



**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK
ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARIYER PLANLAMASI: AKÜ
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Ahmet Gençay DAĞLI

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Koray GÜRPINAR

Temmuz, 2019

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK
ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARİYER PLANLAMASI:
AKÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Hazırlayan
Ahmet Gençay DAĞLI

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Koray GÜRPINAR

AFYONKARAHİSAR 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerine Göre Kariyer Planlaması: AKÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

04/07/2019

Ahmet Gençay DAĞLI

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Koray GÜRPINAR
Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Yusuf KARACA
: Dr. Öğr. Üyesi Ender Tuncer HELVACIOĞLU

İmza

.....
.....
.....

İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ahmet Gençay DAĞLI' nın “**Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerine Göre Kariyer Planlaması: AKÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma**” başlıklı tezi, 04/07/2019 günü saat 11:00’ de Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği’ nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Elbeyi PELİT
MÜDÜR

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARIYER PLANLAMASI: AKÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Ahmet Gençay DAĞLI

**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

Temmuz 2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Koray GÜRPINAR

Girişimcilik ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik, psikolojik, kişilik özellikleri ve demografik unsurların birleşimidir. Ülkelerin ekonomik gelişimi insan kaynağının girişimcilik motivasyonuna ve girişimcilik ruhuna sahip olmasına bağlıdır. Toplumdaki başarılı girişimcilerin sayılarının artması ve potansiyel girişimcilerin kariyer olarak girişimciliğe yönlendirilmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda üniversite öğrencileri de potansiyel girişimciler olarak tanımlanmaktadır. Üniversiteler, öğrencilerin girişimcilik potansiyellerini ortaya çıkaran, girişimcilik eğiliminin artmasını, girişimci kişilik özelliklerinin geliştirilmesini ve öğrencilerin girişimciliği kariyer yolu tercihi olarak seçmelerini sağlaması önemlidir.

Bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kariyer tercihlerine olan etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde Uygulamalı Girişimcilik Dersi alan üçüncü ve dördüncü sınıf

öğrencilerine anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu demografik sorular, girişimci kişilik özelliklerini ve kariyer değerlerini ölçen sorulardan oluşmaktadır. Anket kapsamında elde edilen veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir.

Araştırmada öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile kariyer değerleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Girişimci kişilik özellikleri üzerinde en fazla etkiye sahip faktörün saf meydan okuma olduğu kariyer değerleri üzerinde ise en fazla etkiye sahip girişimci kişilik özelliği alt boyutunun başarı ihtiyacı olduğu saptanmıştır. Girişimcilik eğitimi ile kariyer değerleri, girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi arasında pozitif doğrusal bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci Kişilik Özellikleri, Girişimcilik Eğitimi, Kariyer Değerleri, Kariyer Planlama, Üniversite.

ABSTRACT

CAREER PLANNING ACCORDING TO ENTREPRENEURSHIP CHARACTERISTICS OF UNIVERSITY STUDENTS: A RESEARCH ON AKU STUDENTS

Ahmet Gençay DAĞLI

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT of BUSINESS ADMINISTRATION**

July 2019

Advisor: Assist. Prof. Dr. Koray GÜRPINAR

Entrepreneurship is a combination of economic, social, cultural, technological, psychological, personality characteristics and demographic elements. The economic development of countries depends on the entrepreneurship motivation and the entrepreneurial spirit of the human resources. The number of successful entrepreneurs in the community should be increased and potential entrepreneurs should be directed to entrepreneurship as a career. In this context, university students are defined as potential entrepreneurs. It is important for the universities to raise the entrepreneurial potential of the students, to increase the entrepreneurial tendency, to develop entrepreneurial personality traits and to enable students to choose entrepreneurship as a career path choice.

The aim of this study is to investigate the effects of entrepreneur personality characteristics on career preferences of university students. In the study, the third and

fourth grade students who took the Applied Entrepreneurship Course at Afyon Kocatepe University were surveyed. The questionnaire used in the research consists of questions that measure demographic questions, entrepreneur personality traits and career values. The data obtained from the survey were analyzed with SPSS package program.

In the study, it was concluded that there was a significant relationship between the students' entrepreneur personality traits and their career values. On the other hand, it was found that the most influential factor on entrepreneurial personality traits was the pure challenge. A positive linear relationship was found between entrepreneurship education and career values, entrepreneurial personality traits and entrepreneurship tendency.

Keywords: Entrepreneur Personality Characteristics, Entrepreneurship Education, Career Values, Career Planning, University.

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimimi kapsayan süreç boyunca yardım ve desteğini benden hiç esirgemeyen, üzerimde büyük emeği olan çok sevdiğim değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Koray GÜRPINAR'a en samimi duygularıyla teşekkür ederim.

Tezimin kullanıcı araştırmasında veri toplama ve anketlerimin uygulanması konularında benden yardımını esirgemeyen Prof. Dr. Cantürk KAYAHAN, Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI, Dr. Öğr. Üyesi Volkan YÜNCÜ ve Dr. Öğr. Üyesi Sibel KULA ÖLMEZ'e teşekkür ederim. Beni her koşulda kayıtsız şartsız sevgiyle kucaklayan, özverilerini benden esirgemeyen aileme çok teşekkür ederim.

Ahmet Gençay DAĞLI

Afyonkarahisar, Temmuz, 2019

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR DİZİNİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK

1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
1.2. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK TEORİSİNİN GELİŞİMİ VE GİRİŞİMCİ KAVRAMI.....	15
1.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi	15
1.2.2. Cumhuriyet Dönemi.....	16
1.2.3. 1970’li Yıllar.....	18
1.2.4. 1980’li Yıllar.....	19
1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK GELİŞMEDEKİ ROLÜ VE ÖNEMİ.....	20
1.4. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN UNSURLAR	25
2. GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ	37
2.1. KİŞİLİK KAVRAMI	38
2.1.1. Kişilik İle İlgili Kavramlar	39
2.1.1.1. Karakter.....	39
2.1.1.2. Mizaç(Huy)	39
2.1.1.3. Benlik.....	40
2.1.1.4. Yetenek	41
2.2. KİŞİLİĞİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER	41
2.2.1. Kalıtsal Faktörler.....	42
2.2.2. Aile Faktörleri	42
2.2.3. Sosyo-Kültürel Faktörler.....	43
2.2.4. Coğrafi ve Fiziki Faktörler.....	43
2.2.5. Diğer Faktörler	44
3. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ	44
3.1. BAŞARI İHTİYACI	45

3.2. KONTROL ODAĞI.....	45
3.3. BELİRSİZLİĞE KARŞI TOLERANS	46
3.4. KENDİNE GÜVEN	46
3.5. RİSK ALMA EĞİLİMİ.....	47
3.6. YENİLİKÇİLİK	47
4. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ	48
5. GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	51
5.1. AİLENİN ETKİSİ	51
5.2. EĞİTİMİN ETKİSİ	51
5.3. KÜLTÜRÜN ETKİSİ	52
5.4. ÇEVRENİN ETKİSİ	53
5.5. KİŞİSEL DEĞERLER	53
5.6. YAŞ VE CİNSİYET	54
5.7. İŞ TECRÜBESİ.....	54
5.8. ROL MODELLERİ.....	55
6. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ	55
7. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI	58
8. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI FAKTÖRLERİ.....	59
9. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ	60

İKİNCİ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE: GİRİŞİMCİLİK VE KARIYER PLANLAMA

1. ÜNİVERSİTELERDE GİRİŞİMCİLİK ÇALIŞMALARI.....	63
1.1. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ.....	63
1.2. ÜNİVERSİTE SANAYİ İLİŞKİSİ	66
1.3. AR-GE.....	68
1.4. TEKNOPARK.....	70
1.5. GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ	73
2. ÜNİVERSİTE VE KARIYER PLANLAMA	76
2.1. ÜNİVERSİTELERDE KARIYER PLANLAMA İLE İLGİLİ FAALİYETLER.....	76

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KARIYER PLANLAMA

1. KARIYER İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE	78
1.1. KARIYER KAVRAMI	78
1.2. KARIYER İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR.....	79
1.3. KARIYER DEVRELERİ	81
2. KARIYER KAVRAMININ BİREYSEL VE ÖRGÜTSEL BOYUTLARI	83
2.1. KARIYER PLANLAMA	83
2.1.1. Bireysel Kariyer Planlama	84
2.1.2. Örgütsel Kariyer Planlama	85

3. KARIYER TERCİHİ	86
3.1. KARIYER SEÇME KURAMLARI.....	87
3.1.1.Özellik-Faktör Kuramı	87
3.1.2.Holland'ın Mesleki Kişilik Kuramı	87
3.1.3.Sosyal Öğrenme Kuramı	89
3.1.4.Ginzberg ve Arkadaşlarının Gelişim Kuramı	90
3.1.5.Schein'in Kariyer Değerleri Kuramı.....	90
3.2. KARIYER TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	93

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARIYER PLANLAMASI: AKÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI	94
2. LİTERATÜR İNCELEMESİ	94
3. HİPOTEZ	98
4. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR.....	99
5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	99
5.1. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM SEÇİMİ	100
5.2. VERİ TOPLAMA ARACININ GELİŞTİRİLMESİ.....	100
5.3. VERİLERİN TOPLANMASI.....	101
6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZİ.....	102
6.1. ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİNİN TAMAMLAYICI İSTATİSTİKLERİ .	102
6.2. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	110
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	128
KAYNAKÇA	133
EKLER.....	148

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları	74
Tablo 2. Kariyer Kavramı İle İlgili Bazı Yazar Tanımları.....	79
Tablo 3. Holland’ın Kişilik Teorisi	88
Tablo 4. Güvenilirlik İstatistiği	102
Tablo 5. Normallik Değerleri	103
Tablo 6. Faktör Analizi KMO and Bartlett's Test Tablosu	103
Tablo 7. Toplam Varyans Açıklama Tablosu.....	104
Tablo 8. Demografik Özelliklerin Frekans Dağılımı	105
Tablo 9. Fakültelerin Frekans Dağılım Tablosu.....	107
Tablo 10. Bölümlerin Frekans Dağılım Tablosu	107
Tablo 11. Öğrencilerin 1. Sınıf ve Gelecekteki Kariyer Hedeflerinin Çapraz Tablosu	108
Tablo 12. Öğrencilerin Kendi İşlerini Kurmak İçin Tercih Ettikleri Fonların Çapraz Tablosu.....	109
Tablo 13. Model Özeti.....	110
Tablo 14. Anova Tablosu	111
Tablo 15. Katsayı Tablosu.....	111
Tablo 16. Model Özeti.....	113
Tablo 17. Anova Tablosu	113
Tablo 18. Katsayı Tablosu.....	113
Tablo 19. Girişimci Kişilik Özellikleri Tanımlayıcı Tablosu	115
Tablo 20. Girişimci Kişilik Özellikleri Anova Tablosu	115
Tablo 21. Girişimci Kişilik Özellikleri Çoklu Karşılaştırmalar Tablosu	116
Tablo 22. Kariyer Değerleri Tanımlayıcı Tablosu	117
Tablo 23. Kariyer Değerleri Anova Tablosu	117

Tablo 24. Kariyer Değerleri Çoklu Karşılaştırmalar Tablosu	118
Tablo 25. Aile Bireyinin Kendi İşletmesi Olan Öğrencilerin Grup İstatistikleri Tablosu.....	119
Tablo 26. Aile Bireyinin Kendi İşletmesi Olan Öğrencilerin Bağımsız Örneklem Tablosu.....	120
Tablo 27. Korelasyon Tablosu	121
Tablo 28. Cinsiyete Göre Kariyer Değerleri ve Girişimci Kişilik Özellikleri Grup İstatistikleri.....	122
Tablo 29. Cinsiyete Göre Kariyer Değerleri ve Girişimci Kişilik Özellikleri Bağımsız Örneklem Tablosu.....	122
Tablo 30. Fakülteye Göre Girişimci Kişilik Özellikleri ve Kariyer Değerleri Tanımlayıcı İstatistik Tablosu.....	123
Tablo 31. Fakülteye Göre Girişimci Kişilik Özellikleri ve Kariyer Değerleri Test of Between Subjects Effects (Gruplar Arası Etki Testi)Tablosu.....	124
Tablo 32. Grup İstatistikleri Tablosu.....	125
Tablo 33. Bağımsız Örneklem Tablosu.....	126

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Klasik Görüş Açısından Girişimcilik.....	14
Şekil 2. Ulusal Düzeyde Girişimcilik Göstergeleri	22
Şekil 3. Girişimcinin Ekonomik Gelişmedeki Rolü	23
Şekil 4. Girişimcilik Eğiliminin Kişide Oluşması	50
Şekil 5. Girişimsel Motivasyon ve Girişimcilik Süreci Modeli.....	57



KISALTMALAR DİZİNİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Akt: Aktaran

AKU: Afyon Kocatepe University

AKÜ: Afyon Kocatepe Üniversitesi

Ar-ge: Araştırma ve Geliştirme

BBY: Bilgi Beceri Yetenek

GEM: Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor)

IASP: Uluslararası Bilim Parkları Birliği (International Association of Science Parks and Areas of Innovation)

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

OECD: Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)

TDK: Türk Dil Kurumu

TEKMER: Teknoloji Geliştirme Merkezleri

TÜSİAD: Türk Sanayici ve İş Adamları Derneği

Vb: Ve benzeri

Vd: Ve diğerleri

Y.y: Yıl yok

Yy: Yüzyıl

GİRİŞ

Girişimcilik ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknolojik değişimin ve gelişmenin getirdiği doğal bir dinamizmdir. Hem değişimin hem de yeniliğin gerçek özüdür. Girişimcilik kavramı yenilik ve yaratıcılık kavramlarını da içerir. Günümüzde insan yaşamının kalitesini arttırmaya yönelik bütün alanlarda yenilik ve yaratıcılık kavramlarıyla birlikte girişimcilik kavramı da karşımıza çıkar. Girişimcilik kalkınma ve gelişmeyi sağlayan önemli faktörlerden birisidir. Girişimci çevresine bakmayı ve ihtiyaçları görmeyi bilen ve bu ihtiyaçları iş fikrine çevirebilen, girişimde bulunmak için gerekli kaynakları bir araya getirmesini becerebilen, risk alabilen, yaratıcı düşünebilen ve yeniliklere açık bir kişidir. Ülkelerin ekonomik olarak kalkınabilmesi ve gelişebilmesi için girişimcilerin yetiştirilmeleri, motive edilmeleri ve desteklenmeleri gerekmektedir. Her ne kadar girişimcilik bireyin yetenekleri ile ilgili olsa da bireyin içinde bulunduğu kültür ve çevresel faktörler girişimcinin davranışlarını ve kararlarını etkiler.

Üniversite öğrencileri de geleceğin potansiyel girişimcileridir. Bu potansiyeli arttırabilmek için üniversiteler girişimcilik eğitimi ile girişimcilik kültürünün gelişmesine ve öğrenciler tarafından benimsenmesi için katkı sağlamalıdır. Yapılan araştırmalar öğrencilerin genel anlamda girişimcilik ilgilerinin düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Girişimci kişilik özelliklerinin ortaya çıkartılmasında girişimcilik eğitimi önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilik eğitimi öğrencilerin girişimciliği bir kariyer fırsatı olarak görmelerini sağlamaktadır. Üniversiteler ayrıca öğrencilerin girişimcilik eğiliminin artması için girişimcilik eğitiminin yanı sıra tanınmış girişimciler ile yapılan etkinliklerle (seminer, konferans vb.) girişimciliğin cazip bir kariyer yolu olarak görülmesine, gençlerin yetenek geliştirmesine ve kendine güven duygularının artmasına katkı sağlar.

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişki ve girişimci kişilik özelliklerinin ve kariyer değerlerinin öğrencilerin girişimciliği kariyer olarak tercih etme eğilimleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Birinci bölümde, girişimcilik kavramı, girişimcilik kültürü, girişimcilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik eğilimi, girişimcilik süreci ve girişimciliğin temel fonksiyonları; ikinci bölümde, üniversite

ve girişimcilik, girişimcilik eğitimi, üniversite sanayi ilişkisi, teknopark, ar-ge, girişimcilik ekosistemi ile üniversite ve kariyer planlama kavramları; üçüncü bölümde ise, kariyer kavramı, kariyer planlama, kariyer yönetimi, bireysel kariyer planlama ve kariyer tercihi ele alınmış ve literatüre dayalı olarak incelenmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde, üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişkiyi incelemek ve girişimci kişilik özellikleri ile girişimciliği kariyer olarak tercih etme eğilimlerini ölçmek için Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde Uygulamalı Girişimcilik Dersi alan üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine anket çalışması yapılmıştır ve araştırmanın sonunda elde edilen bulgular değerlendirilip yorumlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişim, bir işe girişme, teşebbüs durumu olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2019a). Marangoz (2017: 41–42) girişimi; kâr amacı ile mal ve hizmet üretmek için kurulan hukuki ve finansal kişiliğe sahip bir örgüt olarak ifade etmektedir. Girişim kavramı genel anlamda iki farklı şekilde ele alınmaktadır. İlkinde, üretim faktörlerini bir araya getirilerek mal ve hizmet üretilmesi, pazarlanması amacının gerçekleştirildiği ekonomik, hukuki ve teknik organizasyonlar ifade edilirken, ikincisinde bir işletme kurmak amacıyla girişimcilerin gösterdikleri çabalar ve katlandıkları zorluklar ifade edilmektedir. Girişim en basit haliyle bile kâr elde etmek için kurulan ve pazarlanabilir ürün ve hizmetlerin ortaya çıkarıldığı örgütleri ifade etmektedir. Bir girişimin en önemli özellikleri arasında pazarlanabilir üretim vardır. Bu bağlamda, iktisadi olarak kıymet arz etmeyen serbest malların üretimi için kurulan birimlere girişim denilmesi doğru değildir. Girişimler bir ülkenin ekonomisini oluşturan en küçük yapı taşıdır ve ekonomiye yön verebilir, parametrelerini değiştirebilir veya etkilenebilirler (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 14).

Girişimci kavramı, yalnızca sıradan bir dilde değil, aynı zamanda bilimsel literatürde de oldukça bulanık bir kavramdır (Brandstätter, 1997: 160). Girişimci kavramı, gerçekten de pek çok yazar tarafından, farklı yönleri vurgulanarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Yönetim teorisyenlerinin çoğu girişimciyi bir yaratıcı, işletme sahibi veya bir girişimin yöneticisi olarak görürken diğer bazı araştırmacılar ise, girişimcinin en temel özelliği olarak finansal riskten söz etmişlerdir (Güney, 2015: 58).

Kavram, Fransızca “**entreprendre**” fiili ve Almanca'da “**unternehmen**” sözcüğünden türetilen ve İngilizce’ de “**undertake**” yani Türkçe karşılığı “üstlenmek” anlamına gelen bir fiili ifade eder (Hofer ve Meeks, 1998: 3). Gerçekten de girişimci,

bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade eder.

Girişimciler hem kişisel hem toplumsal zenginlik yaratmalarından dolayı çalışmaların ilgi odağı olmuşlardır. Geçmiş çalışmalar önemli meseleler üzerinde yoğunlaşmıştır. Örneğin; Neden bazı insanlar diğerlerine göre yeni fırsatları tanır veya yaratır? Neden bazı insanlar diğerlerine göre fikirlerini ve hayallerini iş girişimine dönüştürmeyi dener? ve Neden sonuç olarak bazı girişimciler diğerlerine göre başarılıdır (Baron, 1998: 275)?

Bu tür soruların cevabı için girişimci kavramını incelemek gerekir:

Girişimci terimi, ilk defa Fransız düşünür ve yazarlarından J. B. Say tarafından kullanılmış ve literatüre onun vasıtasıyla girmiştir. Cantillon da aynı şekilde Say'ı takip ederek eserlerinde bu (entreprendre) girişimcilik terimini sıkça kullanmıştır. Bugün de Batı dillerinde İngilizce karşılığı olarak entrepreneur terimi ile ifade edilmektedir. İngilizce entrepreneur kelimesinin Türkçe karşılığı girişimciliktir. Türkçede girişimciliği tanımlayan bir diğer sözcük de “müteşebbis” terimidir ve teşebbüs (girişim) kelimesinden türetilmiştir (Top, 2012: 4). Yine başka bir kaynakta ise girişimci terimi, ilk defa 17.yy.'da Fransız askeri terminolojisinde kullanılmıştır. Uzun askeri yolculuklara rehberlik eden kişiye girişimci denilmiştir. Girişimci kavramı, ilk defa İrlandalı Ekonomist Richard Cantillon tarafından ortaya konulmuş ve fırsatları değerlendirmek için risk üstlenen kişi olarak tanımlanmıştır. Latince “intare” kökünden gelen girişimci kavramı İngilizce “enter (girişim) ve pre (ilk)” köklerinden gelmekte ve entrepreneur: ilk girişen, kalkışan olarak çevrilmektedir. Kavramsal olarak ise, kâr elde etmek için riski göze alan kişi olarak ifade edilmektedir (Marangoz, 2017: 40).

Henry Mintzberg (1973), yöneticinin işlevlerinden söz ettiği makalesinde **kararla ilgili roller** başlığı altında yöneticilerin girişimcilik rollerinden bahsetmiştir (Mintzberg, akt. Güney, 2015: 58). Bu rol, yeni bir projenin, girişimin ve hatta yeni bir işletmenin oluşturulması ve uygulanmasını ifade eder. Girişimci rolü üstlenen yönetici, projeler başlatır ve yeni fikirleri astlarına duyurur.

Bir *ekonomist* için girişimci kaynakları, işgücünü, malzemeleri ve diğer varlıkları bir araya getiren ve öncekinden daha fazla değer yaratan ve aynı zamanda

değişiklikleri, yenilikleri ve yeni bir düzeni(reform) başlatandır. Bir *psikolog* için girişimci tipik olarak bir şeyi edinme veya elde etme, deneme, gerçekleştirme veya başkalarının otoritesinden kurtulma ihtiyacı gibi belli güçler tarafından yönlendirilir. Bir *iş adamı* için girişimci bir tehdit, agresif bir rakip gibi görünürken, diğer bir iş adamı için aynı girişimci müttefik olabilir, bir tedarik kaynağı, müşteri veya başkaları için zenginlik yaratan bir kişi olabilir; israfı azaltmak ve başkalarının mutluluğu için işler üretir (Vesper, akt. Hisrich, 2002: 10).

Girişimci kavramı net olarak tanımlanmadan güçlü girişimcilik teorileri ya da modelleri ortaya koymak kolay olmayacaktır. Günümüz koşullarında önemli bir girişimcilik teori ya da modeli ortaya koymada iki temel sorun ifade edilmektedir, ilki, girişimciliğin kavramsallaştırılması ve niceliklerinin ortaya konulması, ikincisi ise, ortaya konulan modeller ve teori geliştirme çalışmaları üzerindeki fikir birliğidir. Hala bir girişimcinin nasıl doğduğu ya da girişimi nasıl başlatması gerektiği ile ilgili teorik bir model ortaya konulamamıştır. Literatürde girişimcinin fonksiyonu ve ne yaptığı ile ilgili çalışmalar çok sayıda mevcutken, girişimcinin kim olduğu ve nasıl doğup geliştiği ile ilgili çalışmalar nispeten daha azdır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 14).

Özet olarak girişimci, toplumun ihtiyaçlarını ön görebilme ve bu ihtiyaçları giderebilecek yöntemleri geliştirebilme, risk üstlenebilme, yeni iş ve fikirlerinin peşinden gidebilme yeteneğine sahiptir.

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Girişimcilik, hem işletme, hem de iktisat literatürünün en fazla ilgi çeken konularından birisi olarak araştırılmaya devam etmektedir. İktisat teorisinde, girişimcilikle ilgili dört temel yaklaşım vardır; ilki “*gelir dağılımı*” üzerinde odaklanır ve ödül olarak kabul edilecek kârın düzeyini belirlemeye çalışır, ikincisi “*tam rekabete dayalı piyasa süreçleri*”nin önemini vurgular, üçüncüsü Schumpeter’in “*yenilikçi girişimci*” vizyonu üzerinde odaklanır. Bu yaklaşımda girişimciler, ekonomide büyüme ve dalgalanmayı düzenleyen “*yaratıcı*” unsurlar olarak kabul edilir, dördüncü yaklaşım ise, girişimci ve firma arasındaki ilişkiye ilişkin olan ve “*karar verici*” rolündeki girişimci, *girişimcinin motivasyonu* ve *çevreye ilişkin algılaması* üzerine odaklanan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım küçük

ve yeni kurulan firmalara strateji oluşturma, pazar payı temin etme ve farklılaştırmaya dayalı büyümeyi yönetme gibi önemli sorunlar üzerinde yoğunlaşır (Güney, 2015: 17).

Klasik Yaklaşımlar

Orta çağda, girişimci kavramı hem bir aktör hem de büyük üretim projelerini yöneten kişiyi tanımlamak için kullanılırdı. Girişimci, bu büyük üretim projelerinde, kişisel herhangi bir risk almazdı, sadece ülke hükümeti tarafından sağlanan kaynakları kullanarak projeyi yönetirdi. Orta çağdaki tipik girişimci, kaleler, surlar, kamu binaları, manastır ve katedral gibi büyük mimari eserlerden sorumlu din adamıydı (Hisrich, 2002: 8).

17.yy.'da girişimcilik ile risk arasındaki bağlantının ortaya çıkması ve girişimcinin öngörülen bir hizmeti vermek ya da ürünleri tedarik etmek için hükümetle sözleşmeye bağlı bir düzenlemeye giren bir kişi olmasıyla oluştu. Sabit sözleşme bedeli olduğu için oluşan herhangi kâr ya da zarar girişimciye aitti. Bu dönemin Fransız girişimcisi **John Law**, çok büyük bir banka kurma izni almış bir girişimciydi (Hisrich, 2002: 8). John Law'ın yanı sıra girişimcilik literatürüne ve uygulamalarına katkıda bulunan pek çok kişi mevcuttur. Aşağıda bu kişilerin katkıları kısaca özetlenmektedir:

Richard Cantillon girişimcilik alanına büyük katkı veren hatta girişimci kavramını iktisadi anlamda ilk kez kullanan kişidir (Van Praag, 1999: 313). Cantillon'un eseri "**Essai sur la Nature du Commerce en General**" ilk kez 1755 yılında, yani, ölümünden tam 21 yıl sonra yayınlanmıştır. Cantillon'a göre girişimci, gelirlerin belirsiz, harcamaların ise belirli olduğu koşullar içerisinde faaliyet gösteren kişidir. Gelirin belirsiz olma nedeni, gelecekteki pazar talebini gerçekçi bir biçimde öngörmenin imkânsızlığıdır. Bu anlamda "gelir", satışlardan elde edilen gelirdir (Güney, 2015: 17–18).

