsen , Girişimcilik ve otonomi (özerklik)ilişkisi: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine bir Araştırma, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 8/12 Fall 2013, p. 49-69, ANKARA-TURKEYsayfa:55
- BAŞAR Mehmet ve Tuğberk Tosunoğlu, Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Haziran 2006.

- BEATT Carol A. and Gioria LEE, Leadership Among Middle Managers – An Exploration in the Context of Technological Change, Human Relation, Vol: 45, Number: 9, Sep 1992, p.961
- BERBER Aykut, Girişimci İle Yönetici Profiline Karşılaştırılması Ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci, İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, C: 29 S: 1, İstanbul 2000
- DEMİREL, Erkan T. (2013). Yaşam Amaçlarının Girişimcilik Düşüncesini Biçimlendirmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 12(45), 123 – 143.
- DEMİREL, Erkan, T. ve TİKİCİ, Mehmet. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin Baskınlık Analizi İle Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Örneği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (<http://www.esosder.com>). 9(32), 250 - 283.
- DEMİREL, Erkan T. ve TİKİCİ, Mehmet (2004). Kültürün Girişimcilğe Etkileri, Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, 2(3), 49 – 58.
- ECEVİT Yıldız, Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeğinin Konumu ve Değişen Biçimleri, 1980’ler Türkiye’inde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Derleyen:şirin Tekeli İletişimYayınları, 3.Baskı, İstanbul 1995
- ERCİL Yavuz, Örgüt İçi Girişimcilik, Kara Harp Okulu Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1, Ankara 1995
- ERDOĞMUş Nihat, Otobiyografilerinin Analizi Yoluyla Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi Hakkında Bir İnceleme, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Nevşehir 2000
- EROL Yücel – KANBUR Engin , Misyona ve Vizyona İfadelerine Göre Türkiye’nin İlk 100 Büyük şirketinin Girişimcilik Özellikleri, Business and Economics Research Journal Volume 5 Number 3 2014 pp. 149-165 ISSN: 1309-2448,sayfa:154
- DOĞAN Selen- HATİPOĞLU Celal, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 23, Sayı: 2, 2009
- DURGUN Serpil ,Örgüt Kültürü ve Örgütsel iletişim, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. Aralık 2006. Cilt:III1, Sayı:II, s:118
- FLOYD Steven W. and Bill WOOLDRİGE, Middle Management’s Influence and Organizational Performance, Journal of Management Studies, May 1997, p.246

HARDY K., What Do Entrepreneurs Coutribute?, Ivy Business Journal, Vol 64 Issue 2, 1998

KRAUSZ Rosa, Power and Leadership In Organizatons, Transactional Analysis Journal, V: 16, N: 8, USA 1986

KÖSE Sevinç, TETİK Semra , ERCAN Cuma,Örgüt Kültürünü oluşturan Faktörler, Yönetim ve Ekonomi,Yıl:2001,Cilt:7.ayr:1 Celal Bayar Üniversitesi,s:227

RAJAGOPALAN N. and K. DATTO, CEO Characteristics: Does Industry Matter?, Academy of Management Journal, Vol: 39, Iss: 1, p. 297; Ken G. SMİTH and K. A. SMİTH, Top Management Team Demography and Process: The Rol of Social İntegration and Communication, Administrative Science Quarterly, Vol: 39, 1994, p.412

Yılmaz Hüseyin - GÖRMÜŞ Alparslan Şahin, Stratejik Girişimciliğin Algılanan Örgütsel Destek Ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma, Journal of Yasar University 2012,sayfa:4490

3. DİĞER

ALEYBEYOĞLU KÜÇÜK Kübra ,Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi, “Abant İzzet Baysal Üniversitesi” Örneği, Türk Hava Kurumu Üniversitesi yüksek lisans tezi,2014,sayfa: 59

BAŞLAK Semra, İşletme Hedeflerinin Pozitif Girişimcilik Konsepti Yöneliminde Yeniden Değrlendirilmesi, Kocaeli Üniv. Sosyal Bil. Ens., Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2000

DEMİRCAN Nigâr, Girişimcilik ve Girişimcilerin Kişilik Özellikleri, Gebze YTE, Sosyal Bil. Ens., Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze 2000

ERMİŞ Nurten , Marmara Bölgesinde Elektrik Elektronik Sektöründe Faaliyet Gösteren Kobilerin girişimci özellikleri ve performans üzerine, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Gebze 2007, sayfa:20

DEMİREL, Erkan Turan (2003). Girişimcilik Kültürü, MALATYA: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı

- GÖDEK Deniz B., Türkiye’de Küçük Girişimci Profili ve OSTİM Örneğinde Küçük Girişimcinin Değerlendirilmesi, Ankara Ün. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 1994
- KAYALAR Murat , ÖMÜRBEK Nuri , Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlığının Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi,e-dergi.atauni.edu.tr/atauniiibd/article/download/.../1025003555,erşim:07.08.2015
- KOÇOĞLU Ercan, İşletmelerde Yöneticilerin Karar Verme Süreci ve Bu Süreçte Bilişim Sistemlerinin Kullanımı: Ankara İli Örneği, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara , 2010, Sayfa :20
- MERİH Kutlu, Levinson Ölçeği ve Yaratıcı-Önder Yöneticilik, <http://www.eylem.com/yarat/wlevinson.htm>, Erişim: 25.11.2015
- MEYDAN Mustafa Caner , Girişimciliğin Ölçülmesi :Türkiye İçin Bölgesel Girişimcilik Endeksi Önerisi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı,Ankara,2013,Sayfa:7
- MUSLU Şükrü , İşletmelerde Vizyon ve Misyon Kavramlarının Kullanımında Oluşan Karmaşıklık; Türkiye’de İlk 100 Büyük Sanayi Kuruluşu Örneği, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2014, Sayfa:44
- SANLI Mehmet, Teknogirişimciler İçin Gerekli Girişimcilik Özellikleri, <http://www.girisimmerkezi.com/yuklenenler/dosyalar/yazinin-devami-icin-tiklayiniz-bbd3f9eb09c0903df487c2b2333b4057.pdf> Erişim tarihi:11.06.2015
- SOYŞEKERCİ Serhat, Örgütlerde Dahili (İç) Girişimcilik Kültürünün Tesisine Yönelik Örgüt Kültürü Tasarımı, Kocatepe Ün. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon 2001
- TUNÇ Barbaros , İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Ve Organizasyon Programı Yüksek Lisans Tezi,2007,sayfa:10
- TÜSİAD (b), Türkiye’de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümleri, Yayın No: T/87.10.103, İstanbul 1987
- ULUKAN Cemil, Aile İşletmelerinde Büyüme Süreci, Anadolu Ün. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir 2001

YOLCU Enver, Yaratıcılık: Kavramlar ve Tanım,
<http://www.geocities.com/enveryolcu/yaraticilik/kavramlar>, Erişim :
 01.09.2002

What is Entrepreneurship?, <http://www.accenture.com/xd/ideas/entrepreneurship/home>
 , Erişim: 15.06.2002

Yaratıcılık ve Yeniliğin Önündeki Engeller, <http://www.insankaynaklari.com>, Erişim:
 25.11.2015

<http://asosindex.com/journal-article-abstract?id=3915#.VR0rbPmsVww>. Türkiye'de
 Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme
 Yrd. Doç. Dr. Abdullah Soysal .erişim tarihi:02.04.2015

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi Istanbul University Journal of the School
 of Business Administration Cilt/Vol:39, Sayı/No:1, 2010,s.54

<http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=1411&lst=MansetListesi>Erişim tarihi
 :09.04.2015

Gençlerimizin Geleceği Tekno-Girişimcilik, www.ttg.gov.tr/tur/07_gencler_icin72.htm,
 Erişim: 12.09.2015

Girişimcilik Kültürü, Ekonomik Denge Dergisi, Sayı : 4, Ankara Ticaret Odası Yayını,
 Ankara 1997

<http://www.kultur.gov.tr/TR,24295/kultur.html>.erişim tarihi:23.04.2015

http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/orgut_kulturu.pdf.erişim
 tarihi:23.04.2015

<http://www.atillafiliz.com/makale.php?id=50>,Erişim tarihi:24.05.2015

<http://eprints.sdu.edu.tr/457/1/TS00609.pdf>. Gökhan Özkul, Yüksek lisans Tezi,
 Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri, Süleyman Demirel Üniversitesi
 Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı,2008

Aybeniz Akdeniz AR-Hüseyin İskender, Mevzuat Dergisi, yıl:8,sayı:87, Mart 2005

<http://www.dbe.com.tr/tr-TR/Content/Default.aspx?SectionID=204>.Erişim:03.04.2015