Cantillon iktisadi anlamda üç tür öğeden söz etmiştir (Van Praag, 1999: 313–314):

- 1) Arazi sahipleri (sermayedarlar)
- 2) Girişimciler (ara kazanç, aracı)

3) Ücretle çalışanlar (işçiler)

Cantillon girişimcinin sistem içerisinde merkezi bir rolü olduğunu ve girişimcinin, ekonomideki bütün mübadele ve dolaşımdan sorumlu olduğunu ileri sürmüş, girişimciler sınıfının arz-talep dengesi yaratan sınıf olduğunu ifade etmiştir. Cantillon'a göre, girişimci, belirsizlik koşulları altında işi yapan kişidir (Wennekers ve Thurik, 1999) ve kâr elde etmek amacıyla mücadele eder. Yukarıda da ifade edildiği üzere girişimci, arz-talep dengesinin farkındadır, ancak, girişimciden, mevcut talepten farklı bir talep yaratması beklenmez. Bu anlamda girişimci “yenilikçi” birisi değildir (Güney, 2015: 18).

Jean-Baptiste Say (1767-1832), Avrupa'da ekonomi alanının ilk profesörlerinden birisi olmanın yanında kendi işletmesini de yöneten bir kişi olarak bilinir. “**A Treatise On Political Economy or the Production Distribution and Consumption of Wealth**” (1803, 1971) adlı eserinde girişimci, üretimin ve dağıtımın koordinasyon merkezindedir. Ayrıca işletmenin koordinatörü, modern lideri ve yöneticisidir (Van Praag, 1999: 314). Say, bu bağlamda, girişimcinin *yönetmel rolünü* ilk vurgulayan iktisatçı olarak tarihe geçmiştir. Girişimci, Fransız iktisatçı J.B. Say'dan itibaren dördüncü üretim faktörü olarak genel kabul görmüştür. Böylece klasik üretim faktörleri olan emek, sermaye ve tabiat faktörlerine girişimcilik de dahil edilmiştir. Say girişimci ve sermayedar arasında önemli bir ayrım yapmıştır. Sermayedar, para verip finansal bir risk alan kişiyi ifade eder. Ancak bu ifade, sermayedarın bir girişimci olmasını gerekli kılmaz. Say girişimciyi, yeni bir refah yaratacak şekilde üretim faktörlerini uyumlu bir biçimde bir araya getiren kişi olarak görür (Güney, 2015: 19).

Girişimcilik literatüründeki neo-klasik yaklaşımın öncülerinden olan **Alfred Marshall** (1842-1924)'a göre girişimcinin görevi mal ve hizmet üretmek ve aynı zamanda, yenilikler ve yöntemler sunmaktır. Girişimci, firma içerisindeki bütün sorumluluğu üstlenecek ve kontrol fonksiyonunu yerine getirecektir. Girişimci; üretimi yönlendirecek, iş riskini üstlenecek, sermaye ve işgücünü koordine edecek ve tüm bunların yanı sıra hem yönetici hem de işveren olacaktır. Açık göz bir girişimci, maliyetleri minimize etmeye yarayacak fırsatlar arayacak, örneğin yeniliklere önem verecektir. Marshall'a göre, başarılı bir girişimcilik bazı beceriler ve yetenekler

gerektirecektir. Örneğin girişimci aynı anda pek çok şeyi aklında tutmalı, ihtiyaç duyulan her anda hazır olmalı, hızlı hareket etmeli, bir şeyler yanlış gittiğinde sorunu çözecek kaynaklar bulmalı, değişikliklere uyum sağlamalı, istikrarlı ve güvenilir olmalıdır. Bu tür özellikler, aile yapısına, eğitime ve doğuştan gelen yeteneklere bağlıdır. Bu genel beceri ve yeteneklerin yanı sıra başarılı girişimcilik ticaret bilgisi, öngörü yeteneği, fırsatları görebilme yeteneği ve riski üstlenme şeklinde ifade edilebilecek özel yetenekleri de gerektirir. Genel ve özel beceri ve yeteneklere ek olarak, girişimci, işveren rolünün üstesinden gelebilmek için “doğal lider” olma özelliğine de sahip olmalıdır. Marshall’a göre başarılı bir girişimci olabilmek için hem şansa hem de iyi iş fırsatlarına gerek vardır (Güney, 2015: 20). Marshallcı pazar ekonomisi, girişimci sınıf üzerinde odaklanmıştır. Girişimciler üretim ve dağıtım süreçlerinde bulunanlardır. Girişimciler ekonomide arz ve talebi, firma içerisinde de sermaye ve işgücünü koordine eder.

Girişimciler üretime ilişkin tüm riskleri üstlenir, firmalarını yönlendirip yönetirler. Maliyetleri minimize edebilmek için yenilikçi bir eğilim sergilerler ve böylelikle ilerlemelere neden olurlar. Girişimcilik için pek çok beceri gerekir, ancak bu becerilerin aynı kişide toplanması çok rastlanan bir durum değildir. Böylelikle, girişimciliğin arz fiyatı, genellikle çok yüksek olmaktadır (Van Praag, 1999: 317–319).

Girişimcilik literatürünün en göze çarpan ve bu anlamda, literatüre en fazla katkı veren isimlerden birisi şüphesiz **Max Weber**’dir. Max Weber ilk olarak 1905 yılında yayınlanan **Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus** (Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu) adlı eserinde, kendi ifadesine göre, çağdaş yaşamımızın kaderini en derinden belirleyen güç olan kapitalizmi tanımlamaya çalışmıştır. Weber bu çalışmasında “elde etme güdüsü” ve “kazanç uğraşısı” nı birebir kapitalizm ile ilişkili görmez ve “sınırsız kazanma açlığını” nın hiçbir biçimde “kapitalizm” ve onun “ruhu” ile aynı olmadığını söyler. Weber ussal bir kapitalistin, hem yenilenen kazanç peşinde yani “verimlilik” peşinde olduğunu ifade eder (Güney, 2015: 21). Bu eserinde, “kapitalist” bir ekonomik eylemin, “değiş-tokuş fırsatlarının kullanımından kazanç bekleme üzerine kurulu, yani biçimsel kazanç fırsatları üzerine kurulu bir eylem” şeklinde anlaşılmasını tavsiye eder. Kapitalist kazancın ussal bir biçimde elde edilmeye çalışıldığı bir yerde, buna uygun

olan eylem, sermaye hesaplarına göre düzenlenir. Girişimin başında, başlangıç bilançosunun ve kârın belirlenebilmesi için de kapanış bilançosunun hazırlanması gerektiğini ifade eder (Weber, 2002: 17–18).

Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu adlı eserde, sermaye sahipleri ve işverenler, hatta işçi sınıfının eğitim görmüş yüksek tabakası, özellikle çağdaş iş kollarında yüksek düzeyde teknik ya da ticari eğitim görmüş personeli Protestan özellikleri taşıdığı belirtilmiştir. Weber, Protestanların bütün dünya nüfusu içerisinde sermayeden büyük ölçüde pay almalarını, büyük çağdaş endüstriyel ve ticari iş alanlarındaki işletmelerin üst basamaklarında ve yöneticiliğinde bulunmalarını tarihi temellerle açıklamaya çalışır. Weber'e göre ülkenin dini havası ve aile çevresinin yönlendirdiği eğitim ile kazanılan ruhsal özellikler, kişinin meslek seçimini ve daha sonraki meslek kaderini etkiler. Gezin zanaatkarlar içinde Katolikler, kendi zanaat kollarını korumada daha güçlü bir eğilim gösterir, görece sıklıkla da usta olurken, Protestanlar uzmanlık gerektiren işçilik pozisyonlarını ve yönetici kadrolarını doldururlar (Weber, 2002: 17–20).

Girişimcilik teorisinin en önemli kişilerinden bir diğeri ise, **Joseph Schumpeter** (1883-1950)'dir. Fikirlerinin pek çoğu **The Theory of Economic Development** (1911) adlı kitabında yer alan Schumpeter, **Capitalism, Socialism and Democracy** adlı eseri ile de ön plana çıkmış bir yazardır (Van Praag, 1999: 319). Schumpeter'in teorisi *yenilik* kavramına özel bir önem verir ve yeniliği iktisadi sistemin ana kuvveti olarak kabul eder.

Schumpeter bu anlamda yenilik için beş olay tanımlar:

1. Müşterinin henüz tanımadığı yeni bir ürünü ya da mevcut bir ürünün yeni kalitesini ortaya koyma,
2. Yeni bir üretim tekniği geliştirme,
3. Ülkedeki herhangi bir üretim biriminin önceden girmedığı yeni bir pazar bulma,
4. Yeni hammadde yarı mamul kaynaklarının bulunması,

5. Herhangi bir endüstride yeni organizasyonların oluşturulması, yenilik, teknoloji, pazar ve ürüne ilişkin bilgilerin iyice anlaşıldığı varsayımına dayanır (Güney, 2015: 23).

Schumpeter, girişimciyi “yenilikçi” bir kişi olarak tanımlayarak, teknoloji ve girişim kavramını bütünleştirmiştir. Girişimci kâr elde etmeyi ister ve bu amaca ulaşmak için “yeni bilişimler” ya da yenilikler yaratır. Yeni girişimsel bilişimler ekonomideki mevcut dengeyi bozar ve yeni bir denge yaratır. Böylelikle yenilik sürekli değişimi ve sürekli dengesizliği ifade eder (Güney, 2015: 23).

Schumpeter, yeni tedarik kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikame eden, kısaca sürekli bir inovasyon (yenilik) süreci içinde eskiyi terk edip daha etkin yeni yolları ve yöntemleri devreye sokarak (yıkıcı yaratıcılık) yaşayan dinamik girişimcileri ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak ifade etmektedir (Müftüoğlu, 2003: 430).

Girişimciliğin tarihsel gelişimindeki önemli yazarlardan birisi olan **Thomas C. Cochran** ekonomik gelişmede girişimci faktörünü analiz etmiştir. Cochran özellikle ekonomik değişim sırasındaki sosyal modelleme ihtiyacı üzerinde odaklanmıştır. Cochran’a göre yöneticilerin sahip olduğu özellikleri belirleyen unsurlar, o kültür de geçerli olan çocuk yetiştirme ve öğrenimdir. Yönetici, çocukken, okulda geleneksel unsurları ve ideolojileri öğrenir, eğitim gördüğü sınıfta mevcut olan tutumları özümser. Cochran en gelişmiş ülkelerde bile Latin Amerikalıların çocuk yetiştirme tarzının, Birleşik Amerika’da mevcut olan özelliklerden son derece farklı özellikler oluşturduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Amerika’da 1920’lerden önceki çocuk yetiştirme ve öğrenim tarzlarının, 1920’li ve 1930’lu yıllardan çok farklı koşullar yarattığını ifade etmiştir (Güney, 2015: 27).

Eskiden başarılı yöneticiler daha çok orta sınıfa mensup ailelerden çıkıyordu ve bu kişiler için Hristiyanlığın ahlaki değerleri, aile otoritesi ve güçlü bir yönlendirme oldukça önemliydi. Ancak 1920’li yıllarda başlayan psikoloji alanındaki gelişmeler, eski ahlaki değerleri zayıflamış çağdaş aileler Freud’cu ve Davranışçı Yaklaşımları benimsemiştir. Bu dönemde öğrenciyi toplumun merkezine koyan

okullar, iyi okullar olarak kabul görmüştür. Sonuçta yetişen yeni yönetici nesli, daha az kural ve ilkeyle, ancak, çevreleri ile daha fazla etkileşimde bulunarak eğitilmiştir. Meydana gelen bu değişim, Amerikan girişimciliğini işbirlikçi olma ve ekip çalışması gibi unsurlarının önemli olduğu, büyük ölçekli kitle üretimi yapan şirketlerin ihtiyaçlarına iyi bir yanıt vermiştir (Güney, 2015: 27).

Thomas C. Cochran'a göre son 150 yılda işletme yöneticileri, önemleri ihmal edilemeyecek üç değişimle karşı karşıya gelmiştir. Girişimciliğin Amerika'da daha hızlı bir biçimde gelişmesine neden olan bu üç tür değişim; hızlı sanayileşme, profesyonel yönetimin önem kazanması ve kitle üretimin yaygınlaşmasıdır (Güney, 2015: 27).

Girişimcilik literatürünün en göze çarpan isimlerinden olan **David McClelland, The Achieving Society** (1961) adlı eserinde, toplumun ekonomik gelişmesinin bireysel girişimciliğe bağlı olduğunu savunmuş, yüksek derecede başarı güdüsüne sahip olanların fazla bulunduğu toplumların ekonomik gelişmeyi başardıklarını ileri sürmüştür. Deneysel çalışmalar başarı güdüsünün davranışsal sonuçlarını şöyle özetlemektedir (Güney, 2015: 28):

1. Başarı güdüsü ile gerçek iş başarısı arasında olumlu bir ilişki vardır. Yüksek başarı güdüsü olan kişiler, daha iyi iş başarısı gösterirler.
2. Bu kişiler, kusursuzluğu, ödüllendirilmekten çok kendi gelişmeleri için isterler. Kendilerine para sunulduğunda zorla çalışmazlar. Rollerini saygınlıktan çok kusursuzluk temeline göre değerlendirirler. Kendilerine iş ortağı olarak arkadaş değil, uzman kişileri seçerler.
3. Yüksek başarı güdüsüne sahip bireyler, çabalarının sonuçlarından kişisel sorumluluk yüklenebilecekleri durumları tercih ederler. İyi şansa, kadere ya da talihe bırakmaktan çok, kendi rotalarını denetlemek isterler. Diğerlerinin fikirlerinden çok, kendi değerlendirme ve tecrübelerine dayanan bağımsız yargıda bulunma eğilimindedirler.
4. Çeşitli seçeneklerin başarı olasılıklarını dikkatle inceleyerek amaçlarını belirlerler. Bu amaçlar ne başarıyı garantileyecek ne de başarısızlık doğuracak derecede olmayan *ortalama* amaçlardır.

5. Yüksek başarı güdüsüne sahip bireyler, orta ya da uzun vadeli gelecekle daha çok ilgilenirler. Daha uzun vadeli bakış açlarına sahiptirler. Gelecek beklentileri daha fazla olup, geleceğin daha büyük ödülleri, şimdinin küçük ödülllerinden üstün tutarlar. Zamanın çabuk geçtiğinin bilincindedirler ve bu nedenle her şeyi yapabilecek yeterli zamanları olmadığını bilirler. Son olarak amaçlarına yönelik gelişmeyi denetleyebilmek için hemen, düzenli ve somut geriye bildirim elde etmek isterler.

David McClelland, girişimciyi, enerjik ve orta düzeyli risk almaya eğilimli kişi olarak tanımlamaktadır (Güney, 2015: 29).

Frank Knight (1885-1972), girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunmuş ve **Risk, Uncertainty and Profit** adlı doktora tezi ile, girişimcilik literatüründe göze çarpan bir diğer kişi olmuştur. Knight, Risk ve belirsizlik arasındaki farkı ortaya koyan ilk kişidir ve Cantillon'un girişimcilik teorisini genelleştirmiştir. Bunun yanı sıra, Knight, başarılı bir girişimci olmak için gereken özelliklerin ve motivasyonun analizini de yapmıştır. Knight'a göre başarılı bir girişimci olmak için, belirsizlik üstlenme ve yargısal karar vermede başarılı olmak gerekir (Van Praag, 1999: 322).

Knight'ın Belirsizlik Teorisi yönetici ve girişimci arasındaki sınırı oluşturur. Belirsizlik durumunda diğer insanları yönlendirecek kişiler, bilgi ve yargılama, ihtiyat, üstün yönetsel yetenek ve güven gibi özellikleri barındırmalıdır. Girişimciler ekonomideki gelişmelerden sorumludur. Başarılı girişimcilik, girişimsel becerinin yanı sıra iyi şansa bağlıdır. Girişimci, her tür belirsizliği üstlenerek topluma katkı veren kişidir. Girişimcilik risk üstlenme yeteneğinin yanı sıra, çalışanlara garanti edilen ücretin ödenmesini sağlayacak yeterli sermayeye sahip olma şartını da gerekli kılmaktadır. Girişimsel faaliyetler kârın yanı sıra, itibar ve iş tatmini ile ödüllendirilir (Güney, 2015: 30).

Yakın yüzyılda girişimcilik alanına katkı veren pek çok yazar olmuştur. Bu yazarların görüşleri Çağdaş yaklaşımlar adı altında nitelendirilmektedir. Çağdaş yaklaşım yazarları, G.S.L. Shackle, Israel Kirzner, Marc Casson ve Gifford Pinchot, Gartner ve R. Hisrich' tir. Bu yazarların görüşleri kısa bir şekilde özetlenecektir.

Shackle, belirsizlik şartlarında karar vermenin ruhsal yönü ile ilgilenmiş ve girişimciyi aynı bir artist gibi, “*yaratıcı*” olarak tanımlamıştır. Girişimci, hislerini, anlam ve duruma ilişkin algılamalar ile renklendiren kişidir (Güney, 2015: 30).

Isreal Kirzner, Competition and Entrepreneurship (1973) adlı eserinde girişimci konusundaki fikirlerini ifade etmiştir. Kirzner’ e göre girişimcilik sürecinin iki anlamı vardır:

1. Girişimsel rekabet,
2. Girişimsel keşifler.

Kirzner’e göre girişimciler, keşif yapma ve kâr fırsatlarını değerlendirme konusunda tetikte olan kişilerdir ve pazardaki dengeleyici güçlerdir. Girişimcinin özel bir yeteneğe ya da kişiliğe ihtiyacı yoktur. Girişimcinin ihtiyaç duyduğu tek şey özel bir bilgi, yani, “bilgi için nereye bakacağını bilmek” tir (Van Praag, 1999: 325–326).

Marc Casson, 1982 yılında yazdığı **The Entrepreneur: An Economy Theory** adlı eserinde kıt kaynakların koordinasyonuna ilişkin kararlara ve yargılara dikkat çekmiş ve girişimcilik konusunda iki yaklaşımın ayrımını yapmaya çalışmıştır:

1. Fonksiyonel yaklaşım,
2. Belirtici yaklaşım.

Bu iki yaklaşım arasındaki fark, **fonksiyonel yaklaşım** girişimcinin ne yaptığını ifade etmesi, yani, belirli fonksiyonlar ile girişimcilik fonksiyonunu gerçekleştirecek kişiyi tanımlamasıdır. **Belirtici yaklaşım** ise, girişimciyi kanuni statüsü, toplumdaki yeri ve diğer taraflarla ilişkisi itibariyle tanımlamaktadır (Güney, 2015: 30–31).

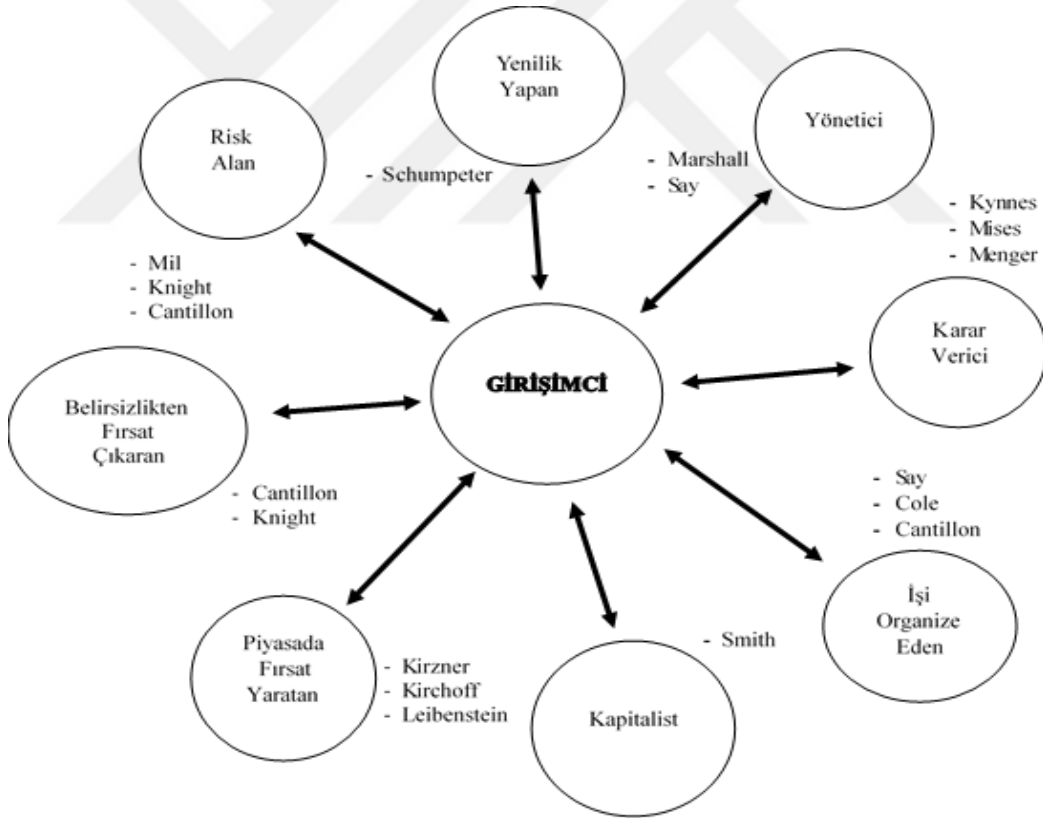
Casson, yukarıda da ifade edildiği gibi, girişimciyi kıt kaynakların koordinasyonunda yargısal karar verme konusunda uzmanlaşmış kişi olarak tanımlar ve yargısal kararların çok önemli olduğunu ifade eder. Bu tür kararlarda aynı amaçları paylaşan ve benzer koşullar altında yaşayan farklı insanların, farklı kararlar vermesi beklenir. Farklı kararlar verilmesinin nedeni ise bu kişilerin farklı bilgilere

sahip olması ya da farklı algılamalarının olmasıdır. Bu nedenle girişimci farklı yargılara sahip bir kişidir (Güney, 2015: 31).

Gifford Pinchot (1985), **iç girişimcilik** (intrapreneurship) kavramını tanımlayarak, girişimcilik literatürüne farklı bir boyut kazandırmıştır. İç girişimci, en genel tanımı ile, mevcut bir örgüt içindeki girişimciliği ifade etmek için kullanılan bir kavramdır (Antoncic ve Hisrich, 2001: 495–496).

Gartner (1985), girişimciliği yeni örgütlerin yaratılması olarak tanımlarken (Dollinger, akt. Güney, 2015: 32), **Robert Hisrich**, girişimciyi; farklı bir şey yaratma sürecinde gerekli zaman ve çabayı adayan, finansal, sosyal ve psikolojik risk alan, kişisel tatmin ile sonucunda parasal ödül alan kişi şeklinde tanımlamaktadır (Hisrich, 2002: 7).

Şekil 1. Klasik Görüş Açısından Girişimcilik



Kaynak: McFadden ve Oheigeartaigh, akt. Top, 2012: 8

Şekil 1.'de girişimci tanımları yapan yazarların girişimci tanımlarında üzerinde durdukları ortak noktalar gösterilmiştir. Bu ortak noktalar girişimciyi tanımlayan özellikler şeklinde de düşünülebilir.

1.2. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK TEORİSİNİN GELİŞİMİ VE GİRİŞİMCİ KAVRAMI

Türkiye’de girişimciliği ana hatlarıyla, Osmanlı İmparatorluğu dönemi, Cumhuriyet Dönemi, 1970’li yıllar ile 1980’li yıllar ve sonrası dört dönem olarak değerlendirmek gerekir (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği [TÜSİAD], 1987: 7).

1.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi

Osmanlı İmparatorluğu’nun Doğu-Batı ticaret yolları arasında olması nedeniyle ticaretin gelişmiş olduğunu söylemek mümkündür. Osmanlı İmparatorluğu’nun ekonomik politikasının temelini 16.yy.’dan itibaren iâşecilik sistemi oluşturmuştur. Bu sistemde tüketiciye kaliteli, ucuz fiyatlı, üretim miktarı ve çeşitliliği bol ürünler pazarlamak esas alınmıştır. Bu sistemi uygulamak için üretim ve ticaret kontrol altına alınmış ve gerektiğinde müdahale edilmiştir. Deniz ticareti oldukça önemli bir yere sahiptir ve gemiler, savaş zamanında seferlere gönderilmiştir. Zaman içinde büyük keşifler sonucu ticaret yollarının değişmesi Osmanlı ticaretini büyük ölçüde etkilemiş ve özellikle imparatorluğun son dönemlerinde, Sanayi devriminden sonra Batı ile yakın ilişkilerde bulunan Yahudi, Rum, İtalyan asıllı Türk vatandaşları ekonomik anlamda girişimci olmuşlardı. 2. Meşrutiyet Döneminde İttihat ve Terakki taraftarları tarafından “Milli İktisat” kavramı ortaya çıkarılmış ve ekonomik kalkınma için “müteşebbis sınıfı” oluşturulmasının gerekliliği savunulmuştur. Milli İktisat kavramının en önemli amaçlarından birisi, Osmanlı ticaretinde büyük rol sahibi olan gayrimüslimler ve yabancıların Türk müteşebbisler üzerinde yarattığı olumsuz etkiyi ortadan kaldırmak olmuştur. Bunun için sanayicilere destek verilmiş, millileştirmek için yabancılara verilen imtiyazlar kaldırılmış ve milli bankaların kurulması desteklenmiştir (Gümüşlüoğlu ve Karaöz, 2014: 103).

Osmanlı’da girişimciler bankerler, ithalatçılar ve genellikle tüccarlardır. İmparatorluk döneminde bir başka girişimci tipi, askeri amaçlarla yapılan işlerdir. Bu işlerin yabancı uzmanlar aracılığıyla yürütülmüş olması, Osmanlı Paşa ailelerinden gelip, bugün sanayici olarak adlarını sayabileceğimiz insanların sayısının hemen hemen yok denecek kadar az olmasına neden olmuştur (Güney, 2015: 33).

1.2.2. Cumhuriyet Dönemi

Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye savaştan yeni çıkan bir ülke olarak ekonomik anlamda güçsüz ve nüfusunun önemli bölümünü kaybetmiş bir ülkedir. Tüm bu olumsuzlukları silmek ve ekonomiyi geliştirebilmek için çeşitli çalışmaların yapıldığı bu dönemin en önemli adımı 1923 yılında düzenlenen İzmir İktisat Kongresi'dir. Bu kongrede, Milli İktisat anlayışı doğrultusunda Türkiye'nin kalkınması için gayrimüslimler ve yabancıların ticaretten uzaklaştırılması ve Türk girişimcilerin desteklenmesi, sanayinin geliştirilmesine önem verilmesi, girişimcilere destek olunması için milli bankaların kurulması gibi önemli fikirler ortaya çıkmıştır (Varlı ve Koraltürk, 2010: 133).

Gerçekten de İzmir İktisat Kongresi'nin Türkiye'deki girişimcilik çabalarının gelişiminde yadsınamaz bir önemi vardır. 1923 yılında toplanan İzmir İktisat Kongresi Bu dönem tarihimiz içinde ekonomik gelişmeler açısından büyük önem taşıyan bir olaydır (İnan, 1972: 9–18).

17 Şubat- 4 Mart 1923 tarihleri arasında toplanan İzmir İktisat Kongresi, İktisat Vekaleti'nin yani Ekonomi Bakanlığı'nın tertip ve daveti üzerine yapılmış ve Türkiye'deki ekonomi ile ilgili bütün grup ve kişiler burada bir araya getirilmiştir. Bunlar tarım, endüstri işçileri ile tüccarlardır. 1135 kişinin katıldığı bu kongrenin toplanma amacını İktisat Vekili Mahmut Esat (Bozkurt) şöyle belirtir: “Memleketin rençber, ticaret ve endüstri mensuplarının bir arada toplanacağı bu kongre, memleketin ekonomik gelişmesi için alınacak tedbirler hakkında görüşecek, tarım ve endüstri işçileri, sendika örgütü kuracaklardır. Bu sendikaların başında bir yönetim kurulu bulunacaktır” (İnan, 1972: 9).

Çiftçi, tüccar, sanayi ve işçi şeklinde ifade edebileceğimiz dört grubun temsil edildiği bu kongre 12 maddelik “İktisat Misakı” esaslarını kabul ederek Türkiye Büyük Millet Meclisi başkanlığına ve hükümete vermiştir. Bu misakın üçüncü maddesi şöyledir: “Türkiye halkı tahribat yapmaz imar eder. Bütün bu çalışmalar ekonomik bakımdan memleketi yükseltmek amacını güder” (İnan, 1972: 9–10).

1923 yılının Temmuz ayında Lozan'da barış sağlanıp kapitülasyonlar kaldırıldıktan ve Cumhuriyet ilan edildikten sonra 760.000 kilometre kare ve 12

milyonlu nüfuslu Türk Devleti'nin ekonomik gelişmeye hız vermesi iki yönden olmuştur:

- 1) Yabancı şirketler elindeki imtiyazları satın alarak millileştirme.
- 2) Endüstrileşmeye gidilirken, ulaşım için memleket yollarını bir plana göre yapmak (İnan, 1972: 12).

1923 İzmir İktisat Kongresinin ardından ekonomik gelişmeyi hızlandırmak adına 1927'de Teşvik-i Sanayi Kanunu çıkarılmıştır. Kanunun amacı sanayi yatırımı yapmayı hedefleyen fakat sermaye, mali ve teknik bilgi eksikliği olan girişimcileri desteklemektir. Teşvik-i Sanayi Kanununun çıkmasındaki ve karma ekonominin benimsenmesindeki en önemli neden girişimcileri kötü etkileyen faktörlerin var olması ve bunların girişimciye etkisini, devlet eliyle en aza indirebilmektir. Girişimcileri kötü etkileyen bu faktörler mali yetersizlikler, altyapı eksiklikleri, sermaye azlığı, tecrübe ve bilgi eksikliğidir. Kanun kapsamında Türkiye ekonomisinin gelişmesini sağlamak amacıyla yabancılara da sahip oldukları tecrübe ve bilgi nedeniyle Türk şirketlerinde çalışma izni verilmiştir (Gümüşlüoğlu ve Karaöz, 2014: 104).

Bundan sonra demiryolu, köprü ve karayollarının inşasına imkânlar oranında önem verilmiştir. Bütün mali güçlüklerle rağmen, 1928- 1938 yılları arasında, bazı yabancı şirketler satın alınarak millileştirilmiştir. Birinci Beş Yıllık Plan uygulamaya geçtikten sonra İkinci Beş Yıllık Plan daha geniş bir şekilde hazırlanmıştır (Güney, 2015: 34).

Kırım'dan, Makedonya'dan, Dobruca'dan, Arap Ülkelerin'den, Kazan'dan ve Asya'nın diğer yörelerinden ve Kafkasya gibi göç veren bölgelerden gelen göçmen Türkler edindikleri üretim kültürünü Türkiye'ye taşımışlardır. Örneğin, bugün ülkemizdeki tarım makineleri üretiminde, Tatar asıllı Türklerin Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve atla çekilen orak makinelerinin payı vardır. Duvarcı ustaları; Macaristan ve Romanya göçmenleridir. Bu örnekler daha da arttırılabilir. 1950'den sonra gelişen “her mahallede bir milyoner yaratma” özlemi Türk girişimcisini yaratma çabasının bir sonucudur (Güney, 2015: 34).

1950'li yıllar sonrası Türkiye'de yaşanan toplumsal ve siyasal olaylar (askeri darbeler, değişen hükümetler, Kıbrıs harekatı), girişimciliğin gelişimini ve ticari

hayattaki güveni azaltmıştır. Fakat insanların içinde oluşmaya başlayan girişimcilik ruhu kaybolmamış sadece çevresel faktörler dolayısıyla bastırılmıştır (Gümüşlüoğlu ve Karaöz, 2014: 104). İzmir İktisat Kongresi kararları ve karma ekonomi uygulamalarının olumlu etkileri McClelland'ın araştırmalarında da ortaya çıkmıştır. David McClelland'ın 1950'li yıllardaki araştırmalarını kapsayan ve 1961 yılında yayımlanan “Achieving Society” adlı eserinde, 42 ülkenin insanları, başarı güdülerini ve girişimcilik kabiliyetleri açısından sıralanmışlardır. Burada 3.62 puanla Türkiye ilk sırayı almaktadır (McClelland, akt. Gümüşlüoğlu ve Karaöz, 2014: 104).

1.2.3. 1970'li Yıllar

Bu dönem, cumhuriyetin kurulmasından bu yana amaçlanan devlet himayesinde girişimci sınıfı meydana getirme çalışmaları devam ettirilmiştir. Girişimci sınıfın geliştirilmesine yönelik bir dizi kanun çıkarılmış ve iktisadi devlet teşekkülleri kurulmuştur. 1970'li yıllar, özel girişimciliğin Türkiye’de gelişme gösterdiği yıllar olmuş ve üretim artışı temel hedef olarak belirlenmiştir (Marangoz, 2017: 20–21).

Eskişehir’de, Antep’te, Çorum’da ve Isparta’da incelendiği zaman 1970’li yılların girişimcilerinde şu temel nitelikler ortaya çıkmaktadır (Güney, 2015: 34–35):

- Çoğu yurtiçi ve yurtdışında yüksek öğrenim görmüş insanlardır.
- Var olan geleneksel mal üretimini bir ileri aşamaya götürmek amacındadırlar.
- Üretme hırsları temeldir. Yatırımın diğer boyutları olan yönetim felsefesi, verimlilik, kalite ve uygun fiyat ilkelerini pek düşünmemektedirler.

Bütün bunlara, kamu yetkililerinin sağladıkları geniş teşvikler de eklenince, 1970’li yıllarda sayıları hızla çoğalan girişimciler ortaya çıkmış, ancak bugün bunların önemli bir bölümü kriz işletmeciliği yapmak zorunda kalmışlardır. Bu girişimciler, bugünkü sorunların kökeninde yatan şu noktaları daha önce hiç düşünmemişlerdir:

- Sağlıklı ortaklık yapıları kurarak ana sermayenin kompozisyonunu ev halkı tasarrufuyla beslemek.
- Gerçek anlamda fizibiliteler yaparak, yatırımın pazar, teknoloji ve diğer sorunlarını önceden planlamak.

- Profesyonel yönetim ilkeleri saptayarak, gerekli kurumsal yapıları oluşturmak.

Bütün bunlar, krizle birlikte sanayileşmede ve işletmecilikte tıkanmalar yaratınca, Türkiye' de girişimcilik yeni bir boyut kazanmıştır.

1.2.4. 1980'li Yıllar

Türkiye'de girişimcilik konusunun özellikle 1980 yılından itibaren önemli gelişmeler kaydetmeye başladığını görüyoruz. Bu gelişmede 24 Ocak 1980 kararları ile yürürlüğe konan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye 24 Ocak 1980 kararları ile ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisini terk ederek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçmeye karar vermiştir. Buna paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri durumunda olan girişimcilik ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur (Güney, 2015: 35).

1994 ekonomik krizinde, Türk girişimcileri oldukça başarılı bir sınav vermişlerdir. Bu olumlu gelişme özellikle ihracat alanında kendisini göstermiştir. 1996 yılında Gümrük Birliği uygulamaya geçtikten sonra ortaya konan kötümser tablolar gerçekleşmemiş ve Gümrük Birliği ile en büyük darbeyi yiyeceği tahmin edilen KOBİ'ler bugün yollarına devam etmektedir (Müftüoğlu, 2003: 431).

İnsanların, adını bilgi ve iletişim toplumu koyduğu 21.yy.'da bilim ve teknoloji ile yaşanan gelişmelere paralel olarak; girişimcinin ve girişimciliğin ekonomik değeri ve toplumdaki önemi oldukça artmıştır. Bunun bir yansıması olarak da bireye ve bireysel yeteneğe dayalı girişimcilik ön plana çıkmış ve insanın entelektüel üretkenlik yeteneği önem kazanmıştır (Marangoz, 2017: 24).

Girişimcilik, insan yeteneği, içinde bulunan ortam ve kaynak sorunu üzerinde yükselen bir olgudur. Dünya'da ve Türkiye'de şartlar değişmiş, yepyeni bir girişimcilik anlayışı ve ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Son dönemlerde Türkiye'de girişimcinin sorunları, temel bir yönetim felsefesi ve bunun enstrümanlarının yaratılması noktasında yoğunlaşmaktadır (Marangoz, 2017: 24). Her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de girişimci ve girişimcilik özelliklerinin, toplumsal ve kültürel yapımıza uygun değerler üzerinde tanımlanması ve bu yönde bir girişimcilik

kültürünün kurulması girişimciler ve yeni girişimlerde bulunacak kişiler adına fayda sağlayabilir.

1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK GELİŞMEDEKİ ROLÜ VE ÖNEMİ

Girişimcilik demokrasinin yerleşmesinde, ekonomik gelişmede, kalkınmada ve bireysel düzeyde refahın kaynağını oluşturan süper bir role sahiptir. Girişimciliğin ekonomik kalkınmada mükemmel bir role sahip olduğu düşüncesi ise maalesef ekonomi düşünürlerinden gelmemiştir. Bu rolün ne olduğu da uzun süre anlaşılamamıştır. Ne zaman KOBİ'lerin, sektörün, ekonomik gelişmenin, iş yaratmanın, demokrasinin, liberalizmin ve toplumun en önemli unsuru olduğu anlaşıldığında, girişimcilik gerek gelişmiş ülkelerde gerekse gelişmekte olan ülkelerde bir ilgi odağı haline gelmiştir (Top, 2012: 36).

Girişimciler tarafından gerçekleştirilen yenilik faaliyetleri ve artan rekabet ekonomik büyüme açısından çok önemlidir (Wennekers ve Thurik, 1999: 49). Gerçekten de ekonomik gelişmede girişimcinin rolünü sadece kişi başına düşen geliri arttırmakla sınırlandırma doğru bir yaklaşım değildir. Girişimci hem iş hayatının hem de toplumun yapısını harekete geçirir ve değiştirir (Hisrich, 2002: 14–15).

Küresel Girişimcilik Monitörüne (GEM) göre girişimcilik sosyal, kültürel ve politik ortam tarafından şekillenmekte ve girişimci faaliyetleri ile sosyo-ekonomik kalkınmayı sağlamaktadır (Cansız, 2013: 15). Girişimcilik ekonomik büyümede kilit bir rol oynamakta, yeni ve küçük işletmeler istihdam yaratmanın yanı sıra inovasyon ve ekonomik büyümeye de önemli katkılar sağlamaktadır (Çetinkaya Bozkurt, 2014: 29).

Girişimciliğin önemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyip, bunu yatırıma, sonucunda da toplumsal refaha dönüştürmelerinde yatmaktadır. Çünkü yatırım neticesinde istihdam ve gelir düzeyi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak toplumun refah düzeyi artmaktadır. Yatırımlar ekonomik dengeye ulaşmada önemli etkenlerdir. Milli ekonomi açısından bakıldığında girişimcilerin yürüttüğü yatırım projeleri, aşağıdaki nedenlerden dolayı önem kazanır (Güvemli, 2001: 15–22):

1. Milli gelirde artış sağlanması,
2. Gizli ve açık işsizliğin giderilmesi,

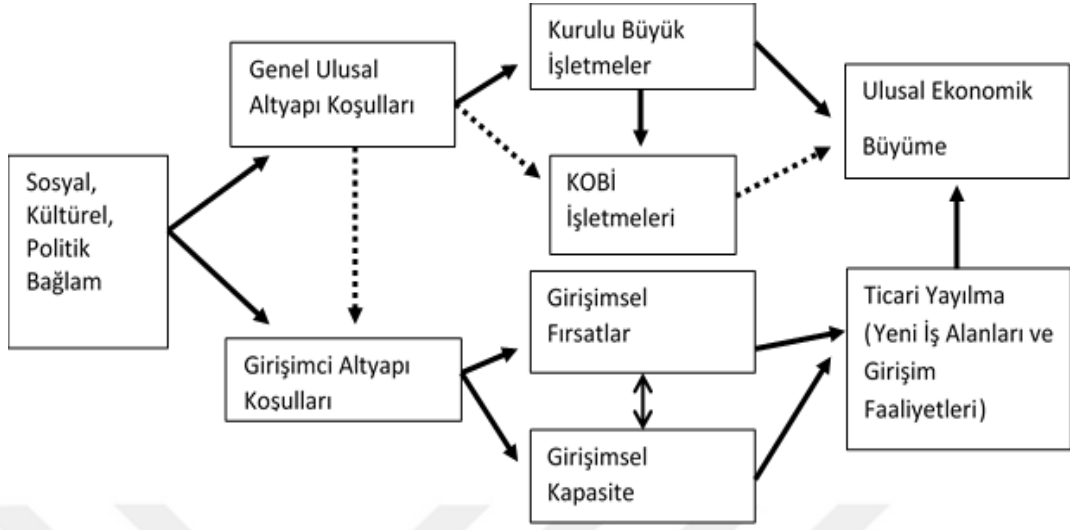
3. Gelir dağılımında adaletsizliğin önlenmesi,
4. Kalkınma ve sanayileşmenin yaygın hale getirilmesi,
5. Dış ödemeler dengesinde açığın kapatılması,
6. Yerli hammaddelerin üretimde değerlendirilmesi.

Girişimcilerin ekonomiye sağladığı yararlar ise şu şekilde ifade edilebilir (Güney, 2015: 71–72):

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

Girişimcilik sektörü; kamu müdahaleleri, vergi uygulamaları, ileri teknolojiler, kültürel normlar, çevre gibi genel ulusal koşullar çatısı altında ve yine aynı ve benzeri faktörlerle küresel koşullar çatısı altında bu faktörlerden etkilenmektedir (Hindle ve Rushworth, 2001: 6). Günümüzde bilim adamları, sporcular ve sanatçılar ülkelerin kültürel temsilinde en iyi göstergelerdir. Yeni girişimcilik ise ülkelerin teknolojik, ekonomik ve politik rekabetlerinde en iyi temsil göstergeleri haline gelmiştir (Top, 2012: 38).

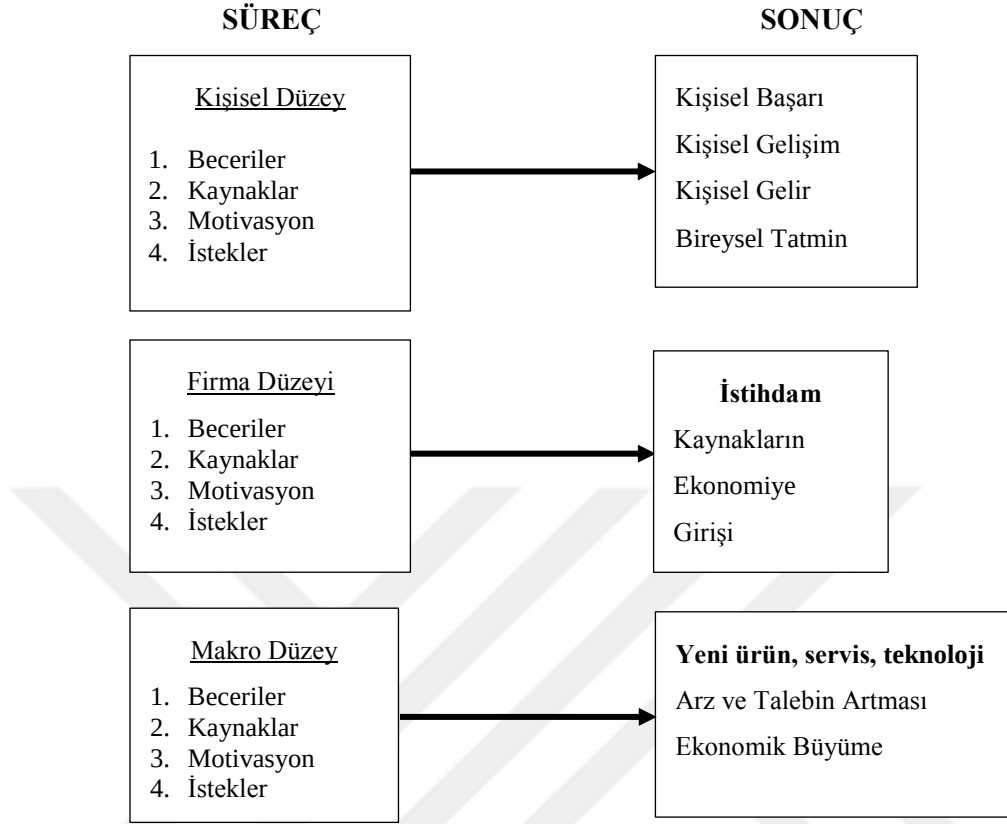
Şekil 2. Ulusal Düzeyde Girişimcilik Göstergeleri



Kaynak: Hindle ve Rushworth, 2001: 6; Top, 2012: 36

Şekil 2.'de görüleceği gibi, ülkelerin politik, kültürel, sosyal, stratejik ve teknolojik olarak yaşamlarını sürdürebilmeleri için temel üretim biçimleri yaratma veya değiştirme gücüne sahip olmaları gerekir. Genellikle üretim ve değişim teorisi, sadece ekonomik bağlamda ele alındığında konunun can alıcı noktası olan girişimcilik de sıklıkla atlanır. Her ülke için genel bir standart şablon niteliği taşıyan bu modelin sadece içeriği ülkelere göre farklılık gösterir. Girişimciliğin teorik yapısı iki ana esas üzerine oturtulur. Bunlardan birincisi mevcut ve genel ulusal girişimciliğin yapısal ve durumsal koşulları ile müstakbel (gelecekteki) girişimciliğin yapısal ve durumsal koşullarının hazırlanması gerekmektedir. Kurulu girişimcilik koşulları gereği iki ana temel üzerine yapılandırılır. Bunlar bilindiği gibi model ve kuluçkalık rolleri de olan kurumsal büyük ana işletmelerle KOBİ'lerdir (Top, 2012: 37).

Şekil 3. Girişimcinin Ekonomik Gelişmedeki Rolü



Kaynak: Güney, 2015: 72

Şekil 3.'te de görüldüğü gibi, girişimcinin ekonomik gelişmedeki rolü mikro düzeyden başlayarak makro düzeye kadar, başka bir ifadeyle kişisel düzey, firma düzeyi ve makro düzeye kadar tarif edilmektedir.

Son yıllarda girişimcilik üzerine geçmiş yüzyıldan daha fazla bir sermaye yatırımı yapılmakta ve girişimciliğin kalitesi de giderek nitelik ve nicelik açısından geçmiş yüzyıla oranla daha fazla gelişmektedir. Dünyanın pek çok bölgesinde girişimciliğin sosyolojisinde de önemli değişimler gözlenmekte, dünyada girişimcilik toplum tarafından da büyük bir kabul görmekte, teşvik edilmekte, tasvip ve tavsiye görmektedir. Küçük işletmelerin yaygın olduğu toplumların yüksek gelir düzeyi, düzenli ekonomik büyüme ve büyük endüstri liderleriyle yüksek sivil ortaklık düzeyine sahip olduğunu gösteren çalışmalar vardır. Küçük girişimci firmaların ekonomik temelinin çeşitliliğinin yüksek olması daha düzenli ve yüksek kaliteli sosyal hayata yol açmaktadır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 31). Bunlara paralel olarak akademik alanda da ilgi yoğun bir şekilde artmaktadır. Daha önceki

dönemlerdeki akademik ilginin azlığına rağmen, son zamanlarda girişimcilik ve yeni girişimci geliştirme konusunda oldukça yoğun çalışmalar yapılmaktadır. Bununla ilgili, yoksul ve zengin, gelişmiş ve gelişmekte olan, sanayileşmiş ve geri kalmış ülkeler tarafından özendirici, programlarla, eğitim programları ile desteklenmektedir. Girişimci neslin yaratılmasında, çağdaş girişimciliğe ilginin çekilmesinde bu bağlamda sınırsız yarar, sayısız neden vardır. Çağdaş girişimcilik ülkelerin sosyal, politik, ekonomik, teknolojik, sosyolojik ve psikolojik, kültürel ve askeri bağlamda geleceklerini sağlam temeller üzerine inşa etmektir. Girişimcilik modelleri her ülkede farklı gelişmeler gösterse de genel konsept hemen her ülkede standarttır (Top, 2012: 36).

Sanayi çağında tüm ekonomik çalışmalarda odaklanma genellikle büyük ölçekli işletmelere doğru olmuştur. Büyük işletmelere ana ekonomi şeklinde, küçük işletmelere ise ikincil ekonomi şeklinde yaklaşılmıştır. Ayrıca odaklanma ve yoğunlaşma da kurulu ve işleyen işletmeler üzerine olmuştur. Türkiye'de yeni iş kurma, yeni işletmeler oluşturma, yeni kuruluşlar ve girişimcilik ruhu ve felsefesi bir anlamda ikinci plana atılmıştır. Bilgi çağı ise tam tersi bir gelişme göstermekte yeni girişimciliğe ve KOBİ'lere odaklanmaktadır (Top, 2012: 37).

Bunlardan daha da önemlisi müstakbel girişimcileri girişimciliğe sevk edecek dürtülerin, teorilerin, girişimcilik kapasitelerinin tam olarak anlaşılamamasıdır. Yeni girişimcilerde oluşturulacak veya ortaya çıkarılacak beceriler, yetenekler de girişimci kişilik açısından devlet politikaları kadar önemlidir. Yeni girişimcilikte veya kendi işini kuracak kişilerde girişimci kişilik, özgüven, öngörü, vizyon, ahlak, fırsatı algılama, sezgi, cesaret, güven ve girişimci ruhu da diğer önemli faktörlerdir. Bu konular girişimcilik bazında ülkemizde fazla araştırılan konular değildir. Girişimcilik konusunda devletin görevlerinde çok büyük boşluklar olduğu kadar kişisel bazda girişimci kişiliklerde de önemli boşluklar bulunmaktadır (Top, 2012: 38–39).

Günümüzde girişimciliğin önemini artıran faktörlerden biri de geleceğin belirsiz ve risklerle dolu olmasıdır. Donanımlı ve son bilgiye sahip olan kimse geleceğin belirsizliğinden kaynaklanan riskleri ve tehlikeleri bugünden görmek ve başarılı olma olasılığına sahip olacaktır. Bu özellikler ise girişimcilerde mevcuttur. Çünkü girişimciler dinamik bir kişiliğe sahip, yeniliklere açık, büyüme tutkusuyla

hareket eden, riske ve tehlikeye yön verebilen insanlardır. Artan rekabet de girişimciliğin önemini arttırmış, ne üretsem satarım anlayışının yerini kaliteli ve düşük maliyetle üretim anlayışı ile değiştirmesi, yenilik ve yaratıcılık bakış açısıyla birlikte üretim ve işletmecilik anlayışını zorunlu kılmıştır. Yenilikçi ve yaratıcı zihniyetle hareket eden girişimciler ancak bu şekilde rekabet üstü kalabilmeyi başaramışlardır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 31–32). Girişimcilik ülkelerin sadece büyüme hızı konusundaki en etkili göstergelerinden birisi değil aynı zamanda içinde bulundukları toplumun, sosyal, kültürel, ekonomik, teknolojik, psikolojik çevresinin de ana fonksiyonudurlar. Girişimciliğin hayati olduğu gerçeği artık herkes tarafından kabul görmeye başlamıştır. Girişimcilerin nihayet toplumların damarlarında dolaşan kan gibi hayati olduğu gerçeği net olarak kabul görmeye başlamıştır (Top, 2012: 39).

1.4. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN UNSURLAR

Son derece güçlü bir kavram olan kültürün girişimcilik üzerine etkileri büyüktür. Örgüt kültürü en azından son 20 yıldır uygulamacı ve teorisyenlerin ilgisini çekmiş ve 1980'li yılların başında hemen hemen her türlü örgütsel sorun ve çıkmaza hızlı ve sabit bir çözüm olarak sunulmuştur (Güney, 2015: 205).

“Örgütsel Kültür” Amerikan akademik literatürüne 1979'da Pettigrew tarafından, Administrative Science Quarterly adlı dergide yayınlanan “On Studying on Organisational Cultures” (Örgütsel Kültürler Üzerine Çalışma) adlı makale ile girmiş ve bu nedenle nispeten yeni bir katkıdır, ABD yönetim literatüründe, aynı terim, tekil olarak, Blake ve Mouton (1964) tarafından başkalarının daha sonra "iklim" olarak adlandırdıklarını belirtmek için rastgele kullanılmıştır. Söz konusu kavram, 1976 yılında Silverzweig ve Allen tarafından yazılan bir makale ile “şirket kültürü” anlamında kullanılmaya başlanmış, Deal ve Kennedy tarafından yazılan bir kitapta başlık olarak kullanılarak daha fazla bilinir hale gelmiştir. "Kültür", yöneticiler arasında, danışmanlar arasında ve akademisyenler arasında, biraz farklı düşüncelerle bir hayranlık uyandırmıştır (Hofstede vd., 1990: 286).

En basit tanımıyla **kültür**, yeni örgüt üyelerine doğru olarak öğretilen ve bir örgütün, üyeleri tarafından paylaşılan değerler, inançlar, düşünce yapısı seti şeklinde tanımlanabilir ve yazılı olmadığı halde, üyeler tarafından hissedilen bir olguyu temsil

eder (Daft, akt. Güney, 2015: 208). Kültür, bir örgütün davranışını, tutumlarını, ilişkilerini ve tarzını düzenleyen özgün, yazılı olmayan, gayri resmi ayırt edici davranış kurallarıdır. "Örgütteki işleri yapma şeklimiz" in temelidir (Scarborough, 2011: 530). Küçük şirketlerin çoğunda kültür, strateji kadar önemli bir rekabet unsurdur. Şirket kültürünün, insanların bir arada çalışma tarzları, iş yapma şekilleri ve müşteriye yönelik davranışlar üzerinde büyük etkisi vardır (Güney, 2015: 208).