<http://bogem.blogcu.com/is-hayatinda-kisiligin-onemi/8026752>. Erişim:03.04.2015

<http://www.isgucdergi.org/?p=article&id=96&cilt=3&sayi=1&yil=2001>.erişim.03.04.201

<http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=1411&lst=Manset> Listesi Erişim tarihi
 :09.04.2015

<http://gayrimenkulveinsaat.com/KURUMSALLA%C5%9EMAVE%C3%96RG%C3%9CTK%C3%9CLT%C3%9CR%C3%9C.html>.ERİŞİM:10.08.2015

<http://www.oka.org.tr/Documents/GirisimcilikRaporu.pdf> erişim:12.08.2015

<http://notoku.com/turkiyede-girisimciligin-tarihi-surecte-degerlendirilmesi/>
erişim:11.08.2015

<http://www.forumsal.net/sosyoloji/544744-kultur-cesitlernelerdir.html>.erişim:15.12.2015

<http://www.cokbilgi.com/yazi/kulturun-ozellikleri-nelerdir/>.erişim:15.12.2015

<http://www.ogretmeninsesi.com/makale/oki.htm>:erişim tarihi:17.12.2015

<http://notoku.com/orgut-kulturunun-onemi/>.erişim tarihi:19.12.2015

<http://www.kigem.com/vizyon-nedir.html>.erişim tarihi:20.12.2015

<http://notoku.com/temel-isletme-bilgi-sistemleri/>.erişim tarihi:22.12.2015

EKLER

Ek 1. Orjinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Baransel KOÇ
Öğrenci Numarası	111216125
Enstitü Anabilim Dalı	İşletme
Programı	
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Yrd. Doç. Dr. Muhammet DÜŞÜKCAN
Tez Başlığı (Türkçe)	Toplumsal Kültürün Gençlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 110 sayfalık kısmına ilişkin, 14.04.2016 tarihinde şahsım/tez danışmamın tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezinin benzerlik oranı %25'tir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

Yrd. Doç. Dr. Muhammet DÜŞÜKCAN
Danışmanın Adı-Soyadı
(İmzası)

Doç. Dr. Ülkü KAYA
Anabilim Dalı Başkanı
(İmzası)

F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Madde 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını¹ sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" %30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

¹ Makale şartı doktora öğrencilerini kapsamaktadır.

EK 2. Anket Formu

Toplumsal Kültürün Gençlerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi:
Fırat  niversitesi  ğrencileri  rneği

Sayın Katılımcı;

Size ulaşmış olan bu anket; Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda hazırlanmakta olan, "Toplumsal Kültürün Gençlerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Fırat  niversitesi  ğrencileri  rneği" isimli yüksek lisans tezi çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Anket formunda, kimliğinizi ve adresinizi belli edecek bir soru yer almamaktadır. Anket üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, toplumsal kültüre ilişkin sorular ve ikinci kısımda girişimcilikle ilgili düşüncelerinizi ölçmeyi amaçlayan sorular yer almaktadır.    nc  ve son kısımda demografik özelliklerinizi belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Toplanan veriler, belirtilen bilimsel amacının dışında kesinlikle kullanılmayacaktır. Çalışmanın amacına ulaşması, anketi doldurarak yapacağınız katkı ile mümkün olacaktır. Anketin doldurulması için kıymetli vaktinizden yaklaşık 20 dakika ayırmanız yeterli olacaktır.

Bilime katkıda buluşmak için desteğinizi rica ediyoruz. Desteğiniz için şimdiden teşekkür ederiz.

Saygılarımızla...

Öğr. Gör. Baransel KOÇ
(Yüksek Lisans  ğrencisi)

Yrd. Doç. Dr. Muhammet DüşüKCAN
(Tez Danışmanı)

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO

Fırat Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

I. BÖLÜM

Aşağıdaki özelliklerin yaşadığınız çevreye (topluma) hâkim olan iklime (kültüre) ne derecede uygun olduğunu aşağıdaki 5’li derecelendirmeyi kullanarak yapınız.