Hatta denilebilir ki, birey ve toplum üzerindeki en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş yaşam biçimleridir. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlaki kurallar, davranış biçimleri, yaşam tarzları ve sosyal çevreye kadar birçok ögede kültürün izleri görülür. Ön kabullerimiz ve tercihlerimiz büyük ölçüde, içerisinde yaşadığımız toplumsal kültürün eseridir. Kültürler aynı zamanda yaptırım sistemleri olduğundan özel tutum veya davranış biçimleri üretirler. Girişimci güdüler ve davranış biçimleri de bu ortamda vücut bulur. Başarı, risk üstlenme, cesaret, birikim yapma vs. gibi girişimci niteliklere ilişkin ilk telkinler ve uyarımlar kültür tarafından sunulur. Baskın değerler, kişiyi girişimsel davranmanın imkânlarıyla ya da imkânsızlıklarıyla karşı karşıya getirir (Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

Örgütteki girişimcilik kültürüne etkide bulunabilecek çeşitli faktörler vardır. Bunlardan birisi "başarı güdüsü" dür. McClelland toplumun ekonomik gelişmesinin bireysel girişimciliğe bağlı olduğunu savunmakta, yüksek derecede başarı güdüsüne sahip olanların fazla bulunduğu toplumların ekonomik gelişmeyi başardıklarını ileri sürmektedir. Başarı güdüsü, iyi iş yapma ya da bir kusursuzluk standardıyla rekabet etmenin önemli olduğu eylemlere yönelmedir. McClelland, başarıya önem veren kültürlerin, başarıya önem vermeyen kültürlerden daha fazla girişimcilik düzeyi sergileyeceğini öngörmektedir (Thomas ve Mueller, 2000: 288–290).

Bir işletmenin kültürü, girişimcinin değer sisteminden ve bu değerleri güçlendiren, yayan, bağlayan ve özetleyen semboller, adetler ve bir kültürel ağdan oluşur. Başarılı örgütlerin bazı niteliksel özellikleri vardır. Değerler, geleneklerden veya karizmatik liderlerden kaynaklanabilir. Başarılı girişimcilerin örgütlerinde; teknik, ekonomik, sosyal, psikolojik, politik, estetik ve ahlaki değerler

bir kültür iklimi oluşmasını sağlayan belirleyici değer ve göstergeleridir (Çelik, 1998: 29–31).

Girişimcilik "fırsattan yararlanmak için benzersiz bir kaynak paketini bir araya getirerek değer yaratma süreci" olarak tanımlanabilir (Morris vd., 1994: 69). Bireysel olduğu kadar, toplumsal ve kültürel bir olgu olan girişimciliğin oluşumunu etkileyen pek çok sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktör vardır. Girişimcilik bir özellikler veya davranışlar seti olarak düşünülürse, bu özellikleri, içinde geliştiği süreçler vasıtasıyla açıklamak daha doğru olacaktır. Bu bağlamda girişimcilik kültürü, bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkan değerlerin, öğrenilen ve sosyal olarak aktarılan toplamı olmaktadır. Dolayısıyla girişimcilik kültürü, bir bölgede veya ülkede girişimciliğin gelişip yaygınlaşmasında gerekli olan altyapı faktörleri içerisinde önemli bir role sahip olmaktadır (Güney, 2015: 211).

Girişimci için kültür, işletmenin kuruluş amacını, faaliyetlerini etkileyen inançlar, değerler ve bireylerarası ilişkilerin tamamı olarak tanımlanabilir. Girişimcilik kültürü, girişimciye yeni bir statü veren, yaptıklarını ödemeyi garanti eden, başkalarının kendisine iş imkânları yaratmasını beklemek yerine başkaları için iş imkânları yaratan yepyeni bir neslin yetişmesini sağlayacak bir kültürdür (Çelik, 1998: 32).

Bir ülkede ve toplumda girişimciliği ve girişimcilik kültürünü etkileyen unsurların en başında kültürel yapı gelmektedir. Kültürün, ait olduğu toplumun kurallarına, kurumlarına, süreçlerine, ilişkilerine ve yapılarına şekil vererek; üyelerinin çalışma derecesini, biçimini ve yöntemini güçlü bir şekilde yönlendirdiği genel olarak kabul edilmektedir (Güney, 2015: 211).

Sosyal ve kültürel antropoloji tarafından incelenen kültür kavramının kökeni Latince ekin anlamına gelen *cultura* kelimesidir ve en geniş anlamda, insanoğlunun doğadan kendisini ayırıp, doğada değişim yaratarak ortaya çıkardığı, her türlü fiziksel ve düşünsel yapıyı içine alır. Kısaca insan yapısı her şey kültür kavramının içinde değerlendirilebilir. Kültür kavramı yaşamın değişik yönlerini etkileyen ve bu anlamda iş görenlerin davranışlarını da belirleyen bir faktör olarak kabul edilebilir. İnsanlar okullarda, mağazalarda, dini kurumlarda ve evlerde bir araya gelmekte,

kitaplar okumakta, sinema-tiyatroya gitmekte ve böylelikle, temel değerler seti oluşturmaktadır. İnsanların kültür yoluyla kazandıklarını eğitim yoluyla bile değiştirmek çok zordur (Güney, 2015: 211–212).

Girişimcilik ruhunun oluşmasında da kültürel yapının çok önemli bir yeri vardır. Birey adeta içinde yaşadığı toplumda egemen olan kültürel değerlerin taşıyıcısı durumundadır. Dolayısıyla bir toplumdaki girişimcilik olgusunu anlamak için bazı kültürel unsurların bilinmesi gerekir (Güney, 2015: 212).

Sosyo-kültürel ortamın yönetim, liderlik ve insan kaynakları uygulamaları üzerindeki etkisini inceleyen önemli çalışmalardan biri 40 değişik ülkede ulusal kültürleri araştıran Geert Hofstede tarafından yapılmıştır (Güney, 2015: 212). Ulusal kültürleri eril ve dişil (masculinity-femininity); bireycilik ve kolektivizm (individualism and collectivism); güç mesafesi (power distance); belirsizlikten kaçınma (uncertainty avoidance) boyutlarında araştıran Hofstede kültürün 4 boyutu üzerinde durmaktadır (Sui Pheng ve Yuquan, 2002: 8–9):

Bireycilik – Kolektivizm: Bireyciliğin yüksek olduğu toplumlarda, bireyler, toplumun diğer bireyleriyle yakın olmayan ilişkiler kurar. Kolektivist toplumlarda ise, geniş aile yapısı ve ait olduğu grup üyelerinin sorumluluğunu alma eğilimleri vardır. Bireyciliğin kolektivist ya da grup çıkarlarının önünde olduğu toplumlarda bireysel girişimlerin egemen ve teşvik edildiği görülmektedir. Güçlü girişimciliğe sahip toplumların genelde bireysel girişimlerin, bireysel hak ve özgürlüklerin önemli olduğu toplumlarda olması rastlantı değildir.

Güç Mesafesi: Güç mesafesi bir toplumdaki bireyler arasındaki eşitlik ya da eşitsizlik derecesini ifade etmektedir. Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda daha çok hiyerarşik ilişkiler hakimdir ve kişiler arası güç dağılımı eşitsizdir. Mesafenin yüksek olması toplumdaki kişilerin statülerinin değişme olasılığını zayıflatır. Güç mesafesinin düşük olduğu toplumlarda bireyler arasındaki ilişkiler ve güç dağılımı daha kolaydır. Güç mesafesi düşük olan toplumların bireylerinde statü değişimi daha kolaydır.

Belirsizlikten Kaçınma: Toplumların risk ve belirsizlikten kaçınma konusundaki toleransıdır. Belirsizlikten kaçınma düzeyi düşük toplumlar, belirsizliği ve riski daha kolay kabul edip onla baş etme yollarını ararken yüksek olanlarda ise

risk ve belirsizlikten korunmak için kural ve prosedürlere bağlı kalma tercih edilir. Tolerans düzeyi düşük olanlar belirsizlik karşısında daha esnek ve aktif iken yüksek olanlar daha katı ve pasif davranış sergiler. Girişimcilikte ise belirsizlikten kaçınma düzeyi düşük olan toplumlar belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek olan toplumlara göre her zaman daha avantajlıdırlar.

Eril – Dişil: Erkek (eril) egemen özellikli kültürlerde başarı, kontrol ve güç açısından erkek egemen çalışma modelleri desteklenmektedir. Bu toplumlarda cinsiyet ayrımcılığı yüksek, erkekler, toplum ve çalışma hayatında egemen güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Erillik derecesinin düşük olduğu toplum kültürlerinde ise, cinsiyetler arasında farklılık gözetme ve ayrımcılık düşük düzeyde kalmaktadır. Kadın ve erkeklere her alanda eşitlik sağlanmaktadır. Bazı toplumlarda, yüksek hayat standardına sahip olma şans, kader ya da doğuştan sahip olunan (dışsal kontrol odağı) bir unsur olarak görülmektedir. Bu türden değer farklılıkları şüphesiz ülkelerin girişimcilik özelliklerini, iş yaşamını ve iş yapma geleneklerini doğrudan etkilemektedir.

Hofstede (2001)'e göre, erkek ve dişi kültürlere göre girişimcilik değişik şekillerde tezahür eder. Erkek kültürler, girişken, saldırgan, kararlı kişilikler üretirken, dişi kültürler uyumcu, fazla öne çıkmayan, içe dönük karakterlere açıklık gösterirler. Kültürün erkeklik boyutu; para kazanmaya önem verme, materyalist eğilimli olma, atılganlık, gözü peklik gibi özellikler sergiler. Dişi kültür, geleneksel anlamda dişilikle özdeşleştirilen şefkat, merhamet, nezaket, sadakat vb. özelliklere sahiptir. Erkek kültürlerde, çalışmak için yaşamak ilkesi benimsenirken dişi kültürlerde yaşamak için çalışmak ön plana çıkar. Erkek kültürde insanların kendine güvenleri daha fazladır. Erkek kültürlerde çocuklar; hırslı, girişken, rekabetçi bir tarzda yetiştirilirler. Bu kültürel nüanslar, girişimci kişiliklere açık olmayı önemli ölçüde etkiler. Bir başka deyişle, erkek kültürler, girişimci kişilik oluşumunda daha etkindir (Aytaç ve İlhan, 2007: 116). Dolayısıyla bu boyuta göre eril toplumlar ve kültürler, dişil toplumlara göre daha fazla girişimci özelliklere sahip olmaktadır. Bu araştırmaya göre Türkiye dişil değerlerin egemen olduğu grupta yer almaktadır (Güney, 2015: 213).

Yine Hofstede'nin çalışması ekonomik gelişme ve refah düzeyi ile bireycilik arasında ve ekonomik gelişme ile bir toplumdaki girişimcilik düzeyleri arasındaki olumlu ilişkilerin varlığını ortaya koymuştur. Bireycilik kendi başına bir yönelime, kendine yeterlilik üzerine bir vurguya ve insanların kendi başarısından gurur duyduğu bir kültüre işaret ederken; toplumculuk, paylaşım, iş birliği ve kişisel bilgilerin daha geniş bir çalışma grubuna bağlandığı bir durumu ifade eder. Bireyci kültürlerde bireyin kendini algılayışı ve kendine güveni geliştiği için girişimcilik konusunda toplumcu girişimciden daha cesur olmaktadır (Morris vd., 1994: 67–72). Bireycilik-kolektivizm özelliği bakımından ise Türkiye, bireyciliğin gelişmediği, kolektif davranmayı önde tutan kültüre sahip ülkeler arasındadır. Hatta Türklerdeki hemşehrilik ve adam kayırmanın, karşılaşılan problemleri devlete, Allah'a veya başka güce havale etme alışkanlığının veya kurtarıcı bekleme eğiliminin kökeninde bu kolektif davranış kültürünün yer aldığını gözlemlenmiştir (Sargut, akt. Güney, 2015: 214). Benzer şekilde bireyselcilikle yaratıcılık arasında da doğrudan bir ilişki olduğu ve bireyselci kültürlerin daha yaratıcı oldukları ileri sürülmektedir. Amerikan ve Japon kolej öğrencilerinin yaratıcılık düzeyi ile ilgili yapılan bir çalışmada Amerikan kolej öğrencileri daha yaratıcı bulunmuştur. Bunun sebebi ise Amerika'nın bireylerin kendine güvenini ve yaratıcılığını geliştirebildiği bireyselci kültüre; Japonya'nın ise kolektivist bir kültüre sahip olmasına bağlanmıştır (Saeki vd; akt. Güney, 2015: 214).

Belirsizlikten kaçınma özelliğinin yüksek olduğu toplumlarda insanlar belirsiz, açık olmayan ve yazılı kurallarda yeri bulunmayan riskli durumlardan korkmakta ve sürekli olarak kendilerini güvenceye almak istemektedirler. Buna karşılık belirsizlikten kaçınma özelliğinin düşük olduğu toplumlarda insanlar daha özgür olmayı, risk üstlenmeye, yenilik ve değişime açık olmayı tercih etmektedirler. Araştırmalarda Türkiye ve Japonya'da belirsizlikten kaçınma durumu yüksek bulunurken; ABD'de düşük düzeyde bulunmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da Türkiye ve Japonya gibi ülkelerde bireyler yaşam boyu çalışacakları garantili işleri tercih ederken; ABD ve İngiltere gibi ülkelerde bireyler kendilerini işlerine bağlı hissetmemekte ve çok kolay iş değiştirmektedirler. Söz konusu çalışmadaki belirsizlikten kaçma boyutu, gücün eşit olmayan bir şekilde dağıldığını ifade eden güç mesafesi boyutu ile ilişkilendirildiğinde ülkemiz açısından tablo daha da

ağırlaşmaktadır. Çünkü Türkiye hem belirsizlikten kaçmanın hem de güç mesafesinin yüksek olduğu grupta yer almaktadır. Öyle ki, belirsizlikten korkan insanlar, bundan kaçınmak için güç mesafesini açmaktadırlar. Böyle bir kültürde, astlar, üst makamdakilerle aralarındaki eşitsizlik seviyesini ve üstün gücünü kabul etmiştir; hatta bu astlar, neyi nasıl yapacaklarını bilmedikleri için yöneticilerinin yönlendirmesi ile iş yapmak istemektedirler (Güney, 2015: 214). Güç aralığı ve ast-üst ilişkisi ile ilgili olarak, Hofstede'in sınıflamasında ve genel olarak Batı yazınında yer almayan ancak kolektif ve hiyerarşik kültürde olduğu ileri sürülen **paternalizm** olgusu da önemli bir kültürel boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Paternalizmin hakim olduğu kurum ve toplumlarda, ebeveyn ile evlat arasındaki ilişkiye benzeyen ast-üst ilişkileri nedeniyle, üstler kendilerine sadık olanları daha çok sevip, ödüllendirmekteyken; bazı çalışanlar bundan mahrum bırakılmaktadır. Paternalizm olgusunun girişimcilik açısından önemi, yukarıda ifade edilen durumun zamanla bazı bireylerde lidere yakın olma çabasına ve her şeyi liderden bekleme alışkanlığına; diğerlerinde ise kendini önemsiz görme duygusuna ve öğrenme ve gelişme isteksizliğine yol açmasıdır. Paternalizmin yüksek olduğu ülkeler arasında yer alan Türkiye'de, çalışanların “baba” veya “abi” yerine koydukları yöneticilerin yol göstericiliğine ihtiyaç duymaları ve arkalarını onlara yaslamaları nedeniyle proaktif olmadıkları ve işlerini inisiyatif alarak yapmadıklarına ilişkin yerleşmiş bir inancın olduğu belirtilmektedir (Aycan, 2001: 3–6).

Toplumlardaki kültürel yapı da toplumların girişimcilik düzeyini etkiler. Kültürel yapı girişimciyi sahiplenir ve onu kahraman veya bir rol model olarak işaret ederse toplumun girişimcilik düzeyi ve girişimcilik kültürü ilerler. Örneğin Amerika'da toplum girişimciyi kahraman olarak görmekte ve girişimciliği özendirmekte ve teşvik etmektedir.

Sosyal etkenler arasında, cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi de belirleyici bir öneme sahiptir. Bununla birlikte, ABD'de girişimcilikle ilgili yapılan bir araştırmada ise, girişimcilerin sanıldığından fazla eğitilmiş oldukları ancak almış oldukları eğitimin, yaptıkları işlerle çok yakından ilgili olmadığı görülmüştür. Kişisel özellik itibarıyla da, girişimcilerin, başarıma gereksinimi, denetim kurma, risk alma ve cinsiyeti önemli bir değişken olarak belirlenmiştir. Aile kökeni itibarıyla, babanın da girişimci olduğu, hatta annenin de girişimci nitelikleri haiz olduğu tespit edilmiştir.

ABD'deki girişimciler, anne ve babalarının kendilerini iş kurmaya yönelttiği, girişimciliğe teşvik ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, ABD'deki girişimcilerin, işlerine çok bağlı, çalışkan ve etkin yöneticiler oldukları, işlerinde başarıyı yakalamak için her tür özveriye gösterme eğiliminde oldukları saptanmıştır (Çelebi, akt. Aytaç ve İlhan, 2007: 106).

Morrison, girişimcilikle toplumsal kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu ve kültürün girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirlediğini ileri sürmüştür. Ona göre, kültür, girişimciliği başlatan, harekete geçiren isteklere, güdülere demokratik kültürlerde bünyesinde yer vermektedir. Örneğin, başarısızlık ve yapılan hataların çok büyütülmemesi ve bunlara yüksek tolerans gösterilmesi, kişileri yenilikleri denemeye, teşebbüs etmeye cesaretlendirir. Bu toplumlarda, yeni şeyler yapma, değişiklik ve teşebbüse geçmenin desteklenmesi doğal olarak girişimci eğilimlerin güçlenmesine yardım eder. Bu bakımdan özellikle Kuzey Amerika ve Avustralya gibi daha eşitlikçi ve demokratik toplumların girişimci kişiliğin ortaya çıkmasına uygun alanlar açmak suretiyle girişimci kültürü beslediklerine vurgu yapar (Morrison, 2000: 62–66). Girişimci değerlere bünyesinde yer açmayan, onları engelleyen veya körelten kültürler de aksine, anti-girişimci eğilimlerin kökleşmesine neden olur (Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

Girişimci kişilik ve davranış ile ailenin sahip olduğu sosyo-kültürel ve psikolojik yapı arasında bir ilişki kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Kimilerine göre, aile, girişimci güdülerin oluşmasında hayati bir role sahiptir. Çünkü, aile, çocuğun karakteri ve davranışı üzerinde birinci elden belirleyici bir unsurdur. Aile, kendi değer, tutku ve heyecanlarını doğal olarak çocuğa yansıtır. Çocuğun, aile içinde tanık olduğu yaşantı örnekleri, onun bilinçaltında derin izler bırakır. İktisadi ve sosyal beceriler kazanmasına yönelik ilk işaretleri bu ortamda edinir. Aile, ne kadar dışa dönük, başarı yönelimli, atak, üretken, tutumlu yaşantıya sahipse çocuk üzerinde girişimci özelliklerin yerleşmesine hizmet eder. Küçük yaşta, çalışmaya, satış yapmaya, para biriktirmeye ve küçük yatırımlar yapmaya teşvik edilmiş aile ortamlarında, piyasa, rekabet, kazanç elde etme, mücadeleci olma vb. değerlere ilişkin ilk deneyim ve izlenimler kazanılır (Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

Kimi geleneksel, ataerkil aile yapıları girişimciliği engellemektedir. Ataerkil aile ve toplum yapılarında, ailenin etkisi, anne-babanın sıkı denetimi ve itaat kültürü çok baskındır. Bu yapı içinde yeniliğe açıklık, bireysel başarının hedeflenmesi, dinamizm, üretkenlik, risk almak gibi girişimciliğe özgü değerler ön planda değildir. Geleneksel aile düzeni, anti-girişimci tiplere açıklık gösteren bir kültür olma özelliği sergiler. Buna karşın, modern toplumlar ve aile yapıları, görece değişken, dinamik, rekabetçi bir kültüre açıklık gösterirler. Modern toplumdaki ailede yaşamı sürdürmek, aile ve cemaate yaslanmaktan çok bireysel çaba, emek ve cesaret gerektirir. Bu toplumda birey, aile içinde gözünü bu tür bir yaşantıya tanıklık ile açar. Modern aile yapıları, bir şekilde bireysel dinamizm ve özgür emeğin teşviki temelinde bir sosyalizasyon kültürüne sahiptir. Bu tarz bir kültür, şüphesiz girişimci bireylerin ve kültürel yapıların ortaya çıkmasına zemin hazırlar (Aytaç ve İlhan, 2007: 108). TÜSİAD (1987)'ın yaptığı bir araştırmada modern aile yapılarının etkisini öne çıkaran bulgular elde edilmiştir. Örneğin, girişimcilerin %62 gibi büyük bir kısmının ilk girişimcilik becerilerini aile ortamında kazanmış oldukları açığa çıkmıştır. Bu girişimciler, yaşadıkları çocukluk ve yakın aile çevresinin kendilerini yarışmacı ve mücadeleci kıldığını belirtmişlerdir (TÜSİAD, 1987: 37). Bu bakımdan, aile yapısı iki şekilde rol oynar. Birincisi, eğer bir girişimci, bir aile üyesinden girişimciliğin etkisi konusunda daha önce deneyime sahipse, kendi faaliyetlerinin sonuçlarına daha hazırlıklı olur. İkincisinde ise, aile girişimciliğin desteklenmesine, sürdürülmesine olumlu katkı sağlayabilir. Çalışmada temsil edilen tüm girişimciler için, girişimci davranışlarında ailenin olumlu desteğini sürdürmesi önemli olmuştur. Aile yapısı, girişimciliğin devamında da pozitif bir işlev görmektedir. Kenya, Güney Afrika, Avustralya ve Kuzey Amerika gibi ülkelerdeki girişimciler üzerine yapılan kimi araştırmalarda da aile yapısının bu yönde bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır (Morrison, 2000: 66–68).

Aile ile birlikte ele alınabilecek bir diğer faktör de, toplumdaki egemen çocuk yetiştirme tarzıdır. Yapılan birçok araştırmada, aile ortamının ve moral destek ağlarının varlığının (akrabalar, arkadaşlar) önemine dikkat çeker. Çocukluk dönemi aile ortamının ve verilen eğitimin niteliğinin girişimci eğilimlerin oluşmasını önemli ölçüde etkilediği ortaya çıkmıştır. Buna göre, kişilerin aldıkları eğitim, örnek aldıkları kişiler, kişisel değer ve motivasyonları, girişimci olmalarında büyük pay

sahibidir. Ailesinde girişimci olan çocuklar girişimci eğilimleri daha çabuk kapmaktadırlar. Aile ortamındaki moral ve iş birliği havası, girişimciye, firmanın kuruluş aşamasında karşılaşılabileceği sorunları daha rahat çözmesinde yardımcı olmaktadır (Swedberg, akt. TÜSİAD, 2002: 52).

Kimi toplumsal inanç sistemleri ve geleneksel değerler de, başarı güdüsü ve girişken çabaları teşvik edebilmektedir. Protestan ahlakının Batı’da girişimci bireyin oluşmasına olan katkısını bu bağlamda değerlendirebiliriz. Weber’in herkesçe bilinen Protestanlığı savunduğu gibi, maddiyata, üretime, sermayeye ve çalışmaya yapılan vurguların fazla olması, yine kişileri tembellik, faaliyetizlik ve miskinlikten kurtarmaya yönelik telkinler, iyi bir inançlı kişi olmak adına üretmeye ve çalışmaya yönelten güdüler olmuştur. Bu güdüler, kuşkusuz, kişinin yapıp edeceği her tür eyleme meşruiyet kazandırıcı bir işlev görmektedir. Yine, Weber, Protestanlığın bireycilik, başarı motivasyonu, girişimci mesleklerin meşruiyeti, rasyonalite, asketizm ve özgüveni vurgulayan bir kültürü teşvik ettiğini iddia etmişti. Bu etik, modern kapitalizmin ruhunun temel unsuruydu (Weber, akt. Basu ve Altınay, 2002: 373). Weber’in görüşlerini destekleyen McClelland da, dini değerlerin girişimci davranışa yol açtığını ifade etmektedir. Ona göre, Protestan iş ahlakı, çocuğa bağımsız yetiştirme pratikleri ve güçlü başarı motifi kazandırmakta ve zevki engelleyici bir tesir meydana getirmektedir. Bu sayede, yüksek başarı kültürü oluşmakta ve başarıya odaklı girişimciler ortaya çıkmaktadır. Weber gibi McClelland da, girişimciliğin ve iktisadi zenginliğin Protestan ahlakından kaynaklandığını ileri sürerek, az gelişmiş ülkelerin hiç birinin Protestan olmadığını ifade etmek suretiyle görüşlerini destekleme yoluna gitmektedir (Güney ve Çetin, 2003: 198).

Kültürle girişimcilik arasında ilişki kurulurken, kültürün niteliği, hangi kültürün destekleyici hangisinin engelleyici etkilere sahip olduğu sorunu da önem taşımaktadır. McClelland, girişimciliğe destek veren kültürlerin üç temel davranışı öne çıkarttıkları ve bunların 1. yüksek sorumluluk üstlenme 2. hesaplı risk alma ve 3. performansa dönük geribildirim talep etme olduğu üzerinde durmaktadır (Johnson, akt. Aytaç ve İlhan, 2007: 109). Bu temel davranış ölçüleri, kuşkusuz, toplumsal yapının yanı sıra, bu yapıyı çevreleyen politik, iktisadi ve teknolojik sistemle de ilişkilidir. Toplumsal amaçlar, değerler ve kalıplaşmış davranış biçimlerinin oluşmasında bu farklı yapısal ögeler hayati rol oynar. Toplumsal ve politik

kurumların yeniliğe, değişikliğe, belirsizlik ve risk algısına ne ölçüde tolerans gösterdikleri girişimciliğin açığa çıkma ihtimalini de ortaya koyar (Aytaç ve İlhan, 2007: 109).

Girişimci aktiviteler, pozitif sosyal çevre (özellikle aile, öğretmenler, akraba ve akran grubu) koşullarından büyük ölçüde etkilenir. Başarılı girişimcilerin bulunduğu sosyal çevrelerde, taklit ya da özenme yoluyla girişimci aktiviteler artar. Akran ya da akrabalık konseptleri, girişim için girişimcilik ruhunun ortaya çıkmasına yol açar. Örneğin, arkadaşlarının başarılı girişimciler olduğunu gören kişiler, onlar gibi olmaya dolayısıyla işletme kurmaya heveslenirler. Bu çevreler, potansiyel girişimciler için, öykünme, buluşma ve yeni işletmeler kurma çabalarına destek verirler (Hisrich, 2002: 12).

Girişimci kültür, kendi içerisinde, spesifik davranış kodlarına, tutum ve algılama tarzlarına, yaşam biçimlerine açıklık gösterir. Bu kültürde, aile, okul, sosyal çevre, kitle haberleşme araçları vs. bireyi üretkenliğe, rasyonel düşünmeye, kâr etme arzusuyla hareket etmeye, başarı tutkusuna sahip olmaya, rekabetçi bir kişiliğe yönlendirir (Aytaç ve İlhan, 2007: 116).

Girişimci kültürler, “kişisel bağımsızlık” temasına odaklanmışlardır. Bu kültürlerde bireylerin bağımsız hareket etme istemlerinin önü kapanmaz, aksine olumlu karşılanır. Bu tolerasyon, özgürleşme, kendi sesine kulak verme, hayalindeki şeyin peşine düşmek gibi girişimcilik için hayati unsurlara ivme kazandırır. Kişisel bağımsızlığa sahip kişi, baskılayıcı etkilerden uzaklaşarak, yeni, özgün, farklı, yaratıcı şeyler denemek, buluşlar yapmak, yeni ülkeler keşfetmek imkânı yakalar (Aytaç ve İlhan, 2007: 116).

Hiçbir kültür girişimciliği ne tamamen destekler ne de girişimciliğe tamamen karşıdır. Birçok alt kültür değer sistemleri dahilinde kültürel çerçeveyi şekillendirir. ABD’de girişimci alt kültür bölgelerine sahiptir. Route 128 (Boston), Silikon Vadisi (California) ve North Caroline Triangle geniş çapta bilinmesine rağmen Los Angeles, Denver, Cleveland ve Austin az bilinseler de girişimcilik için eşit önemde merkezlerdir. Bu alt kültürler, en bilinen faaliyetlerinden biri olarak yeni işletme kurmada girişimciliği destekler ve teşvik eder. Ayrıca, fırsat kollamak, teşebbüse geçmek, başarmak, yarışmacı bir mizaca sahip olmak da özendirilmektedir. Bu alt

kültürler de kendi içlerinde girişimciliği desteklemeleri açısından farklılaşırlar. Örneğin, Silikon Vadisi’nde, girişimciliği destekleyen kültürel faktörler olarak aile özellikleri ön sırayı alır. Yapılan araştırmalarda, buradaki girişimcilerin daha çok, bağımsızlığa önem veren anne ve babaların çocukları olduğu görülmüştür. Aile ortamının girişimciliğe pozitif destek vermesi, girişimci sayısının artmasında etkili olmuştur (Hisrich, 2002: 12–13).

Kültürel sistem (değer, norm, aile, sosyal çevre vs.), burada, girişimci benlik oluşturacak şekilde fonksiyon görmektedir. Yani, toplumsal kültür, bireyi atılganlığa, gözü peklığe, üretkenliğe, mücadele etmeye ve sonuçta başarmaya yönlendirici bir işlev görmektedir. Girişimci benlik, girişimciliğe odaklı kültürel ortamlara aidiyet taşır. Başka tür ortamlarda, girişimci benlik imkânsız değilse de çok güç ortaya çıkar. Girişimci kültürler, başarı güdüsü ve hür teşebbüsü kutsadıklarından, girişimci benliğin kökleşmesine katkıda bulunurlar. Girişimciliğe pozitif değer atfetmeyen toplumlarda, sağlam bir girişimci damarın oluşması olanaksızdır. Bu toplumlarda olsa olsa, “kurnazlık”, “köşe dönücülük”, “açık gözlülük” ya da “iş bitiricilik” gibi paraziter kültürel kalıplar köken bulur. Girişimci kültürler; kişisel başarıya dönük, güven katsayısı yüksek ve kişisel bağımsızlık odaklıdır. Ayrıca, esnek otorite ilişkileri, yüksek çalışma kültürü, hız ve dinamizm tutkusu, yüksek kâr arzusu ile hareket etme, verimlilik gözetme, zamanı verimli kullanma, rasyonel hareket etme, rekabetçi olma, risk alma, yenilik ve yaratıcı kapasiteye sahip olma, farklılık algısının yüksek olması vb. değer, tutum ve davranış kalıplarına yüksek oranda açıklık gösterirler. Bu yönleriyle dinamizm ve üretkenlik potansiyelleri oldukça yüksektir (Aytaç ve İlhan, 2007: 117).

Özetle kültür, girişimcinin ve girişimciliğin var olmasını, şekillenmesini ve nesiller boyu aktarımını sağlayan önemli bir faktördür. Kültür girişimciyi ne kadar sahiplenirse ve yaşamasına izin verirse içinde bulunduğu toplumsal yapı ve onun birimleri de girişimcilik sayesinde gelişir. Kültür, toplumları toplum yapan ve var olmasına, şekillenmesine neden olan ana etmendir. Bu ana etmen içine aldığı her şeyi etkilediği gibi girişimciliği de etkiler.

2. GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

Girişimcilerin kişilik özellikleri uzun süreden beri araştırılan konulardan biri olmasına rağmen, bu özellikleri farklı kültürlerde karşılaştırmalı inceleyen görgül araştırmaların tarihinin uzun olmadığı görülmektedir (Erdem, 2001: 48). Girişimci bireyin özellikleri; kişiliği, inançları ve değerleri, işletmelerin şu anki durumunu ve geleceklerini etkileyecek en önemli özelliklerindendir. Kişiliğin de girişimciliği etkilemekte önemli bir faktör olduğu, ancak tek başına yeterli olmadığı, diğer faktörlerle birlikte düşünüldüğünde anlaşılabileceği ileri sürülmektedir. Buna göre girişimcilik, kişiliğin dışında çok sayıda faktörün bileşiminden oluşan davranışsal bir süreçtir (Kızıltay, 2010: 32–33). Gibb (1987: 6), girişimci davranışlarını şu şekilde örneklemektedir. Ona göre, girişimci davranış: ilk adımı atma (initiative), ikna gücüne sahip olmak, yüksek riskten ziyade ölçülü risk almak, yaratıcılık, hayal gücü, esneklik, bağımsızlık, problem çözme, başarı ihtiyacı, kendi kaderini kontrol gücüne sahip olma, liderlik, yoğun çalışma şeklindedir.

Kişisel ve toplumsal zenginlik yaratmadaki önemlerinden dolayı girişimciler, uzun süredir yoğun çalışmalara konu olmuştur. Bu çalışmalar büyük ölçüde girişimcilerin kişisel özelliklerini cevaplamaya odaklanmıştır. Girişimciler, belirli özelliklere göre diğer insanlardan farklıdır ve bu, fırsatları diğerlerinden farklı algılamalarına, takip etmelerine vb. yol açar. İlk bakışta, bu varsayım kesinlikle makul görünmektedir. Gayri resmi gözlem, girişimcilerin aslında kişisel özellikleri bakımından diğer insanlardan farklı olduğunu göstermektedir. Örneğin, girişimcilerin risk alma istekleri, üstünlük arzusu, kişisel iyimserlikleri, belirsizliğe karşı toleransları ve kendi kaderlerini şekillendirme yönündeki güçlü tercihlerinde ortalamanın çok üstünde olduğu varsayılmıştır (Baron, 1998: 276–277).

Girişimcilerin kişilik özelliklerinin çalışma ve yaşam değerleriyle girişimcilik özellikleri arasındaki bağlantıyı demografik özellikler, kültürel yapı, eğitim ve değer algıları belirlemektedir. Çünkü her girişimcinin demografik özelliği, kültürel yapısı, aldığı eğitim ve değer algıları farklıdır. Dolayısıyla çalışma ve yaşam değerleri, girişimcilik özellikleri aynı zamanda kişilik özelliklerini de yansıtmaktadır (Kara, 2015: 29).

2.1. KİŞİLİK KAVRAMI

Kişilik kelime anlamı olarak, bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerinin bütünü, şahsiyet; insanlara yakışacak durum ve davranış; bireyin toplumsal hayatı içinde edindiği alışkanlıkların ve davranışların bütünü şekillerinde tanımlanmaktadır (TDK, 2019b). “Kişilik” sözcüğü kaynağını “Persona” eski Yunan tiyatrolarında drama oyuncularının kullandığı maskelere verilen isimden almıştır. “Persona” o dönemde maskenin arkasındakinin gerçek kişiliğini değil oynadığı tiplmeyi temsil etmekteydi. Zamanla kişinin gerçekte yansıttığı tavır ve davranışlarının bütünü anlatmak için kullanılmaya başlanmıştır. Kişilik günümüzde içsel kaynaklardan ortaya çıkan ve yaygın olarak kişinin davranışlarına hakim olan, biyolojik tabiatı ve deneysel olarak öğrenilenleri kapsayan, kişinin algılama, öğrenme, düşünme, başa çıkma ve davranış örüntülerini anlatmaktadır (Aslan, 2008: 8).

Sosyal yaşantının bir parçası olan kişilik, yüzyıllar boyunca ilgi görmesine rağmen bilimsel gelişimine, 1930’lu yıllarda kişilik psikolojisinin sosyal bilim alanlarından ayrı bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkmasıyla başlamıştır (Mc Adams, akt. Yelboğa, 2006: 196).

Kişilik kavramı insanın var olmasıyla başlayan bulunduğu ortamdaki sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel unsurlarla etkileşerek kendini geliştirir. Girişimciliğe yönelik psikolojik kuramlar, kişisel öğelerden hareketle girişimci kişiliği açıklamaya çalışırlar. Buna göre, kişisel niteliklerimiz bizim kim olduğumuzu, hangi psikolojik ve sosyal durumlarda bulunduğumuzu önemli ölçüde açıklar. Kişilik kuramları içerisinde, psikodinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımlar, girişimci bireyi, sahip olduğu tutum ve tavır kombinasyonu, bakış ve yenilikçi performansı ile farklı bir karaktere sahip kişi olarak resmederler. Bu perspektiften girişimcilik ileri derecede kişiselleşmiş bir aktivite olarak kabul edilir. Girişimcinin, kendi vizyonunu ve hırslarını yansıtan bir risk yaratmak için motive olduğu ve kendisini, toplumsal çevresini gözden geçirip yeniden örgütlemeye hazırladığı düşünülür (Morrison, 2000: 62–65). Büyük ölçüde, Freud’un kişilik kuramından türetilen bu yaklaşımlar, insanı yönlendiren bilinçaltı güdülerin kişiliğin oluşmasında temel rol oynadığına vurgu yaparlar. Bu bilinçaltı güdülerle, toplumsal ön kabullerin kimi zaman çatıştığı, kişinin genel yargılarla ters düşmeyecek tutum ve tavırlar içine girmeye zorlandığı

ileri sürülmektedir. Gerek toplumsal düzlemde gerekse de bir organizasyon çatısı altında, kişinin genel düzen ve yargılarla ters düşmesi halinde, tepki görmesi, reddedilmesi ve sonuçta “marjinal” ya da “sapan” bir kişi olarak görülmesi söz konusu olmaktadır. Girişimcilerin de, çoğu zaman, yerleşik değerlerle ters düşen bir kişilik yapısına sahip oldukları ileri sürülmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007: 104).

2.1.1. Kişilik İle İlgili Kavramlar

Kişilik, huy, karakter terimleri sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bu kullanımlar da anlam karmaşasına yol açabilmektedir. Kabaca bir ayırım yapılırsa huy biyolojik, karakter sosyal ve kültürel katkıları içermektedir. Zekâ ise hem yapısal hem de öğrenilmiş ve sosyal özellikleri taşıyan ve kişiliği etkileyebilen bir faktördür. Kişiliğin temel işlevi algılamak, hissetmek, düşünmek ve bütün bunları bütünleştirerek amaçlı davranışlara dönüştürmektir. Huy, kişinin yapısal olarak eylemlerini ve duygularını etkileyen tabiatı olarak tanımlanabilir. Kişiliğin üzerinde geliştiği kaba biyolojik zemin olarak kabul edilmektedir. Kişilik huy ve karakterin dinamik etkileşiminin bir sonucudur (Aslan, 2008: 9).

2.1.1.1. Karakter

Karakter, çevrenin ve yetiştirilmenin etkisi altında gelişmiş, öğrenilmiş tutumlardır, dolayısıyla zamanla değiştirilebilecek özellikleri içerir (Sayın ve Aslan, 2005: 277). Kişiliğin ana unsurudur ve kişiliğin ortaya çıkması için insanın ergin yaşa gelmesi, kendini tanıması, değerlemesi gerekirken, karakter çocuğun dünyaya gelmesiyle kendini belli eder. Karakterler, doğuştan var olur; değişmez ve sürekli. Muhakkak ki, kişiliğin oluşmasında doğuştan gelen eğilimlerin etkileri mevcuttur (Emre, 2007: 37). Belirli bir zaman dilimi içinde kişinin devam ettirdiği kişilik özellikleri karakterin bir görünümüdür. Sosyal ve ahlaki açıdan karakter, bireylerin bu konudaki farklılıklarını ifade etmek maksadıyla kullanılmaktadır. Karakter kavramı, bireyin yaşadığı çevrenin toplumsal değerleri ve ahlaki kuralları ile yakından ilgilidir (Erdurur, 2012: 33).

2.1.1.2. Mizaç (Huy)

Mizaç, Arapça bir kelimedir. Mizaç, “bir şeyle karıştırılmış başka bir şey” anlamına gelmektedir. Sonradan katılan anlamına geldiği için, ilk ve asli yaratılıştan gelen özelliklerdir. Mizaç veya huy, eşanlamli kelimeler olup, günlük yaşantı içinde kişiye özgü duygusal tepkilerdir. Mizaç, genel olarak kişiliğin kalıtımla ilgili

özelliklerini temsil eder. Bu tanıma göre, kişilik ve karakter, mizaçtan daha kapsamlıdır (Bilgiz, 2006: 137). Mizaç, bireyin organik yapısı, yani sinirlerin, dokuların ve salgı bezlerinin oluşum tarzları, huy (doğuştan gelen psikolojik hazırlıklar, yani dikkat ve hafıza gücü, hayal gücü) ve zekâ, bireyin yaşamı süresince mevcut olan kişisel niteliklerdir (Emre, 2007: 37). Huy; kalıtımla geçen ve yaşam boyunca çok az oranda değişen kişinin yapısal olarak eylemler ve duygularını etkileyen tabiatı olarak tanımlanabilir. Kişiliğin üzerinde geliştiği kaba biyolojik zemin olarak kabul edilmektedir (Aslan, 2008: 9; Sayın ve Aslan, 2005: 277).

2.1.1.3. Benlik

Benlik kavramı şahsın kendi ile algılamalarının, kişisel atıflarının, geçmiş yaşantılarının, gelecekle ilgili hedeflerinin, sosyal rollerinin onun zihninde temsil edilişi ve zihinde kavramsal ben olarak odaklaşmasıdır. Bireylerin sahip oldukları benlik şemaları ve içerikleri, söz konusu şahsın algılarını, bellek ve değerlendirmelerini etkileyen bir husustur. Her kişinin benlik kavramında kendine özgü çarpıcı yönler mevcuttur (Aydın, akt. Sayiner vd., 2007: 254).

Benlik algısını belirleyen diğer önemli bir kurum ise okuldur. Çocuğun ilk sosyalleşme ortamı olan okulda arkadaşları içerisinde öğretmenlerinden gördüğü yaklaşım ve akademik başarılarının değerlendirilme biçimi, onun benlik algısında önemli bir etkidir. Benliğin şekillendiği önemli bir devre ergenliktir. Ergen, akranları ile yaptığı karşılaştırmalar sonucunda kendi benlik şemalarını oluşturur. Bu süreçte fiziksel görünüm oldukça önemlidir. Karşı cinsle olan ilişkiler, çekicilik, arkadaşlar arası kabul benlik algılarını etkileyen etmenlerdendir (Sayiner vd., 2007: 254).

Benlik/kişilik oluşumunda modern dönemin bilinç formu da tipik modern benlik/kimlik temsillerine açıklık getirmektedir. Amerikan, İngiliz ve Japon eğitim sistemleri ve çocuk yetiştirme modelleri genelde, özerklik, başarı, rekabet, dayanıklılık, rasyonelite, verimlilik, gibi hususlara vurgu yapmaktadır. Bu çerçevede Lerner de, girişimci benliğin modernliğin temsili bir konfigürasyonu (yapılandırma) olduğunu iddia etmektedir. Bir başka deyişle girişimcilik, modernliğin tanımlayıcı figürlerinden biri olarak değerlendirmektedir (Ayata, akt. Aytaç, 2006: 153).

Shapero da, kişinin bir iş ve şirket kurma isteğini, sosyal kabul edilebilirlik beklentisinin belirlediğini ileri sürmektedir. Yine Casson da, diğerlerinden saygı görme arzusu ve benlik saygısını kazanma isteğinin girişimci eylemde bulunabildiğini belirtmektedir (Basu, akt. Aytaç, 2006: 146).

2.1.1.4. Yetenek

Kişiliği oluşturan unsurlardan biri olarak kabul edilen yetenek ise bireylerin belirli olay, olgu, durum ve ilişkileri algılayabilme, analiz edebilme, çözümleyebilme, sonuçlandırabilmeye ilişkin bazı zihinsel özelliklerinin ve bunları gerçekleştirmeye yönelik bedensel niteliklerinin hepsini ifade eder. Bu çerçeveden yetenek, bireyin zihinsel ve bedensel açıdan sahip olduğu özellik ve niteliklerin tümüdür. Bireylerin zihinsel ve bedensel özelliklerinden dolayı sahip olduğu farklılık, uygulamalarda karşımıza yetenek farklılığı biçiminde çıkmaktadır. Araştırmalar, zihinsel yetenek ile zekâ, buna bağlı olarak da kişilikle zekâ arasında önemli bir ilişki bulunduğunu, özellikle kişiliğin yaratıcı yönü ile zekâ arasındaki ilişkinin anlamlı olduğunu göstermektedir (Saritaş, 1997: 535).

2.2. KİŞİLİĞİ OLUŞTURAN FAKTÖRLER

Kişilik, bir insanın duyuş, düşünüş, davranış biçimlerini etkileyen etmenlerin kendine özgü görüntüsüdür. Devamlı olarak içten ve dıştan gelen uyarıcıların etkisi altında olan kişilik, bireyin biyolojik ve psikolojik, kalıtsal ve edinilmiş bütün yeteneklerini, güdülerini, duygularını, isteklerini, alışkanlıklarını ve bütün davranışlarını içine alır. Kısaca, kişiliğin oluşmasında insanın doğuştan gelen özellikleri ve içinde yer aldığı çevrenin etkisini bir arada görmek mümkündür (Yelboğa, 2006: 198). Kişiliği bir zaman dilimi içindeki davranış türü olarak görmemek gerekir. Kişilik, geçmiş, şu an ve gelecek zamanın oluşturduğu bir bütündür. Psikolojideki bazı kuramlara göre kişilik gelişimi, önemli ölçüde ergenlik dönemi sonunda tamamlanır, ancak yaşamın daha sonraki dönemlerinde de gelişmenin ve değişikliklerin ortaya çıkması olasıdır. Yetişkinlik döneminde ne tamamen aynı kalması ne de tamamen değişmesi söz konusu olmayıp bu yapı, genetik unsurlar, aile, eğitim ve sosyal çevre gibi faktörler ve bu faktörlerin birbiriyle etkileşimleriyle oluşur. Yaşam boyunca kişinin diğer insanlarla ilişkileri, deneyimleri ve bu yaşantılarına ilişkin yorumları ve kararları kişiliğin oluşumunu etkileyen faktörlerdir (Soysal, 2008: 7).

2.2.1. Kalımsal Faktörler

Kişilik, genel olarak kalıtım ve çevre faktörlerinin birleşiminden oluşur. Kalıtım, fiziksel karakteristikleri içerir. Çevre ise kültürel, sosyal ve durumsal faktörlerden oluşur. Kültürel değer ve normlar bireyin kişilik ve davranış gelişiminde önemli bir yer tutar. Sosyal faktörler; aile, din ve insanların hayatları boyunca katıldığı biçimsel veya biçimsel olmayan grupları içerir. Durumsal faktörler ise kendine güven ve bireysel yeterlilik gibi hususları kapsar. Kalıtım, kişilik özelliklerinin ne kadar gelişebileceği hakkında sınırlama getirir. Çevre ise bu sınırlamalar içerisindeki gelişimi belirler (Isır, 2006: 39). Kalıtım ya da soyaçekim (irsiyet), çevre etkisiyle köklü olarak değişmeyen özelliklerin anne ve babanın kromozomları ile bir kuşaktan ötekine geçmesi olup, insanın tüm yaşamına biçim veren önemli bir etkidir. Böylece, her birey, insan türüne özgü kalıtımın yanı sıra, kendi soyuna ve ailesine ait bazı kalıtım özelliklerini de taşımaktadır (Soysal, 2008: 7). Genetik etkenler daha çok çocuğun potansiyelinin belirlenmesinde ön planda iken, çevresel faktörler de bu potansiyelin kullanımına yöneliktir. Genetik etkenler arasında anne babanın zekâ düzeyleri, kişilik özellikleri, becerileri; çevresel etkenler arasında da beslenme ve beş duyu ile elde edilen deneyimlerin yanı sıra çocuğun içinde doğduğu aile ve özellikle de ilk yıllarda ana baba gelmektedir (Özdemir vd., 2012: 567).

2.2.2. Aile Faktörleri

Bireyin yetiştiği aile ortamı, aile bireyleri ile olan ilişkileri kişiliğin oluşmasında çok önemli bir role sahiptir. Luthans, “kişilik gelişiminde muhtemelen aile, sonrada sosyalleşme süreci en önemli etkidir” demektedir (Luthans, akt. Çetin ve Beceren, 2007: 115). Aile bireyleri, çocuğa çeşitli yollarla deneyimlerini aktardıklarından dolayı ailenin yetiştirme biçimi de kişiliği belirleyici bir unsurdur. Demokratik bir yapıya sahip aile yapısının, çocuğun daha rahat yetişmesine, objektiflik kazanmasına, rasyonel davranmasına ve zamanla daha aktif olup daha kolay sosyal ilişki kurmasına olanak sağladığı gibi yine anne-babanın, çocuğun zihinsel yapısının şekillenmesinde de etken olduğu saptanmıştır. Sadece ebeveynlerin değil diğer bireylerin de kişilik oluşumunda etkili oldukları belirtilmektedir (Çetin ve Beceren, 2007: 116).

2.2.3. Sosyo-Kültürel Faktörler

Kültür, toplumdaki insanların bütün öğrendiklerini ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Kültür, bir topluluğun tarihi süreç içinde kazandığı maddi-manevi değerlerini, duygu ve düşünce birliğini oluşturan her türlü yaşam biçimi, düşünce ve sanat yapıtlarının tümüdür. Bir ulusun yaşamını şekillendiren ve etkileyen değerler ve bunları ölçümleyen normlar örüntüsüdür (Karakaş, 2012: 72–73).

Kültürel değerler, toplumları oluşturan bireylerin, kişisel olarak sahip oldukları değer yargılarını ve olaylar karşısında sergiledikleri tavır ve davranışları yönlendirmektedir. Bu kültürel değerlerde ortaya çıkan küçük farklılıklar bile, tavır ve davranışlara büyüyük yansıtmaktadır. Benzer şekilde bireylerin bulundukları ve bir parçasını oluşturdıkları toplumlar için de bazı değer yargılarından ve olaylara karşı gelişen reflekslerden söz etmek mümkündür. Hatta bir topluluğun değer yargıları, bazen onu oluşturan bireylerin düşünce sistemi ile çelişebilmektedir. Bireyler içinde bulundukları organizasyonların normlarını benimsedikleri gibi bu yapının içinde kalabilmek için davranışsal değişimlere gitmektedirler (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 2).

Kültürel faktörlerin kişiliğe etkisi biyolojik faktörlere nazaran daha fazladır. İnsanlar bir toplum olarak yaşarlar ve üyesi olduğu bu toplumun kültürel değerlerinden etkilenirler. Kültürel yapı ile öğrenme arasında büyük bir etkileşim vardır. Kültür, öğrenmenin analizinde bir anahtardır. Çünkü, kültür insana ne öğreneceğinin ve nasıl öğreneceğinin yolunu gösterir ve daha da fazlası bireyi buna zorlar (Isır, 2006: 43).

2.2.4. Coğrafi ve Fiziki Faktörler

Kişiliğin oluşmasında bireyin içinde doğup büyüdüğü coğrafi çevrenin büyük etkisi vardır. İklim, tabiat ve yaşanan bölgenin fiziki şartları kişilik oluşumunda etkili faktörlerdir (Serçeoğlu, 2013: 5256–5267). Çünkü bireylerin kişilik oluşumunda etkili diğer faktörler üzerinde, özellikle de toplumun kültürü üzerinde coğrafyanın etkileri oldukça çoktur. Örneğin, kıyı kesiminde yaşayan insanlarla, kara bölgelerinde veya dağlık bölgelerde, sıcak ya da soğuk iklimlerde yaşayanların birbirlerinden farklılıkları olmaktadır. Bu kapsamda, soğuk iklim şartlarında yaşayan insanların daha sert ve donuk mizaçlı, buna karşılık sıcak iklim

ve kıyı kesimlerinde yaşayan insanların daha çabuk değişen duygusal tutumları ve daha yumuşak, gevşek mizaçları olduğu şeklinde genel bir görüş ifade edilebilir (Türk ve Helvacı, akt. Erdurur, 2012: 38).

2.2.5. Diğer Faktörler

Kişiliği etkileyen diğer faktörleri kitle iletişim araçları, yetişkinler grubu ve doğum sırası olarak sınıflandırmak mümkündür. Kitle iletişim araçları, kişiliğin şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan bireylerle kullanmayan bireyler arasında farklılıklar olmaktadır. Kitaplar, dergiler, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının, çocukların yetişmesinde ve gençlerin yeni davranış kalıpları kazanmalarında etkileri oldukça fazladır (Zel, 2001: 26). Bireylerin içinde bulundukları sosyal gruplardaki yetişkinlerden de kişilik oluşumunda etkilendiği söylenilebilir. Çünkü bireyler bazı örnek aldığı kişilerin davranışlarını kişilik oluşumunda kullanabilirler. Son olarak ilk çocuk olarak dünyaya gelen insanların daha zeki ve yetenekli oldukları araştırmalarla desteklenmiş ve özellikle girişimci liderlerin önemli bir çoğunluğunun doğan ilk çocuk oldukları yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle kişilik oluşumunda doğum sırasının öneminin büyük olduğu söylenebilir (Bird, akt. Serçeoğlu, 2013: 5257).

3. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ

Henüz hiç kimse mükemmel bir girişimci profili bulamamış olsa da, bir girişimcinin kişiliğini analiz ederken bazı özellikler ve tutumlar art arda ortaya çıkmaktadır. Araştırmalar, girişimcilere özgü benzersiz kişilik ve psikolojik özellikler tanımlamıştır. Girişimcilik literatüründe özel dikkat çeken bu özellikler şunlardır: başarı ihtiyacı, kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, yenilikçilik, risk alma eğilimi (Bezzina, 2010: 292). Bunlar girişimcilik özellikleri olarak en sık numaralandırılmışlardır. Örneğin, girişimcilik sürecini analiz ederken, Bygrave (1989) başarı ihtiyacı, iç kontrol odağı, belirsizlik toleransı ve hayati unsur olarak risk alma eğilimini de içeren bir model sunmuştur. Benzer şekilde, Robinson ve arkadaşları (1991) girişimci tutumlar olarak başarı, yenilikçilik, kontrol ve kendine güveni listelemişlerdir. Girişimcilik literatüründe bugüne kadar başarı ihtiyacı ve kontrol odağı en fazla dikkat çeken özellik olarak belirtilmektedir (Koh, 1996: 13–14).

Bu çalışmada girişimci kişilik özellikleri; başarı ihtiyacı, kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, risk alma eğilimi ve yenilikçilik olmak üzere altı başlık altında incelenecektir.