Hiç Uymuyor	Uymuyor	Kısmen Uyuyor	Çoğunlukla Uyuyor	Tamamen Uyuyor
1	2	3	4	5

	Madde No	Ölçek, 5 faktörden (alt boyuttan) oluşmaktadır. Bazı maddelerin ters puanlanması gerekmektedir. Ters puanlanacak maddeler, kırmızı ile işaretlenmiştir. Faktör ortalamaları, ayrı ayrı olarak değerlendirilmelidir. Genel ortalamanın değerlendirilmesinin bir anlamı yoktur.	Seçenekler				
			1	2	3	4	5
Faktör 1 Belirsizlikten kaçınma	1	Bütün belirsizlikler tehlikeli kabul edilir.					
	2	Bilgi paylaşımına (iletişime) önem verilir.					
	3	İletişimle ilgili uyulması gereken kesin kurallar vardır.					
	4	Kesin doğrular aranır.					
	5	Alışılmışın dışına çıkmanın beraberinde tehlikeler getirebileceğine inanılır.					
	6	Sağduyunun sesine (önerilerine) önem verilir.					
Faktör 2 Güç Mesafesi	7	Bütün çatışmaların (anlaşmazlıklar, uyuşmazlıklar vb.) ortadan kaldırılmasına çalışılır.					
	8	Çevreye karşı (küçüklere, astlara vb.) hem otoriter hem de babacan tavırlar sergilenir.					
	9	Başarılı olmak için güçlü insanların desteği aranır.					
	10	İnsani ilişkilerde becerikli olmak, güç (başarı) elde etmede uzmanlık ve mevkiden önemli sayılır.					
	11	Üst düzeydeki insanların haklı kabul edilme ihtimalleri alt					

Faktör 3	Erillik/Dışılık		düzeydekilerden fazladır.					
		12	İnsanlara, toplumsal statülerine göre davranılır.					
		13	En iyi savunmanın, saldırmaktan geçtiğine inanılır.					
		14	İnsanlara her zaman ikinci bir şans verilir.					
		15	Son sözü söyleyen olmaya önem verilir.					
		16	Vefa duygusuna, hayattaki en önemli duygulardan birisi şeklinde bakılır.					
Faktör 4	Denetim Noktası	17	Başkalarını kontrol etmeye önem verilir.					
		18	İnsanlara her zaman sevgi ile yaklaşmaya özen gösterilir.					
		19	İnsanın başına gelenlerin, kendi yaptıklarının sonucu olduğuna inanılır.					
		20	Problem (sorun) yaşandığında, çözüm için her zaman birileri aranır.					
		21	Çalışmak, yaşamak için bir zorunluluk olarak kabul edilir.					
		22	Çalışmak, oyun oynamak kadar eğlenceli ve doğal kabul edilir.					
Faktör 5	Bireycilik/Toplumsuluk	23	Başarısızlığın çevresel faktörlerin sonucu olduğuna inanılır.					
		24	İnsanların fikirlerini her zaman rahatça söyleyebilmelerine imkan tanınır.					
		25	Karar alınırken (tercih yapılırken) yaşanan çevredeki çoğunluğa göre hareket edilir.					
		26	İnsanlar, gerekirse toplum için bazı haklarından fedakârlık ederler.					
		27	Grupla beraber hareket etmek bireysel davranıştan önde gelir.					
		28	Başarıyı kişilerin davranışlarının belirlediği kabul edilir.					
		29	İnsanlar, sosyal davranışlarını kişisel ihtiyaçlarına göre belirler.					
		30	İlişkilerde akılcılık (katlanılabilecek maliyet ve elde edilebilecek fayda) önde tutulur.					

II. BÖLÜM

Aşağıda göreceğiniz ifadelerin girişimcilik açısından ne kadar önemli olduğunu aşağıdaki 5’li derecelendirmeyi kullanarak yapınız.

Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Kısmen Önemli	Önemli	Çok Önemli
1	2	3	4	5

	Madde No	Ölçek, 3 faktörden (alt boyuttan) oluşmaktadır. Maddeler arasında ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Faktör ortalamaları, ayrı ayrı değerlendirilebileceği gibi genel ortalama olarak da değerlendirilebilir.	Seçenekler				
			1	2	3	4	5
1. Faktör Yaratıcılık	1	Sıra dışı fikirlerden heyecan duymak					
	2	Başarısız olunca, yeni denemelerden vazgeçmemek					
	3	Yeni bakış açısı kazandıracak işlerle uğraşmak					
	4	Yetenekleri kullanabilecek alanlar oluşturabilmek					
	5	Lider gibi davranabilmek					
	6	Başa gelenlerin, bireysel çabaların sonucu olduğuna inanmak					
	7	Hayatı dış etkenlere bırakmamak					
	8	Eski yöntemler ve araçlar için yeni kullanım alanları bulabilmek					
	9	Başarısızlıktan korkmamak					
	10	Yeni durumlara kolayca adapte olmak					
	11	Eski fikirlere meydan okuyabilmek					
	12	Yaratıcılık için iyi bir rol modeli olmak					
	13	Geleceği görmek ve geleceğe hazırlık yapmak					
	14	Hatalardan ders çıkarabilmek					
	15	Çalışırken işten başka bir şey düşünmemek					
	16	Belirsizlikten korkmamak					
	17	Çalışırken ve fikirleri uygularken özgürce davranabilmek					