3.1. BAŞARI İHTİYACI

Girişimci davranışları etkileyen bir faktör olarak uzun zamandır öne sürülen McClelland'ın (1961) başarı ihtiyacı teorisi, insan davranışının ardındaki güçlü psikolojik itici güçtür. Başarıya ihtiyaç duyan bireylerin başarılı olmak için güçlü bir istek duydukları ve sonuç olarak girişimci davranmalarının daha muhtemel olduğuna inanılmaktadır. Girişimcilikle ilişkili olduğu düşünülen tüm psikolojik özellikler arasında, başarıya duyulan ihtiyaç en uzun tarihe sahiptir (Koh, 1996: 14). Girişimci özelliklere sahip bireyler yüksek ancak elde edilebilir hedefler belirlemekte ve kendi çabalarıyla bu hedeflere ulaşmak için çaba harcamakta, başarının ödüllendirilmesinden ziyade kişisel başarı ile daha fazla ilgilenmekte, başarıdaki ilerlemelerini izlemek için düzenli geri bildirim ihtiyacı duymakta ve genellikle tek başlarına ya da başkalarıyla çalışmayı tercih etmektedirler. Bu teori, başarı ihtiyacı yüksek olan bireylerin, diğer rollerden ziyade girişimci bir iş bulma ihtimalinin daha yüksek olduğunu göstermektedir (Bezzina, 2010: 294–295). Aslında, birçok çalışma, girişimcilerin girişimci olmayanlara göre ve girişimciliğe yatkın kişilerin girişimciliğe yatkın olmayanlardan daha fazla başarıya ihtiyaç duyduklarını göstermiştir (Gürol ve Atsan, 2006: 29).

3.2. KONTROL ODAĞI

Kontrol odağı, bireyin hayatındaki ödüller ve cezalarla ilgili algılarını temsil eder. İç kontrol odağına sahip bireyler, yaşam olaylarını kontrol edebildiklerine inanırken, dış kontrol odağına sahip bireyler, yaşam olaylarının, şans veya kader gibi dış faktörlerin sonucu olduğuna inanır. Rotter (1966), bir iç kontrol odağına sahip olanların, bir dış kontrol odağına sahip olanlara kıyasla başarı için daha fazla çaba sarf edeceğini varsaymıştır. Rotter, iç kontrol odağının öğrenme ile ilişkili olduğunu ve bu nedenle iç kontrol odağına sahip kişilerin dış kontrol odağına sahip olanlardan daha fazla motive olmaları ve başarı için çaba göstermeleri gerektiğini savunur. Dış kontrol odağı öğrenmeyi engeller ve pasifliği teşvik eder. Brockhaus ve Horwitz (1986), iç kontrol odağının başarılı olan girişimcileri başarısız olanlardan ayırt edebileceğini ileri sürmüştür. Genel olarak, girişimcilerin işleri dış etkenlere

bırakmak yerine açık bir emir almayı ve tutmayı tercih ettikleri düşünülmektedir (Bezzina, 2010: 295; Koh, 1996: 14). Böylece, iç kontrol odağına sahip girişimcilerin uzun vadede planlar yaptığına, vizyon sahibi olduğuna ve dahası yenilikçi, proaktif, saldırgan ve risk almaya büyük bir eğilim gösterdiklerinin kanıtıdır (Entrialgo vd., 2000: 139–140).

3.3. BELİRSİZLİĞE KARŞI TOLERANS

Bir durumu yapılandırmak için yeterli bilgi olmadığında, belirsiz bir durumun var olduğu söylenir. Bir kişinin belirsiz bir durumu algıladığı ve yaklaşmak için mevcut bilgileri düzenlediği biçim belirsizliğe toleransını yansıtır. Belirsizlik toleransı yüksek olan, belirsiz durumları zorlayan ve iyi performans göstermek için dengesiz ve öngörülemeyen durumların üstesinden gelmek için çabalayan kişidir. Girişimciler sadece belirsiz bir ortamda faaliyet göstermiyor; Mitton'a (1989) göre girişimciler, bilinmeyi merakla üstleniyorlar ve isteyerek belirsizliği araştırıyor ve yönetiyorlar. Bu özellik, bir bireyin belirsizlikten kaynaklanan stresin üstesinden gelme ve yönetme yeteneği ile ilgilidir. Wilkinson (2006) bu belirsizlik toleransını “duygusal esneklik” olarak adlandırmaktadır. Dolayısıyla, belirsizlik altında savunulabilir kararlar verebilecek (önemli bilgilere ulaşamıyorsa ya da elde edemeyecek kadar maliyetli olduğunda) ve bu durumları rahatsız edici ya da tehdit edici olmaktan ziyade çekici olarak görebilecek (kendisi ya da kuruluşun karşılaştığı ciddi sorunu anlarken) bireyler; belirsizliğe karşı yüksek tolerans düzeyi sergiler. Öngörülemeyen sayıda sorun ortaya çıktığında ya da bir işletme ilk kez kurulduğunda tolerans yolundaki bu belirsizlik oldukça önemlidir ve bu nedenle girişimcinin bu özelliğe sahip olması gereklidir. Bu nedenle, belirsizlik toleransının girişimci bir özellik olduğu ve girişimcilik eğiliminde olanların diğerlerine göre daha fazla belirsizlik toleransı göstermesi beklendiğine inanılmaktadır (Bezzina, 2010: 295–296; Koh, 1996: 15).

3.4. KENDİNE GÜVEN

Kendine güven, bireyin kendi kaynakları ve yeteneklerine olan inancıdır. Genel olarak, iyi yapabileceklerine ve iyi olacaklarına inanan bireylerin çaba, sebat ve davranış açısından motive olma olasılıkları, daha az yetenekli olduklarına ve başarılı olmayacaklarına inanan bireylere göre daha yüksektir (Bezzina, 2010: 296).

Giriřimcinin kendi işini kurmayı tercih eden biri olarak genel dūřuncesine bakıldığında, girişimcinin belirlenen hedeflere ulaşabileceğine inanması beklenebilir. Diđer bir deyişle, bir girişimcinin, ticari işleriyle bağlantılı olarak algılanan bir öz saygı ve yeterlilik anlayışına sahip olması beklenir. Ho ve Koh, kendine güvenin gerekli bir girişimci özellik olduğunu ve iç kontrol odağı, risk alma eğilimi ve belirsizlik toleransı gibi diğer psikolojik özelliklerle ilgili olduğunu ileri sürmektedir. Giriřimcilik literatüründeki ampirik çalışmalar, girişimcilerin girişimci olmayanlara göre daha yüksek bir kendine güvene sahip olduğunu göstermiştir (Koh, 1996: 15).

3.5. R SK ALMA EğİLİMİ

Bir kişinin risk alma eğilimi, belirsiz karar verme bağamlarında şansını dengeleme yönelimi olarak tanımlanabilir. Mill, risk almanın girişimcileri yöneticilerden ayırmada anahtar faktör olduğunu ve diğer yandan girişimcilik işlevinin öncelikle risk ölçümü ve risk almayı içerdiğini  ne s rm ştir. Girişimcilerin, k r elde etmede bir dereceye kadar kontrol veya beceri sahibi oldukları durumlarda ölçülü risk almayı tercih ettikleri düşünülmektedir. Girişimcilik literatürünün büyük bir kısmı, temel bir girişimcilik özelliği olarak risk almayı içermektedir (Koh, 1996: 15).

Rekabet avantajı elde etmekten hoşlanan, kaynakları yeniden düzenleyen ve işletmelerinin uzun vadede hayatta kalmasını isteyen girişimcilerin, riskli ortamlarda endişeleri artabilir. Bir girişimcinin yaşı, literatürde bir iş girişimciliği teşebbüsünün öncüsü olarak kabul edilir ve yaş ile risk alma arasındaki ilişki negatif olma eğilimindedir. Özellikle genç girişimciler, kendilerini gerçekleştirmek ve başarılı olmak için, yeni ürünler sunmada, yeni pazarlarda yatırım yapmada ve üretim/hizmet için yeni malzeme geliştirmede cesaretli olsalar bile, diğer deneyimli ve tecrübeli girişimcilerin aksine, risk almada düşük eğilim gösterirler (Poutziouris ve Wang, 2010: 371–373).

3.6. YENİLİKÇİLİK

Schumpeter (1942) girişimciyi aşağıdakileri yapabilen bir birey olarak tanımlamıştır:

Bir buluştan istifade ederek üretim modelini veya daha genel olarak, bir endüstride devrim yaratarak, yeni bir ürün üretmek veya eski bir ürünü yeni bir şekilde üretmek için

denenmemiş bir teknolojik olasılığı kullanarak reform yapmak veya devrim yapmak (Schumpeter, akt. Bezzina, 2010: 296).

Bu tanım girişimcinin önemli bir özelliğini vurgular “yenilik”. Aslında, girişimciler genellikle yaratıcı ve yenilikçi fikirlerle dolu bireyler olarak nitelendirilir ve ayrıca bu değerleri ek değer üretmek için mevcut kaynaklarla birleştirebilirler. Bu nedenle yenilik, “buluş”u (keşif) “buluşun değerinin ticari olarak gerçekleşmesi veya ekonomik getiri elde edilmesi” ile daha da ileri götürür. Yenilikçilik, ticari faaliyetlerin yeni ve benzersiz yollarla algılanması ve harekete geçmesiyle ilgilidir. Girişimciliği tanımlamanın yinelenen temalarından biridir. Girişimciliğin odak noktası ve temel bir girişimcilik özelliğidir. Girişimcilik literatüründe bildirilen kanıtlar, girişimcilerin girişimci olmayanlardan önemli ölçüde daha yenilikçi olduğunu göstermektedir (Bezzina, 2010: 296; Koh, 1996: 15).

4. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Ekonominin tetikleyici gücünü, dinamiğini oluşturan ve ulusal bazda zenginlik ortaya çıkaran, rekabeti arttıran, çok çeşitli ürün ve hizmetin sunulmasını sağlayan, çeşitli ve fazla iş fırsatı sunarak sosyo-ekonomik büyümenin ve gelişmenin önemli bir faktörü olarak kabul edilen girişimcilik, geleceğin dünyasında önemli bir potansiyel güç olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, 2000’li yıllarda, girişimci ve girişimciliğin önemi, bugüne kadar olduğundan çok daha fazla iken, girişimcilğe olan ilgi ve eğilimin ilerleyen yıllarda da hızlı bir şekilde artacağı öngörülmektedir (Börü, 2006: 21).

Eğilim kelimesinin sözlük anlamı; bir şeyi sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme, meyil, temayül etmektir (TDK, 2019a). Bir kişinin girişimcilik sürecini başlatması ya da süreçte yer alması, planlı ve kendi içerisinde bir amacının olması eğilimi ya da davranışdır (Krueger, Jr. ve Brazeal, 1994: 93). Bu davranış biçimleri, inisiyatif alma, sosyal ve ekonomik alanlarda düzenleme yapma ve başarısızlığı kabul etme olarak ifade edilmektedir. Bu davranış kalıpları girişimcilik eğiliminin yönünü tayin eder. Bu bağlamda girişimcilik eğilimi, işletmelerin giriştikleri girişimcilik faaliyetlerinde strateji oluşturma süreçleri ve stilleri olarak ele alınmaktadır (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 303).

Girişimcilik eğilimini açıklamaya yönelik yaklaşımlardan biri proaktif kişiliktir. Etkileşimci bakış açısından kaynaklanan, proaktif yaklaşım, bireylerin çevrelerini yaratma ihtimalini göz önünde bulundurur. Bireysel farklılıklar üzerine literatüre yeni bir katkı olan proaktif kişilik ölçeği, kişilik özellikleri ile girişimcilik arasındaki ilişkiye daha fazla iç görü sağlama potansiyeline sahip görünmektedir. Proaktif kişilik ölçeği, girişimcilikle ilgili sezgisel görünen bir fikir olan proaktif davranışa yönelik kişisel eğilimi ölçer. Proaktif kişilik ölçeği, bir kişinin proaktif davranışa yönelik eğilimini ölçer ve insanların çevreyi etkilemek için aktif oldukları ölçüde insanlar arasındaki farklılıkları tespit etmeyi amaçlar (Kerrick, 2008: 72). Girişimcilik durumunda, planlı davranış teorisinin yapıları şu şekilde tanımlanır: “Serbest mesleğe yönelik tutum”, serbest meslek sahibi olma ve örgütsel olarak işe alımda kişisel isteklilik algıları arasındaki farktır (Souitaris vd., 2007: 566–568).

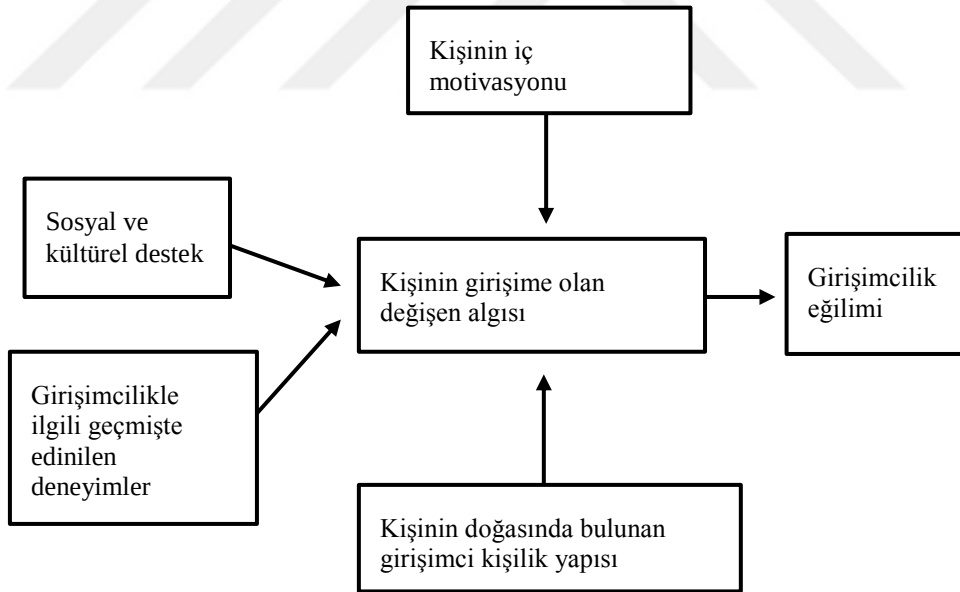
Girişimcilik eğilimi bireysel faktörlerle çevresel faktörlerin bir birleşimi olup, bireylerin kendi işini yapma konusundaki istek ve kararlılığını ifade etmektedir (Börü, 2006: 22). Bireyin bir davranışa yönelik ne kadar istekli olduğunu ne kadar çaba sarf edeceğini belirleyen eğilimler, yeni iş kurma kararında ilk aşamayı oluşturmaktadır. Tehditlere karşın fırsatların algılanmasıyla ilgili bir süreç olan girişimcilik, tesadüflerden ziyade bilinçli birtakım davranışların sonucudur ve bu davranışların etkinliğinde niyetleri şekillendiren motivasyon faktörlerinin büyük bir rolü vardır (Özdemir, 2010: 120). Girişimcilik eğilimi, girişimcilik davranışının bir parçası olup, özerklik, yenilik yapma, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi bir yapı gibi temel süreçler ile bütünü oluşturmaktadır (Börü, 2006: 22).

Yapılan çeşitli araştırmalar yeni bir girişim yaratma eğiliminin mevcut yaşam tarzı, çocukluk, aile çevresi, eğitim, yaş, iş deneyimi ve destek ağları gibi çeşitli unsurları kapsayan durumsal itme ve çekme faktörleri sonucunda ortaya çıktığını göstermektedir (Börü, 2006: 21). İten faktörler, başka alternatiflerin olmaması gibi bireyleri girişimciliğe zorlayan faktörlerdir (Özdemir, 2010: 120). Bazı bireyler çalıştığı işteki memnuniyetsizliği, istihdam edilmemesi ve kariyer planlarındaki olumsuz gelişmelerin etkisiyle girişimcilik eğilimine itilmektedir. Yapılmış bazı ampirik çalışmalar bu görüşü desteklemekte ve girişimcileri; yanlış görevde bulunanlar, toplum tarafından dışlananlar ve iş değiştirmeler olmak üzere üç grupta sınıflandırmaktadır. Bazı bireyler eğitim ve çeşitli iş fırsatlarını araştırma cesaretini

verecek iş olanaklarını keşfetme gibi olumlu faktörler tarafından girişimcilik eğilimine çekilmektedir (Börü, 2006: 21). Çeken faktörler, özerklik gibi bireyleri girişimciliğe çeken, girişimciliği cazip kılan olumlu faktörlerdir. Çeken faktörleri bağımsızlık, onay alma ihtiyacı, kendini gerçekleştirme, kendini geliştirme ihtiyacı, özerklik, finansal başarı, refah düzeyinin artırılma isteği, tanınma, rol modellerini izleme, iş ve özel yaşamı dengeleme olarak belirtmek mümkündür (Özdemir, 2010: 120).

Girişimcilik eğilimi, kişinin çevresel faktörlerin etkisiyle ya da kendi isteğiyle şekillendirdiği istek ve arzularını somutlaştırma niyetine girmesidir. Kişinin girişimcilik eğilimi sergilemesindeki nedenler ve girişimci olmayı tercih etmesinin nedenleri benzerlik göstermektedir. Bu benzerlikler kişiyi girişimsel faaliyetlere itmekte ve girişimcilik eğilimini doğurmaktadır. Sosyo-kültürel çevre, aile çevresi, kişinin kendini göstermesi, başarı ihtiyacı, tanınma ve saygınlık kazanma vb. tetikleyici unsurlar kişiyi girişimcilik eğilimine sevk eder.

Şekil 4. Girişimcilik Eğiliminin Kişide Oluşması



Kaynak: Avşar, 2007: 26

Kişide girişimci özelliklerinin bulunması yetmemekte, ayrıca yeterli derecede desteklenmesi de gerekmektedir. Bunun yanı sıra, kişinin geçmiş deneyimleri de, girişimde bulunma sürecinde, önemli bir etken olmaktadır. Bu bütünsel bakış açısı yukarıdaki Şekil 4. üzerinde daha iyi görülebilir (Avşar, 2007: 26).

5. GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimcilik ruhu (kişilik) kişilerde kalıtsal olarak var olabileceği gibi aile, çevre, eğitim durumu, kültür, kişisel değerler, iş tecrübesi, rol modelleri vb. gibi çeşitli unsurların girişimcilik ruhunun (kişiliğinin) gelişmesinde çok önemli etkenler olduğu kabul edilmektedir (Arslan, 2002: 3).

5.1. AİLENİN ETKİSİ

Aile, bireyin kişiliğinin oluşumunda ve toplumsallaşmasında etkin bir faktör olarak, toplumun sosyo-kültürel özelliklerini bireye aktarmaktadır. Böylece aile, birey davranışlarını düzenleyici bir sosyal ortam özelliği kazanmaktadır. Bireysel yaşamda insanlar, kişisel sorunlarıyla ilgili kararlarını bile kendileri kolayca alamamakta, güvendikleri ve inandıkları kişilerin görüşlerini alma gereği duymaktadırlar. Bu bağlamda, birey kararlarını etkileyenler olarak, öncelikle aile bireyleri akla gelebilir (Çerik, 2002: 3).

Serbest çalışan anne-baba, çocuklarının kariyer seçimini ve girişimcilik ilgisini etkiler. Ailenin etkisini açıklamak için iki model vardır. Bu modeller, ebeveyn rolü modeli ve aile destek modeli. Ebeveyn rolü modeli, serbest meslek sahibi ebeveynleri olan kişilerin ebeveynlerinin örneği nedeniyle kendi işlerini kurma olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Aile destek modeli, bu olguyu ailelerinin finansal veya sosyal desteğine bağlar. Bu nedenle girişimcilik eğilimi ile aile geliri veya sosyal durum arasındaki pozitif korelasyonun gözlenmesi beklenmektedir (Wang ve Wong, 2004: 165). Kişisel bağımsızlık isteği bir girişimcinin en önemli özelliklerinden biridir. Ailede yetişen çocukların tek başlarına hareket edebilme ve başkalarına tamamen bağlı olmadan hareket edebilmeleri bireyci, düşük güç mesafeli ve belirsizlikten fazla korkmayan ve eril özellikleri yüksek kültürel özellikler sergileyen toplumlarda söz konusu olmakta ve girişimcilik ile girişimci kişiler bu özelliklere sahip kültürlerde daha fazla mümkün olmaktadır (Güney ve Nurmahamatuly, 2007: 71).

5.2. EĞİTİMİN ETKİSİ

Ülkelerin kalkınmışlık düzeylerini ekonomik, siyasal, sosyal göstergelerden bakarak belirlemek mümkündür. Fakat bunların yanında ülkenin gelişmişlik derecesini sağlıklı saptamak açısından vazgeçilmez ölçütlerden birisi de ülkelerin

eğitim düzeyleridir. Ülke kalkınmasında önemli bir unsur olan eğitim kişi bazında yarar sağlamasının yanında, toplumsal alanda yarattığı etki nedeniyle ülke kalkınmasında da önemli bir yere sahiptir. Eğitim seviyesi yüksek olan toplumlarda emeğin verimliliğinin arttığı, gelir dağılımının daha adil hale geldiği, yönetimin daha demokratik olduğu, suç oranlarının düştüğü görülmektedir. Kalkınma aynı zamanda, ekonomideki yenilik ve yaratıcı düşünceyle çeşitlenmesi yaratılan bir süreç olarak düşünülebilir. Bu nedenle girişimci bireyler gelişmenin itici gücü olarak görülmektedirler. Pazardaki fırsatları görerek bunu yatırıma dönüştürebilme kararlılığı toplumlarda girişimcilerde mevcuttur, bu yatırımların neticesinde istihdam ve gelir seviyesinde yükselme, dolayısıyla toplum refahında toplamda bir artış söz konusu olabilmektedir. Bugün bireyler günlük yaşamında, toplumda daha iyi fırsatlar yakalamanın mümkün olduğunun farkındadır. Bu nedenle de ekonomik kalkınmada girişimciliğin önemi, girişimcilik kavramının geliştirilmesi ve ekonomik kalkınmaya direk etki etmesi sebebiyle girişimcilik eğitimleri ve genel eğitim- öğretim faaliyetleri üzerinde önemle durulmaktadır (Bayrakdar, 2011: 254).

Eğitim, kişilerin ve toplumların gelişmesindeki en önemli faktörlerden biridir. Girişimciliğin ve girişimci kişiliğin oluşmasında, kök salmasında eğitimin payı küçümsenemez. Eğitim sayesinde kişiler kendilerindeki potansiyel girişimci kişiliği fark ederek harekete geçme niyetine girmeleri sağlanabileceği gibi kişilerin girişimsel faaliyetlerinde izleyecekleri yol ve stratejiler yine eğitim sayesinde daha etkili olabilir. Özetle eğitim sayesinde girişimcilik kültürü gelişebilir ve toplumsal yapıya uyum sağlayarak hayatını sürdürebilir.

5.3. KÜLTÜRÜN ETKİSİ

Girişimciliğin sosyal özelliğinden dolayı kültürü oluşturan etmenlerden etkilenmektedir. Girişimcilik davranışını, doğup büyüdüğü çevre ve aldığı eğitim oluşturmaktadır. Girişimcilerin kültürel değişimlerden çabuk etkilenmekte ve ayakta kalabilmek için olayları çok yakından ve güncel olarak izlemeleri gerekmektedir (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 69).

Benzer kültürel ortamda yaşayan bireyler aynı kişisel ve toplumsal hayat görüşüne sahip olmaktadır. Dolayısıyla bu hayat görüşünden kesin bir şekilde ayrılmazlar ve bu bağlanış sayesinde toplum için önemli konularda o kültüre ait olan

insanların ortak bir karara, ortak bir yargıya yöneldiği görülür. Benzer kültürün üyeleri olan insanlar belli değerlerin korunmasına inandıkları için, aralarında birlik ve beraberlik oluşmaktadır. Bu bağlamda kültür birliği, sosyal dayanışmayı sağlayan temel faktördür (Sığırı ve Tıgılı, 2006: 328–329).

Bir kültürde yeni bir işletme kurulmasına değer veren, girişimciliği teşvik ederek daha fazla yeni işletmeler kurulmasını destekleyerek, aile ortamı girişimciliğe destek veren özellikleri bünyesinde barındırıyorsa; toplumun eğitim sisteminde girişimciliğe yer veriliyorsa ve girişimcilere karşı yüksek güven ortamı mevcut olan kültürlerde girişimcilik gelişme ve büyüme göstermesi daha yüksektir (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 69–70).

Özetle, kültür toplumları şekillendiren ana unsurdur. Kültürün girişimciyi sahiplenmesi ve onun için yaşama ortamı sunması girişimciliğin gelişimi için oldukça önemlidir. Yine girişimciliğin gelişmesini geciktirici ya da engelleyici kültürel yapılarda mevcuttur. Toplumlardaki kültürel yapı nasıl olursa olsun girişimci kişiliğin gelişiminde etkisi söz konusudur. Bu etki olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilmektedir.

5.4. ÇEVRENİN ETKİSİ

Girişimci kişiliğin ortaya çıkışında çevresel faktörler; genelde pazarın durumu, hükümet politikaları, ekonomik yapı şeklinde olmaktadır. Yine toplumun yapısı ve başarılı girişimcileri kahraman olarak algılanmaları, ihracata yönelenleri, istihdama katkı sağlayanları vatansever olarak görmeleri bireylerde girişimcilik arzusunu desteklemektedir (Çelik ve Akgemci, akt. Damar, 2015: 34).

Girişimci kişiliğin gelişiminde diğer bir etki unsuru olan çevre faktörü girişimsel faaliyetlerin desteklenmesi, girişimcilere yönelik geliştirilen politikalar, toplumun girişimcilere karşı gösterdikleri tutum, kültürel çevrenin girişimciliğe bakışı girişimciliği olumlu yönde etkilemektedir. Bunun tam tersi çevresel faktörlerde ise girişimci kişilik ve girişimcilik negatif yönde etkilenmektedir.

5.5. KİŞİSEL DEĞERLER

Kişisel değerler, bireyin hayatının şekillenmesine ve yönlenmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca kişisel değerler, kişinin deneyimlerini oluşturmaktadır. Kişilerin kazandıkları kişisel değerler yaşamı boyunca edindikleri tecrübeler, etkilendikleri

kişiler veya olaylar, aldıkları eğitim, sosyo-kültürel çevrelerinin kişide oluşturduğu etkiler sayesinde kazanılır. Böylece kişi, sahip olduğu değerler doğrultusunda girişim de bulunmakta ya da bulunmamaktadır (Damar, 2015: 34).

5.6. YAŞ VE CİNSİYET

Literatürde yapılan çalışmalarda cinsiyet, yaş dönemleri ve girişimcilik arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Çoğunlukla 22-25 yaş arası, girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak ortaya konmuştur. Bu yaşlar dışında da, kariyere başlamak mümkün olmasına rağmen, girişimcilikte başarı için yüksek enerji ve finansal destek gerekli olmaktadır (Bozkurt, 2007: 96).

Öğrencilerin cinsiyetleri ile kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmeleri ve gelecekte kendi işlerini kurma niyetleri arasında olumlu bir ilişki vardır. Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha büyük bir çoğunluğu kendini girişimci bir kişiliğe sahip görürken, benzer şekilde erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha büyük bir çoğunluğu gelecekte kendi işlerini kurmayı istemektedirler (Barutçu ve İrmiş, 2012: 23).

Girişimci kişilikte, cinsiyet faktöründe erkekler kadınlara göre risk alma eğilimleri daha yüksek, belirsizliğe karşı toleransa sahip, hırslı ve inatçı özellikleri daha çok kendilerinde barındırdıkları için girişimci kişiliğe daha yakındırlar. Kadınlar ise daha kontrol odaklı, katlanılabilir risk alma eğiliminde, belirsizliği pek sevmeyen özellikleri barındırdıkları için erkeklere göre girişimci kişiliğe daha az yakındır. Yaş faktörü ile ilgili ise çeşitli çalışmaların sonucunda 20-25 yaş aralığı girişimsel faaliyetlerde bulunma yaşı olarak çıksa da bazı çalışmalarda yaş aralığı yukarı kaymaktadır. Girişimci kişiliği yaş ve cinsiyet faktörleri olumlu ve olumsuz etkileyebilmektedir (Güney, 2015; Hisrich, 2002; Marangoz, 2017; Top, 2012).

5.7. İŞ TECRÜBESİ

Bazı alanlarda uzmanlığa sahip olmak çok önemlidir. Finans (özellikle risk sermayesi), dağıtım kanallarının geliştirilmesi, üstün ürün ya da hizmet geliştirme, pazar planı hazırlama gibi alanlarda kişinin tecrübesi ve iş hüneryi onun yeni bir işe başlamasında önemli bir kolaylaştırıcı unsurdur (Bozkurt, 2007: 96).

Girişimcilik ve girişimci kişilik açısından değerlendirildiğinde iş tecrübesi, kişinin girişimde bulunacağı alanın yapısı, özelliklerine göre değişmektedir. Kimi

faaliyet alanlarında girişimde bulunabilmek için o alanda iş tecrübesine sahip olmak, faaliyet alanının piyasa yapısını bilmek gerekli olabilir. Bir girişimsel faaliyette bulunup onu başarılı bir şekilde hayata geçirip devamlılığını sağlayabilmesi için kişinin gerekli bilgiye, pazar ve kuruluş stratejisine sahip olması gereklidir. Bu bilgi ve strateji genelde iş tecrübesi ile mümkün olmaktadır (Güney, 2015; Marangoz, 2017; Top, 2012).

5.8. ROL MODELLERİ

Rol modelleri girişimcilerin kariyerlerine etki eden önemli bir unsurdur. Rol modelleri; aile, kardeş veya diğer başarılı akrabalar hatta ulusal alanda çalışan diğer girişimciler olabilir. Rol modelleri, hem işe başlama sürecinde hem de işe başladıktan sonra bir destek sistemi oluşturur (Bozkurt, 2007: 96).

Girişimcilik, taklit edilerek başarılı girişimcilerin bulunduğu ekonomik çevrelerde daha hızlı gelişmektedir. Özellikle arkadaşlarının başarılı girişimciler olduğunu gören kişiler işletme kurmaya heveslenerek bu yöne yoğunlaşmaktadır (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 70).

Başarılı girişimcilerin fazla olduğu toplumlarda ya da bölgelerde kişiler kendilerine başarılı girişimcileri örnek almakta ve bu sayede girişimciliğe heves etmektedir. Bu rol modellerinin çokluğu gibi başarılı olmaları da önemlidir. Kişiler örnek aldıkları girişimcilerin başarı hikâyelerini, başarıya ulaşmada verdikleri çabayı da araştırmalı ve çıkarımda bulunmalıdırlar. Böylelikle girişimci kişilik rol model faktöründen olumlu şekilde etkilenebilir.

6. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

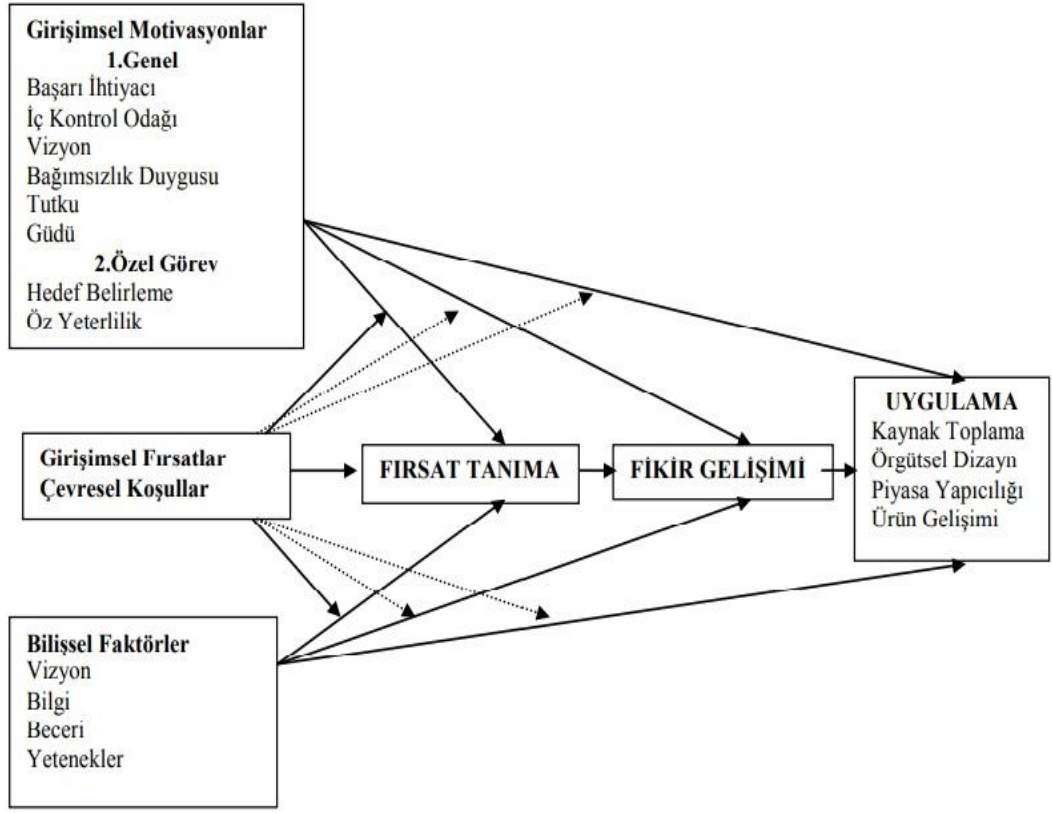
Girişimcilik sürecini başlatan en büyük neden, bir alandaki eksikliğin veya ilgili alanda farklı bakış açısının yakalanması olarak ifade edilebilir (Tekin, 1998: 3). Girişimcilerin yeni iş planlama, kurma ve varlık yaratma işlevlerini açıklayan bir süreçtir. Bu bağlamda süreç, var olması gereken, birbiriyle bağımlı ancak sonsuz şekillerde birleştirilebilecek olan girişimci, fırsat, kaynaklar ve örgüt unsurunu içermektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 302). Bu süreci başlatan sebepler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Tekin, 1998: 3).

- Kâr elde etme isteği

- Bağımsız olma isteği
- Kişisel tatmin sağlama isteği
- Miras bırakma isteği
- Kendi adını yaşatma İsteği

Girişimcilik faaliyetleri için motivasyona sahip olmak, yeni bir iş kurmak için anahtar özelliktir. Liderlik özelliklerine sahip, geçmişteki tecrübelerinden ders alan, zorluklardan yılmayan, amaç odaklı, amaçlarının peşinden ısrarla giden, dikkatli, problem çözme becerisine sahip kişiler; yeni bir girişim kurabilir ve girişimciliğin getirdiği yaşam tarzına ayak uydurabilirler. Girişimciler işlerini kurma aşamasında ve ilerleyen dönemlerde, birçok zorluğu aşmalıdırlar. Örgütlerinin zayıf yönlerini ortadan kaldırmalı, yakın ve genel çevre koşullarının doğurduğu tehditlerle başa çıkmalıdırlar. Bütün bunları gerçekleştirebilmedeki kilit unsur motivasyondur (Karabulut, 2009: 333). Yapılan bazı çalışmalar göstermiştir ki, bu süreç ve faaliyetleri etkileyen tek şey motivasyon değildir. Bilgi, beceri ve yetenekler (BBY) dahil olmak üzere bilişsel faktörler kesinlikle önemlidir. Tüm faaliyetler, motivasyon ve bilişselin birleşimi veya entegrasyonunun sonucudur. İlk olarak, girişimcilerin, özellikle endüstri ve başarı için kritik önem taşıyan ilgili teknolojiler hakkında bilgisi olması gerekir. Eksikliğinde ise belirli yeteneklere sahip insanları işe alabilir ancak doğru olanı yaptıklarını bilecek kadar uzmanlığa sahip olmalıdırlar. İkincisi, girişimci yeteneklere sahip olmalıdır. Gerekli beceriler şartlara bağlı olacaktır, ancak bunlar satış ve pazarlama, liderlik, planlama, karar verme, problem çözme, takım oluşturma, iletişim ve kriz yönetimi gibi faktörleri içerebilir. Üçüncüsü, girişimcinin istihbarat (haber alma) dahil gerekli yeteneklere sahip olması gerekir. Gerekli BBY'lere sahip olmak girişimcilerin organizasyon için başarılı bir strateji ve vizyon geliştirmelerini ve gerçekleştirmelerini sağlar. Motivasyon, girişimcinin ilk başta bu BBY'leri edinmesine ve gerekli eylemleri uygulamak için gerekli gücü ve enerjiyi sağlamasına yardımcı olur (Shane vd., 2003: 274–275).

Şekil 5. Girişimsel Motivasyon ve Girişimcilik Süreci Modeli



Kaynak: Damar, 2015: 36

Bir süreç olarak ele alınan girişimcilik için ilk olarak fırsatların belirlenmesi gerekmektedir. Fırsatları belirlemede piyasa analizi yapılarak piyasadaki açıklar gözlemlenerek girişime değer arz edip etmediğine karar verilir. Karar olumlu ise daha sonra belirlenen fırsatları hayata geçirmek için kaynakların bulunması ve kontrolü, iş planının hazırlanması ve örgütsel yapının şekillendirilmesi bu sürecin diğer aşamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli olan, fırsatlar belirlendikten sonra bunları hayata geçirebilmek için kaynakların etkin kullanılmasıdır. Bu iki aşamanın tamamlanmasından sonra, işin başarılı bir şekilde kurulup sürdürülebilmesi ve hedeflere ulaşabilmek için faaliyetlerin yönlendirilebilmesi amacıyla iş planı hazırlanmalıdır. İş planı kuruluş öncesinden başlayarak girişimin faaliyet alanına göre şekillenerek faaliyete geçtiğinde neler yapılacağını ya da ne şekilde organizasyonun hareket edeceğini ifade eder. İş planı sayesinde organizasyonun güçlü ve zayıf yönleri, pazara ilişkin stratejiler, finansal durum hakkında bilgileri

barındırır ve izlenecek yolun oluşmasına katkı sağlar (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 303).

7. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI

Girişimci, kimsenin göremediği fırsatları fark eden ve her alandaki yeniliği ve değişimi başlatan kişi olduğu gibi, yeniliklerin sürdürülmesi ve geliştirmesi de onun karar ve uygulamaları sonucunda gerçekleşebilir. Bu karar ve uygulamaları yönlendiren girişimci kültür ve zihniyetinin oluşmasında bu kişilerin eğitim düzeyleri, toplumsal ve ekonomik nitelikleriyle birlikte bireysel özellik ve davranışları etkili olmaktadır (Küçük, 2007: 29–35)

Toplumda girişimcilik rolüne sahip kimselerin yüklendikleri işlerin bütünü girişimcinin rolü olarak adlandırılır. Çağdaş bir girişimcinin yerine getirmesi gereken fonksiyonları şöyle sıralayabiliriz (Erdurur, 2012: 11).

- **Yeni mal ve hizmetleri üretmek veya bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitelerini yükseltmek:** Var olan mal ve hizmetin değerini, kalitesini, şeklini değiştirmek ya da yükselterek pazarda büyük avantaj ve kâr elde edebilirler.
- **Yeni üretim yöntemleri geliştirme ve uygulayabilme yeteneği:** Bazen yeni mal ve hizmet üretmek yerine, var olan bir kısım mal ve hizmetin üretim yöntemini veya pazara sunum şeklini değiştirerek kâr elde edebilir.
- **Endüstride yeni organizasyonlar kurmak:** Girişimcilerin belirli bazı örgütler kurarak, örgütsel ve çevresel yapıyı değiştirme ya da etkilemeleri ifade edilmek istenmektedir.
- **Yeni pazarlara ulaşmak:** Ülke içinde veya dışında mal ve hizmetlerini pazarlayabileceği yeni pazarlara ulaşmaya çalışırlar.
- **Hammaddelerin ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak:** Ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup denetim altına alarak rakiplerine karşı kâr ve avantaj elde ederler.

Girişimciliğin temel fonksiyonları göz önüne alındığında, girişimcilerin bilgi ve becerileri doğrultusunda iyi bir iş planı yaparak hayata geçiren, yeni fikirler bulup mal ve hizmetleri değiştirerek ya da geliştirerek en uygun şekilde piyasaya sunan kişiler olduğu söylenilebilir.

8. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI FAKTÖRLERİ

İşletmenin kurulabilmesinde ve işletmenin başarılı bir biçimde ekonomik faaliyetlerini sürdürebilmesinde girişimcinin rolü oldukça büyüktür. İşletme faaliyetlerinin en rasyonel biçimde sürdürülmesi girişimcinin ilgi alanına girmekte iken, yeni iş olanaklarının bulunması ve yapılacak yeni yatırımlarla işletmeye yeni açılımlar sağlanması da yine girişimcinin gerçekleştirmesi gereken işlevlerdir (Küçük, akt. Damar, 2015: 44).

İşletmenin başarıya ulaşmasında temel görev girişimciye aittir. Bu bağlamda başarılı olabilmek için bir girişimcinin bazı özellikleri taşıması gerekmektedir. İşletmenin başarısında, amaçlarına ulaşabilmesinde ve diğer işletmeler ile rekabet edebilmesinde önemli rol oynayacak özellikler; uzun süre yorulmadan çalışabilme, zorluklara kolaylıkla karşı koyabilme, davranış ve kararlarda azimli olma, mali gücünü kuvvetlendirinceye kadar az kârla yetinme, işin gerektirdiği teknik ve sosyal beceriye sahip olmadır (Karagöz, 2009: 63–64).

Başarılı girişimcilerde; sorumluluk duygusu, azim sebat ve kararlılık, yüksek tempoda çalışmayı sağlayan enerji, yaratıcı, yenilikçi ve analitik düşünebilme yeteneği, insan ilişkilerinde iletişim kurabilme yeteneği, teknik bilgiye sahip olma, işini severek ve isteyerek yapma, sorumluluk, hayal kurabilme yeteneği, misyon ve vizyon sahibi, daima öğrenmeye açık olma, özgüven sahibi, çalışkanlık ve üretkenlik, risk alma, esneklik, organizasyon ve yönetim yeteneği, girişimcilik eğiliminin yüksek olması gibi özellikler sayesinde girişimlerdeki başarı sebepleri daha iyi anlaşılabilir (Damar, 2015: 45).

İş Olanacağının Bulunması: Girişimciler, yapacakları pazar araştırmaları ile müşterilerin mevcut ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçların var olan yatırım veya ürünlerle yeterince karşılanıp karşılanmadığını tespit etmelidirler. Aynı zamanda kendi yaratıcı ve yenilikçi yeteneklerini kullanarak, müşterilerin ihtiyaç duyduğu fakat piyasada

mevcut olmayan ürünleri tespit ederek, bu ürünleri üretmek suretiyle başarı elde edebilirler (Küçük, akt. Damar, 2015: 45).

İşe Başlamak İçin Uygun Zamanın Seçilmesi: En önemli başarı faktörlerinden biridir. Kriz ortamlarında piyasada oluşan belirsizlikle birlikte farkına varılamayan fırsatların ortaya çıktığı ve bir pazarda bir ürüne ilişkin kıyasıya yaşanan bir rekabetin sonunda bazı işletmelerin pazardan çekilmek zorunda kaldıkları dönemler, o işe atılmak için en iyi dönemler olarak kabul edilmektedir (Küçük, akt. Damar, 2015: 46).

Yönetim Yeteneği ve Tecrübesi: Girişimcide bulunması gereken ve vazgeçilmez yetenek olan yönetim, bir örgütün veya işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için örgütün kaynaklarını planlayarak organize ederek yürüterek koordine ve kontrol ederek etkili-verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayan süreçtir (Damar, 2015: 46).

Öz Sermaye ve Kredi Olanakları: İşletmelerin çoğunun, kâra geçmek için belli bir dönem beklemek zorunda olmaları ve özellikle küçük işletmelerin kâra geçinceye kadar ailenin geçimini sağlama yükümlülüğü de dikkate alınarak, işe girişmeden önce, yatırımın faaliyete geçtikten sonra ilk kazançlar elde edilene kadar geçecek olan sürenin iyi tahmin edilmesi gerekmektedir (Küçük, 2007: 47). Girişim sürecinde sermaye ve kredi olanakları dikkatle değerlendirilerek bütün olasılıklar hesaplanmalıdır. Bu şekilde girişimler finansal açıdan güç duruma düşmezler.

Riske Karşı Sigorta: Başarı faktörlerinden olan riske karşı sigorta, gelişmelere hazırlıklı olma ve değişiklere uyum sağlamayı ifade eder. Bunlar doğacak fırsatların değerlendirilmesi şeklinde olabildiği gibi, beklenmeyen durumlarda işletmenin düşebileceği sıkıntılar dikkate alınarak, işletme faaliyet ve kaynaklarının sigorta kapsamına alınması şeklinde olabilmektedir (Küçük, 2007: 47). Böylece organizasyonlar olası kriz ve risk durumlarında daha esnek hareket edebilir.

9. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARISIZLIK FAKTÖRLERİ

Girişim sürecinde başarı faktörleri kadar önemli olan başarısızlık faktörleri de girişimciler için dikkatle üzerinde durulması gereken bir durumdur. Girişimin başarıya ulaşması ve hayatını devam ettirirken büyüyüp güçlenmesi için girişim

süreçlerinde karşılaşılan başarısızlık durumlarını özümseyerek bu durumlardan başarıya ulaşmak girişimcilerin bilgi, beceri, tecrübe ve yeteneği ile mümkün olabilir.

Kuruluş Yerinin İyi Seçilmemiş Olması: Bir sistem olarak yaşamını sürdüren ve sürekliliğini isteyen her girişim, bir ya da birkaç amaca sahiptir. Bu amaç ya da amaçlar girişimleri, ileride ulaşmak istedikleri sonuçlara varmak için etkiler. Bu nedenle girişimci yeni kurulacak işletmesi için amaçlarını gerçekleştirmesine en uygun kuruluş yerini seçme eğilimini göstermelidir (Alpugan vd., 1997: 84). Aksi takdirde girişimi rekabet gücü, pazarı etkileme yeteneği, piyasadaki değişimi algılama yeteneği vb. özelliklerden yoksun olabilir. Böylece girişim faaliyete geçse bile uzun süre yaşamını sürdüremeyebilir.

Rekabet Faktörlerinin Dikkate Alınmaması: İşletmeler pazarda, lider, izleyici, meydan okuyucu gibi farklı pozisyon veya konumlarda faaliyet gösterdiklerinden dolayı işletmeyi kurup faaliyette bulunacağı pazarı belirlemeden önce rakiplerini araştırmalı ve rakiplerine göre üstün ve zayıf yönlerini belirlemelidir. Bu bağlamda rekabet edebileceği ve amaçlarına ulaşabileceği pazarı tercih etmelidir (Küçük, 2007: 49). Eğer bu şekilde pazar ve rakip araştırması yapılmadan faaliyete geçilirse piyasadan ve rakiplerden habersiz yaşam süresi kısa olan bir organizasyonun temelleri atılmış olabilir.

Sermaye Yetersizliği: Sermaye yetersizliği nedeniyle işletilemeyen ya da düşük kapasite ile çalışmak durumunda kalan pek çok işletme vardır. Girişimcinin sermayesi de yatırım tamamlanmadan bitebilir. Dolayısıyla yatırımı tamamlamak isteyen girişimci yüksek faiz oranlı borçlanma durumunda kalabilmekte ve ileride de ödeme gücüyle yaşamaktadır (Çetinkaya, akt. Damar, 2015: 47).

Kişisel Unsurlar: Girişimlerin başarısızlıkla sonuçlanmasında diğer bir faktör kişisel unsurlardır. Girişimcilikte kişisel unsurlar; ticaret bilgisinin yetersizliği, hazırlıklı olmadan işe başlamak, yetersiz zamandır. Girişimci kuracağı işletmesi için gerekli ticari bilgi birikimine sahip olmalıdır. Ticari bilgi deneyim ve tecrübelerle öğrenileceği gibi eğitim alarak da öğrenilebilir. Faaliyette bulunulacak pazar ile kuruluş için gerekli olan hazırlık ve fizibilite çalışmaları olmadan girişimi hayata geçirmek kişisel başarısızlık faktörlerinden biridir. Yine girişim için girişim öncesi

araştırmalar, rakip ve piyasa analizleri, kuruluş için gerekli hazırlıklar zaman gerektiren durumlardır. Bu durumları gerçekleştirirken fazla aceleci davranmak ya da uzun zaman düzlemine yayarak süreci devam ettirmek girişim ve girişimci için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Küçük, 2007; Top, 2012).



İKİNCİ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE: GİRİŞİMCİLİK VE KARIYER PLANLAMA

1. ÜNİVERSİTELERDE GİRİŞİMCİLİK ÇALIŞMALARI

Üniversiteler, her açıdan topluma yararlı ve mesleklerinde iyi yetişmiş bireyler yetiştirmeyi hedefleyen kurumlar olmalıdır. Çünkü üniversite öğrencileri aldıkları eğitim ve ileride bulunacakları konumlar açısından ülkelerin geleceklerini belirleyen kişiler olmaya adaydır (Mansuroğlu, 2002: 54).

Bilimsel eğitimin verildiği üniversiteler, özellikle ekonomik değişimlerin etkisiyle girişimcilik eğitime önem vermeye başlamışlardır. Üniversiteler girişimcilikle ilgili derslere yer vererek ve girişimcilik bölümü açarak öğrencileri girişimciliğe teşvik etmektedirler (Yüzüak, 2010: 40). Aynı zamanda üniversiteler sanayi ve teknopark iş birliği ile teknolojik gelişmeyi, üretimde verimliliği, yönetsel konularda danışmanlık sağlayarak ve yeni girişimleri destekleyerek ekonomik kalkınmaya yardımcı olmaktadır.

1.1. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

Ülkelerin ekonomik olarak gelişebilmesi için girişimciliğin geliştirilmesi, girişimcilerin eğitilmesi, yönlendirilmesi ve motive edilmesi gereklidir. Girişimcilik her ne kadar doğuştan gelen bir yetenek olsa da aynı zamanda eğitim yolu ile de kazandırılan bir beceridir. Eğitim sistemi, girişimcilik eğitimlerini içeren ve destekleyen bir yapıda olduğunda girişimcilik ve girişimcilik kültürü toplumda gelişir ve yaygınlaşır. Girişimciliğin öğrenilmesi, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasında eğitim kilit bir rol oynamaktadır.

Girişimcilik konusunda ilk sistematik eğitim girişimi Japonya'da 1938 yılında Kobe Üniversitesi'nde Emeritus tarafından başlatılmıştır. Emeritus, girişimcilerin ihtiyaç duydukları eğitimlerin Japon ekonomisine yapacağı katkıları açıkça övmüş ve izah etmiştir. Küçük işletmelere yönelik kurs ve seminer şeklinde işe başlamıştır. ABD'de ise, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra, birincisi 1947 yılında Harvard işletme okulunda, Myles Mace tarafından, ikincisi 1953 yılında; New York Üniversitesi'nde Peter F. Drucker tarafından ve üçüncüsü yine aynı tarihte Illinois Üniversitesi'nde

başlatılmıştır. Eğitimler başlangıçta küçük işletme ve girişimcilik konulu kurslar şeklinde başlamıştır (Top, 2012: 183–184).

Avrupa'da ilk kez İsviçre'nin St. Gallen Üniversitesi'nde 1948 yılında küçük işletmelerin sorunları ve eğitimlerinin gereği üzerine bir konferans düzenlenmiştir. Ayrıca 1958 yılında yine ABD'de Dwight Broumann tarafından doğrudan girişimcilik kursları da düzenlenmeye başlanmıştır. Bağımsız ve yeni iş yaratma konusunda pek çok Japon Üniversitesi yeni iş teorileri ve problem çözme konularında eğitimler vermekte bu eğitimlere paralel olarak Japonya'da 1992 yılından bu yana özellikle girişimcilik, girişimcilik ruhunu geliştirme konusuna odaklanılarak sürekli ve sistematik eğitimler verilmektedir (Top, 2012: 184).

1980'li yıllarda girişimcilik eğitimi konusunda farklı bakış açılarının ortaya çıktığı görülmektedir. Girişimcilik eğitime bakış iki farklı açıda şekillenmiştir. Birinci bakış açısında, bireyler girişimciliği geleneksel eğitim programları içerisinde görmeyip ömür boyu devam etmesi gereken bir eğitim süreci olarak görmektedir. İkinci grup bireyler ise öğrencilerdir. Öğrenciler açısından girişimcilik eğitimi yönetim eğitimini tamamlayan bir eğitim süreci olarak ele alınmıştır. Öğrenciler yönetim eğitim programlarının bir parçası olarak girişimcilik eğitimi ile ilgilenirken, çalışma hayatı içinde olan personel ise girişimcilik eğitimini bir gelişim programı olarak değerlendirmektedir (Tağraf ve Halis, 2008: 95).

Girişimcilik eğitimi süreci iki farklı ana yönde gelişmektedir. Bu iki farklı yönlerden birisi kuruluş sonrası küçük işletmelerin hayatta kalmaları, büyümeleri ve kurumsallaşmalarını içine alan ve ağırlıklı olarak küçük işletme yönetimine ve buna benzer diğer eğitimleri içine alır, diğeri de orijinal iş fikrinden girişimciliğin kuruluş aşamasına kadar olan bölümünü içine alan temel yetenek, beceri ve girişimci ruhu geliştirici girişimcilik eğitimleridir (Top, 2012: 188).

Akademik eğitim üniversite, yüksekokul, meslek okulu gibi devlet ve özel girişimciler tarafından verilen eğitim müfredatıdır. Akademik düzeyde girişimcilik eğitimi ise 1960'lı yıllarda başlamış ve orijinal olarak kendi işini kuracak yeni işletmeler ve girişimciler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bir düşünce seti oluşturma, değişimi kavrama, algılamayı geliştirme, öngörü yaratma, hayal gücünü geliştirme,

belirsizliğe karşı vizyon, fırsat anlama ve tanımlama, iş planı yapma, hususlarını kapsamına almaya başlamıştır (Top, 2012: 190).