2. Faktör	Çalışma Yöntemi	18	Sıra dışı düşünebilmek					
		19	Büyük sorunlarla kolayca mücadele edebilmek					
		20	Hiçbir işi ertelememek ve sürüncemede bırakmamak					
		21	Yapılan planları uygulayabilmekten emin olmak					
		22	Tuttuğunu koparabilmek					
		23	Çalışanları işletme hedefleri doğrultusunda motive edebilmek					
		24	Yoğun bir tempoda çalışmayı göze almak					
		25	Zamanı etkin olarak kullanabilmek					
		26	Kaynakları verimli bir şekilde birleştirebilmek					
		27	Yardım ve destek ararken rahat olmak					
		28	Zor durumlarda seçenekler oluşturabilmek					
		29	Çevredeki insanlarla kolayca arkadaşlık ilişkisi kurabilmek					
		30	Dürüst çalışmak ve çevreye güven vermek					
		31	Problemleri adım adım ilerleyerek çözmek					
3. Faktör	Kişisel Tatmin	32	İyi bir iş fikrine sahip olmak					
		33	Kâr elde edebilmek					
		34	Kişisel tatmin sağlamak					
		35	İddialı olunan işi yapmak					
		36	Dışarıdan baskı olmaksızın işe odaklanabilmek					
		37	Yapılan işin garantili olmasından çok sunduğu fırsatları dikkate almak					
		38	Yüksek düzeyde, başarılı olma isteğine sahip olmak					
		39	Başarıya giden yolda, engellerle fırsatları ayırt edebilmek					
		40	İş yaparken ayaklarının üzerinde durabilmek					
		41	Sürekli, öğrenmeye çalışmak					

KİŞİSEL BİLGİLERİNİZ

Bu başlık altındaki son sorunun analizlerden çıkarılması gerekmektedir.

Diğer sorularla faktör ortalamaları uygun bir test ile (örneğin; t ya da f) karşılaştırılabilir.

Yaşınız

☐ 20 ve altı

☐ 21 – 25 arası

☐ 25 ve üzeri

Cinsiyetiniz

☐ Kadın

☐ Erkek

Okuduğunuz birimin türü

☐ Fakülte

☐ Yüksekokul

☐ Konservatuar

☐ Meslek Yüksekokulu

Okuduğunuz alanın türü

☐ Sosyal Bilimler

☐ Fen Bilimleri

☐ Sağlık Bilimleri

☐ Güzel Sanatlar

Kaçıncı sınıftasınız?

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

☐ 6

Bugüne kadar, yaşamınızın büyük bölümünün geçtiği yerleşim birimi nedir?

☐ Büyükşehir

☐ İl

☐ İlçe

☐ Belde

☐ Köy

Mezun olduğunuz lise türü

☐ Düz lise

☐ Alan lisesi

☐ Fen lisesi

☐ Anadolu lisesi

☐ Meslek lisesi

İleride girişimci olmayı istiyor musunuz?

Hiç Düşünmüyorum	Düşünmüyorum	Kararsızım	İstiyorum	Kesinlikle İstiyorum
---------------------	--------------	------------	-----------	-------------------------

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---



ÖZGEÇMİŞ

14.09.1969 yılında Elazığ'da doğdum. İlk orta ve lise tahsilimi tamamladıktan sonra Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetin de Lefke Üniversitesi Ekonomi bölümüne girdim. 1990 yılında girdiğim bu bölümde 1 yıl İngilizce hazırlık ve 4 yıl lisans eğitimi 1995 yılında tamamlayarak mezun oldum.

Üniversite tahsilimi bitirdikten sonra çeşitli finans kurumlarında yatırım danışmanlığı yaptım. 2000 yılında Fırat Üniversitesinde öğretim görevlisi olarak atandım. Halen Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışmaktayım. Evli ve 2 çocuk babasıyım.