Üniversitelerde oluşturulan eğitim programları girişimcilik eğitimi konusunda teori ağırlıklı verilmeye başlanmıştır. Üniversite eğitimine ilave olarak çeşitli kurslar, enstitü programları ile teorik verilen eğitim programlarına uygulama programları da dahil edilmiştir. Uygulamalı girişimcilik eğitimi programlarında amaç, eğitim programına katılanların teorik olarak aldıkları eğitim bilgisini destekleyerek uygulama programları ile girişimcilik becerisini ortaya çıkarılmasını sağlamaktır. Teorik verilen girişimcilik eğitime ilave olarak verilen uygulama programlarının girişimcilik davranışı kazanmada önemi oldukça yüksektir. Öğrenciler, öğrenme sürecinde örnek olay çalışarak tecrübeler ve gözlemler yoluyla teorik süreçte elde edilen bilgileri özümser ve çalışmalarına yansıtır (Tağraf ve Halis, 2008: 96).

Girişimcilik eğitimi sürecinde verilen uygulama programlarında öğrencilerin eğitim süreçlerine daha fazla aktif olarak katılması sağlanır. Öğrencilerin girişimcilik eğitimi sürecinde daha fazla proaktif olması için; problem çözme yeteneği geliştirilip esnek yaklaşımlar sergileyebilme becerisi kazandırılırken katı ve pasif tepkici içerikli teori ortaya koyan fonksiyonel yaklaşımlar tercih edilmemelidir. Kaotik ve farklı problemlerin çözümü için gerek duyulan farklı beceri ve bilgi ortaya çıkarılmalıdır. Şayet eğitime katılanlar girişimcilik eğitiminin tam bir parçası olursa, girişimcilik düşüncesinin oluşması daha kolay olabilir (Plaschka ve Welsch, akt. Tağraf ve Halis, 2008: 96).

Girişimcilik konusunda teorik çalışmaya ilave olarak uygulamalı eğitim verilmesi dar bir alandaki faaliyetlerle ilgilenmekten öte, aynı zamanda daha geniş bir alanda problemleri tanımaya, analiz etmeye ve çözümüne olanak vermektedir. Kullanılan metot, içerik ve işleyiş biçimi öğrenciye bağlı olarak çok farklı tarzlarda olabilir. Girişimcilik eğitiminde odaklanılan teorik ve kavramsal çerçeve girişimciliği desteklemelidir. Girişimcilik eğitiminin uygulama yönü, beceri geliştirme, nitelik geliştirme ve davranışsal değişime odaklanır. Bu hedeflere ulaşmak için olay analizi, şirket ziyaretleri, beyin fırtınası, takım projeleri, simülasyon vb. içeren tümevarım ve keşif yöntemleri kullanılmaktadır. Bu uygulama yöntemleri, öğrencilerin daha

kavramsal yollarla öğrenilen teorileri birleştirmelerini ve uygulamalarını sağlar (Hynes, 1996: 10–11).

Türkiye’de ise uygulamalı girişimcilik eğitimi üniversiteler düzeyinde KOSGEB iş birliği ile üniversitelerin eğitim sisteminde yer almıştır. KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak ve girişimcileri iş planı kavramı ile tanıştırmak başarılı işletmelerin kurulmasını sağlamak amacı ile düzenlenen, girişimcilik nitelikleri, iş fikri geliştirme, iş planı kavramı ve öğeleri konusunda toplam en az 46 saat ders ve 24 saat atölye çalışmasını içeren eğitimlerdir (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı [KOSGEB], 2015: 49).

KOSGEB tarafından 2010 yılında geliştirilen ortaklık modelinin uygulamaya geçirilmesinden sonra girişimcilik eğitimlerinin ülke çapında yaygınlaştırılması sağlanmıştır. Eğitimler, KOSGEB ile imzalanacak protokoller dahilinde gerçekleştirilmektedir. Üniversitelerde girişimcilik eğitimi örgün eğitim (girişimcilik dersleri), yaygın eğitim (KOSGEB eğitimleri) ve çeşitli projeler kapsamında yürütülmektedir. KOSGEB 2012 yılı itibarıyla üniversitelerde KOSGEB tarafından belirlenen kriterlere uygun olarak verilen girişimcilik derslerini, ilgili üniversitenin talebi doğrultusunda “KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” olarak onaylamaktadır. Dolayısıyla bu dersleri geçerek sertifika alan öğrenciler, iş kurdukları takdirde KOSGEB’in “Yeni Girişimci Desteği”ne başvuru hakkı kazanmaktadır (KOSGEB, 2015: 49–50). Böylece girişimcilik eğitimi almış ve başarılı olmuş öğrenciler, eğitim süresince edindikleri bilgileri kullanarak kendilerindeki girişimcilik potansiyelini keşfetmektedir ve bu sayede geliştirdikleri iş fikirlerini ve projelerini hayata geçirmede daha istekli olmaktadır.

1.2. ÜNİVERSİTE SANAYİ İLİŞKİSİ

Türkiye'nin 21. yüzyılı yakalanmasında kilit kavramlar “yeni ekonomi”, “girişimcilik”, “entelektüel sermaye”, “yaratıcılık”, “ar-ge”, “markalaşma”, “tasarım” ve “inovasyon” olarak ifade edilebilir. Gerçekten de bilgi çağını yaşayan günümüz insanları veya organizasyonları açısından bilgi üretmek ve kullanabilmek büyük önem taşımaktadır. Özellikle bilgiye ulaşmanın son derece kolay hale geldiği

bu dönemde, ekonomik ve sosyal pek çok sorunun çözümünde oynayacağı rol son derece önemli olmaktadır (Güney, 2015: 335).

Üniversite, her türlü Ar-Ge çalışmaları ve akademik eğitimlerin yapıldığı, kendine özgü misyonu olan, sanayi için bilgi ve insan kaynağı üreten kurumsal bir yapıdır. Üretilen bilgi ve teknikleri uygulama, araştırma fonları ile teknoloji yaratma, laboratuvarların etkin kullanımı, bilgi kaynakları ve teknoloji merkezlerinin yaratılmasıdır. Üniversite ve sanayi işbirliğinden beklenenler; eğitim ve araştırma çalışmaları için finansal destek sağlamak, kamu yararına hizmet görevini yerine getirmek, öğrenci ve akademisyenlere tecrübe alanları açmak, anlamlı problemler belirlemek, bölgesel ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak, mezunlarına iş alanları yaratmaktır (Kurt ve Yavuz, 2013: 52).

Üniversiteler teknolojik bilgi üretimi yoluyla özel sektörün ihtiyaç duyduğu “Teknoloji” girdisini sağlayabilmektedir. Devlet-Üniversite-Sanayi üçlü organizasyonu bölgesel kalkınmada en etken yöntemlerden birisi olarak görülmektedir. Üniversite sanayi iş birliği, üniversitelerin ve sanayi kuruluşlarının mevcut imkânlarını birleştirerek bilimsel, teknolojik ve ekonomik yönden gelişmeleri için ortak çalışmalar yapmaları ve kaynakları verimli olarak kullanabilmeleridir. Üniversiteler uygulanabilir bilgiler üreten, girişimcilik kültürü aşılayan ve araştırmayı teşvik eden kurumlardır (Dağlar, 2018: 307).

Teknopark uygulamasında üniversitelerin teknik altyapı olanakları sanayinin ihtiyaçları doğrultusunda, sanayinin hizmetine sunulmaktadır. Bu anlamda yapılan çalışmalar, teknolojinin gelişmesi, ürün kalitesinin artırılması, uluslararası pazarda rekabet edebilme, yeni teknolojik üretim süreçlerinin gelişmesi amacına hizmet eder. Bu nedenle özellikle gelişmiş ülkeler bu amaçlara yönelik faaliyetleri arttırmaktadır. Teknolojik buluşları özendirme, teşvik ve destek araçları kullanılmaktadır. Teknoparklar bu amaçlara ulaşmak için çeşitli araçların kullanılma yerleridir. Bilim ve teknoloji parkları uygulamasıyla devlet risk sermayesi yatırımına giderek girişimcileri cesaretlendirir, diğer yandan üniversite çalışmaları değerlendirilerek teknoloji üretimi için uygun ortamlar oluşturulur (Güney, 2015: 335).

1.3. AR-GE

Günümüzde teknolojik, politik, toplumsal ve ekonomik anlamda meydana gelen değişme ve gelişmeler işletmeleri hızlı bir biçimde değişime zorlamaktadır. İşletmelerin varlık sürdürme amacına ulaşabilmeleri ve rakipleriyle giriştikleri zorlu mücadelede ayakta kalabilmelerinin belki de en önemli gereği değişebilmek ve değişimin merkezinde olabilmektir. Gerek ülkelerin, gerekse işletmelerin çevresel değişimlere uyum yeteneklerini arttırmada kullanabilecekleri güçlü silah ise Ar-ge faaliyetleridir (Güney, 2015: 336).

İşletmelerde araştırma ve geliştirme işlevi, en geniş anlamıyla, bütün işletme işlevlerinin bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan incelenmesi, analiz edilmesi, yorumlanması ve bu yolla bazı ekonomik sonuçların ortaya konularak ilgili işletme işlevlerinde uygulanması faaliyetlerini içeren bir işletme işlevi olarak ifade edilmektedir. Ar-ge işlevini, geniş anlamıyla, bilimsel ve teknik bilgi birikimini sistematik bir temele dayalı olarak arttırılması amacıyla yaratıcı çabaların ve bilgi birikiminin yeni uygulamalarda kullanılmasıdır (Güney, 2015: 336).

Ar-ge işlevinin temel amacı son derece dinamik bir çevrede faaliyet gösteren işletmelerin bu değişimlere ayak uydurmasını sağlamak, gelişme ve büyümelerine yardımcı olmak ve “işletmenin yaşamını sürekli kılmak” amacını gerçeğe dönüştürmelerini gerçekleştirmektedir. Ar-ge işlevinin diğer amaçları ise şu şekilde ifade edilebilir (hibeinfo.com, 2016):

- Yeni ürünler ve üretim yöntemleri geliştirmek,
- Mevcut ürünleri ve üretim yöntemlerini geliştirmek,
- Çevredeki rakiplerin kaydettiği gelişmelere ayak uydurmak yoluyla işletmenin rekabet gücünü korumak ve hatta arttırmak,
- İşletmenin genel verimlilik düzeyini yükseltmek, gelecek için plan ve araştırmalar yapmak,
- Ürün testleri yapmak,
- Üretim maliyetlerinin düşürülmesini sağlamak,

- İşletme genelinde daha etkili bir iletişime olanak sağlayacak bilgi işlem sisteminin kurulmasını gerçekleştirmek,
- Meydana getirilen yenilikleri ilerlemeler sayesinde, işletmenin toplumdaki prestijini yükseltmek,
- Dinamik, çağdaş ve rekabetçi işletme imajını güçlendirmek,
- Teknolojik ve bilimsel ilerlemelerin sonucunda ekonomik anlamda güçlenen işletmenin iş görenlerinin de refahını yükseltmek,
- İşçi-işveren ilişkilerini iyileştirmek.

Ar-ge'nin iki temel parçası vardır. Bunlar araştırma ve geliştirmedir. Araştırma ise iki temel öğeden oluşmakta ve bunlar ise temel araştırma ve uygulamalı araştırmadır. Temel araştırma, herhangi bir konuda yapılan teorik çalışma olarak tanımlanabileceği gibi, geniş ölçüde araştırmacının ilgi alanına, kişisel arzusuna bağlı olup, daha çok bilimsel amaçla yapılan araştırma olarak da tanımlanabilmektedir. Temel araştırma, pratik bir uygulama yerine, bilimde bilinenleri daha iyi anlamaya, bilgiyi tamamlamaya yönelik çalışmalardır. Genellikle üniversitelerde, kâr amacı gütmeyen kurumlarda, devlet araştırma enstitüsü ve laboratuvarlarında yapılır. Uygulamalı araştırmalar ise bilimsel ve teknik bilginin günlük yaşamda uygulanmasını amaçlayan araştırmalar olup temel araştırmanın sonucu olarak ortaya çıkar ve belirli olayları araştırır. Uygulamalı araştırmada amaç, temel araştırma sonucu elde edilen bilgilerin nasıl kullanılabileceğini bulmaktır. Uygulamalı araştırma sonucunda, ticari amaçlara yönelik mamul ve üretim süreçleri üzerinde bilimsel ve teknik bilgiler elde edilmekte ve bilimsel ilerlemeler sağlanmaktadır (Güney, 2015: 337).

Ar-ge'nin ikinci parçası olan geliştirme ise, temel ve uygulamalı araştırma sonuçlarını, yani, bilinenleri kullanmayı ve uygulamada daha iyi sonuçlar almayı amaçlar. Geliştirme çalışmaları, temel ve uygulamalı araştırmalarda elde edilen sonuçların, mamul, malzeme, sistem, üretim süreçlerine dönüştürülmesi sırasında gerçekleştirilecek faaliyetleri kapsar. Geliştirme faaliyetleri, araştırma faaliyetleri ile üretim faaliyetleri arasında bir köprü görevini yerine getirir. Geliştirme faaliyetlerinin üç türü vardır. Bu türler, basit geliştirme, teknolojik geliştirme ve

bilimsel geliştirmelidir. Basit geliştirme mevcut bir ürüne ya da yönetime farklı gözle bakabilme yeteneği olarak ifade edilebilir. Fazla deneyim ve karmaşık hesaplar gerektirmeyen basit geliştirme, özellikle işletme ile ilgili sorunların çözümünde önemlidir. Teknolojik geliştirme, birtakım hesaplamaları ve deneyleri gerektiren, daha çok bilimsel bilgi ve yeteneğe dayalı geliştirmedir. Uzun bir uygulama süresi gerektiren ve riskli olduğu kadar maliyetli bir geliştirme türüdür. Bilimsel geliştirme ise, araştırma elemanları istihdam ederek, Ar-ge birimi tarafından yürütölen çalışmalardır. Teknolojik ve bilimsel geliştirme çalışmaları, uzman kişiler tarafından yerine getirilmesi gereken, uzun zamana yayılmış bulunan, pahalı geliştirme türleridir (İTÜ ARI Teknokent, y.y.).

İşletmelerde gerçekteştirilen Ar-ge faaliyetlerinin belki de en belirgin özelliği, dış çevredeki değişmelerden ve ortaya çıkan yeni gelişmelerden fazlasıyla etkilenesidir. İşletmelerdeki Ar-ge laboratuvarlarında sürekli bir biçimde çalışan uzmanlar yeni ürünler ya da üretim yöntemleri geliştirmeye çalışırken, yapılan bu çalışmalarda, mevcut pazarda meydana gelen değişmeleri de göz önünde bulundurmak zorundadır (Güney, 2015: 338).

1.4. TEKNOPARK

Bugün kullandığımız anlamda ilk teknopark örnekleri, ABD'de girişimci üniversite öğretim üyelerinin bilgi ve Ar-ge birikimlerini ekonomik değere yani üretime çevirme isteklerinden ortaya çıkmıştır. İlk teknoparklar ABD'nin kuzey Kaliforniya kısmında 1952 yılında Stanford Research Park (Silikon Vadisi) adıyla ve Kuzey Karolina eyaletinde 1959'da Research Triangle Park adıyla kurulmuştur. Kurulan bu teknoparklardan sonra teknopark kavramı değişik ölkelerde ilgi görmüş ve hızla yayılmıştır. Bunun temel nedeni demir, çelik, kömür gibi endüstrilerin 1970'li yıllarda çöküşüyle başlayan ve önemli boyutlara ulaşan işsizliktir (Güney, 2015: 351).

ABD'den sonra teknoparkların kurulduğu ikinci ölkede İngiltere'dir. İngiltere'de 1972 yılında Edinburgh'ta Heriot-Watt Üniversitesi teknoparkı ve Cambridge'te Cambridge teknoparkı kurulmuştur. 1980'li yıllara gelindiğinde tüm dünyada 12'si ABD ,7'si Fransa ve Belçika, 2'si İngiltere'de olmak üzere 21 tane teknopark olduğu görölmüştür. Bu dönemlerde dünyadaki diğer ölkelerde teknopark

faaliyetleri önem kazanmıştır. Örneğin İtalya, Almanya, Fransa ve Japonya gibi ülkeler yöresel ve bölgesel kalkınma ile ulusal kalkınma için teknopark kurma faaliyetlerinde bulunmuşlardır (Güney, 2015: 351).

Teknoparklar bilginin üretilmesi ve ticarileştirilmesi boyutuyla üniversite-sanayi işbirliğinin, girişimciliğin ve Ar-Ge çalışmalarının hızlandırılması için önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Sevsay vd., 2017: 447). Teknoparklar üretilen bilginin gerçekleştirilen Ar-Ge çalışmaları ile ürün ve hizmete dönüştürülerek ticari bir değere dönüştüğü yani bilginin Ar-Ge ile yoğrulup sonunda inovasyona dönüştüğü işbirliği, iletişim ve etkileşim alanlarıdır (Altuğ ve Hoccoğlu, 2018: 72).

Uluslararası Bilim Parkları Birliği (IASP)'nin tanımına göre Teknopark, bir veya birden fazla üniversiteye veya diğer yüksek öğretim kurumu ve araştırma merkezleri ile resmi veya faaliyet bazında ilişkili,

- Bünyesinde bilgi ve ileri teknolojilere dayalı sanayi firmalarının kurulup gelişmesine teşvik etmek üzere tasarlanmış,
- İçinde yer alan kiracı firmalara, teknoloji transferi ve iş idaresi konularında destek sağlayacak bir yönetim fonksiyonuna sahip, teşvik ve mülkiyete dayalı bir teşebbüstür (Güney, 2015: 341).

Teknoparkların uygulamasında birkaç ortak özellik bulunmaktadır. Bunlar;

- Teknoparklar genellikle gelişimini tamamlamış, güçlü ve etkin bir bilgisayar ağına sahip bir üniversite içinde veya yakınında bulunurlar.
- Teknoparklar iş bulma kurumları olarak görülmemelidir. İş olanaklarının artmasını destekler ancak girişimcilerin ve yeterli teknik ve idari potansiyele sahip olmasına dikkat edilir.
- Her parkın belirli tür ve biçimlerde risk taşıması söz konusudur.
- Üniversite ve sanayi arasındaki bilimsel ve teknolojik potansiyelin devamlı geleceği hedefleyen bir ilişki içinde tutulması gerekir.
- Teknoparkların sanayi bölgelerinin coğrafi olarak yakın ilişki halinde ulaşım ve iletişim olanaklarının güçlü olması gerekmektedir.

- Yönetim, girişimcilere karşı tarafsız, bağımsız çalışma ilkelerine sahip olmalıdır (Güney, 2015: 341).

Türkiye’de teknokent kurma çalışmaları 1980’lerde başlamıştır. Bu çalışmalar neticesinde 1990’da, KOSGEB ile üniversitelerin işbirliği çerçevesinde teknokentlerin ilk adımı olarak TEKMER’ler (Teknoloji Merkezleri) kurulmaya başlanmıştır. Teknokentler ile ilgili yasal çerçeve ise, 2001 yılında 4691 sayılı yasanın yürürlüğe girmesi ile oluşturulmuştur (Altuğ ve Hoccoğlu, 2018: 75). ‘4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu’nda, teknoparklar için ‘Teknoloji Geliştirme Bölgesi’ kavramını kullanmaktadır. Teknoloji Geliştirme Bölgelerinin öncelikli amaçları, kanunda şu şekilde belirtilmektedir; “Üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörlerinin işbirliği sağlanarak, ülke sanayinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması maksadıyla teknolojik bilgi üretmek, üründe ve üretim yöntemlerinde yenilik geliştirmek, ürün kalitesini veya standardını yükseltmek, verimliliği artırmak, üretim maliyetlerini düşürmek, teknolojik bilgiyi ticarileştirmek, teknoloji yoğun üretim ve girişimciliği desteklemek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeni ve ileri teknolojilere uyumunu sağlamak, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunun kararları da dikkate alınarak teknoloji yoğun alanlarda yatırım olanakları yaratmak, araştırmacı ve vasıflı kişilere iş imkânı yaratmak, teknoloji transferine yardımcı olmak ve yüksek-ileri teknoloji sağlayacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak teknolojik alt yapıyı sağlamaktır” (Sevsay vd., 2017: 448).

Dünyadaki gelişmiş ülkelere bakıldığında ise benzer oluşumlar farklı ülkelerde farklı şekilde adlandırılmaktadır. İngiltere’de Science Park (Bilim Parkı), A.B.D.’de Research Park (Araştırma Parkı), Fransa’da Technopole (Teknoloji Kenti), Japonya’da Technopolis (Teknoloji Kenti), Almanya’da Grunderzentrum (Kurucu Merkez) terimleri benimsenmiştir. Ayrıca “Enterprise Center” (Girişim Merkezi), “Innovation Center” (Yenilik Merkezi), “Excellent Center” (Mükemmellik Merkezi), “Industrial Park” (Endüstriyel Park) gibi adlandırılmaları da rastlanmaktadır (Keleş, 2007: 87). Teknoparklar devlet, üniversite ve özel sektörü bu amaç doğrultusunda bir araya getirmeyi amaçlayan yapılardır. Bilim parkı, teknoloji merkezi, araştırma parkı, teknoloji kenti, girişim merkezi gibi adlarla da anılmaktadırlar. Ülkenin bilim politikası, üniversite olanakları, endüstri dokusu ve

teknolojik gelişmişlik düzeyine göre farklı uygulama biçimleri gösterirler (Güney, 2015: 342).

1.5. GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ

Ekosistem, belirli bir alanda bulunan canlılar ile bunları saran çevrenin karşılıklı ilişkileri ile meydana gelen ve süreklilik gösteren ekolojik sisteme denir (TDK, 2019b). Girişimcilik ekosistemi kavramı dünyada ilk kez Stanford Üniversitesine bağlı olan ve günümüzdeki Teknokent kavramının öncüsü Silikon Vadisi ile ortaya çıktı. Stanford öğrencileri, okuldan aldıkları akademik bilgi ve destekle fikirlerini hayata geçirmeye başladıklarında, çevrelerinde hazır bulunan yatırımcılardan destek almaya başladılar. Akademik bilgiden beslenen beyinlerin parlak fikirleri, doğru yere bakan çiçekler gibi güneşle, yani yatırımlarla buluştu ve günlük hayatımızda kullandığımız birçok teknolojinin temelleri atılmaya başlandı (odtuteknokent.com.tr, 2016).

Girişimcilik ekosistemini oluşturmak bir bireyin girişimci olmasını sağlayacak iş fikrini geliştirmesinde ihtiyaç duyacağı aktörleri bir araya getirmek ve onların arasındaki iletişim sorunlarını en aza indirmektir; yani bu süreci sosyal ağ yaratma süreci olarak değerlendirmek de mümkündür. Girişimcilik ekosisteminin performansı, üç bileşeni arasındaki etkileşime bağlıdır: girişimciler, örgütler ve kurumlar. Girişimciler, girişimcilik ekosisteminde merkezi bir öneme sahiptir ve girişimcilik ekosisteminin var olma nedenini teşkil eder. Örgütler (firmalar, risk sermayedarları, melek yatırımcılar, bankalar vb.) ve kurumlar (üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, kamuya ait çeşitli birimler vb.) ise belirli bir alanda başarılı girişimciliğin oluşması için ihtiyaç duyulan kolaylaştırıcı zemini sağlamaktadırlar. Bu yapı, aralarındaki üstün iletişim ile her bir parçanın işlevini maksimum verimlilikle yerine getirmesini mümkün kılmaktadır. Bu sayede de girişimsel fırsatların eskisinden daha hızlı, daha başarılı olma ihtimali doğmakta ve girişimler sürdürülebilir rekabet gücü kazanmaktadır (Engin, 2017).

Girişimcilik ekosisteminin unsurlarına ilişkin Isenberg (2011), ekosistemin altı farklı alanını formüle etmektedir. Bunlar; politika, finans, kültür, destek, insan sermayesi ve pazarlar şeklindedir. Girişimcilik performansının belirleyicileri, OECD

Girişimcilik Göstergeleri Programı çerçevesinde girişimcilik ekosisteminin unsurları Tablo 1.'deki gibi altı ana başlıktan oluşmaktadır (Göktaş ve Özcan, 2018: 19).

Tablo 1. Girişimcilik Ekosisteminin Unsurları

Düzenleyici Çevre	Pazar Koşulları	Finansa Erişim
İdari Yük (İş Kurma/Büyütme)	Rekabet Mevzuatı	Kredi Piyasaları
İcra ve İflas Mevzuatı	Dış Pazarlara Erişim	Özel Sermaye
Sağlık ve Çevre Mevzuatı	İç Pazara Erişim	Girişim Sermayesi
Ürün ve İş Piyasaları Mevzuatı	Kamu İhaleleri	Yatırım Melekleri
Adalet Sistemi	Kamunun Rolü	Sermaye Piyasaları
Vergi Sistemi	Pazarın Kalitesi	
Sosyal Güvenlik Mevzuatı		
Bilginin Oluşumu ve Yayılımı	Girişimcilik Yetenekleri	Kültür
Ar-ge Yatırımları	Eğitim ve Deneyim	Risk Algısı
Üniversite-Sanayi İş Birliği	Girişimcilik Altyapısı	Girişimcilik Algısı
Firmalar Arası İş Birliği	Danışmanlık/Eğitim Hizmetleri	İş Sahibi Olma İstekliliği
Teknoloji, İnternet	İşgücü Hareketliliği	Sosyal Sermaye ve Güven İlişkileri

Kaynak: OECD, akt. Göktaş ve Özcan, 2018: 20

Düzenleyici Çevre: Isenberg'e göre politika etkileri üç yönlüdür. Bu nedenle girişimcilik ekosistemi yaklaşımı, önceki çalışmalarda göz ardı edilen ya da önemsenmeyen ekonomik faaliyetlerin kümelenmesine ilişkin farklı bir bakış açısı sunar. Birincisi, girişimcilik faaliyeti ve özellikle de yüksek büyüme gösteren firmalara açık bir şekilde odaklanır. İkincisi, yerel ve bölgesel ortamlar ve iddialı girişimciliği oluşturmak ve desteklemek için gereken şartlar üzerinde durur. Üçüncüsü, çerçeve koşulları ile yerel ve bölgesel coğrafi ortamlar arasındaki etkileşimi vurgular. Bu ayırt edici bakış açısı nedeniyle takip eden politika gündemi, geleneksel “ekonomik kalkınma”, “inovasyon” ve “kümelenme” politikalarından farklı olup, yardım konusunda daha kolay bir yaklaşım vurgulamaktadır (Mason ve Brown, 2014: 8).

Pazar Koşulları: Bir malın ilk alıcısı, çoğu zaman üreticinin coğrafi olarak en yakınıdır. Girişimciler için de mallarını satabilecek pazarlara erişimlerinin olması en önemli koşullardan biridir. Girişimcilerin doğru hedef kitleyi belirlemeleri ve

ürünlerini ilk aşamada olabildiğince geniş bir müşteri grubuna test ettirerek iyileştirmeleri oldukça önemlidir (Göktaş ve Özcan, 2018: 20).

Finansa Erişim: Girişimci ekosistemini oluşturan faktörlerden belki de en önemlisi, finansman altyapısının sağlanmış ve sağlam olmasıdır. Herhangi bir projeyi hayata geçirebilmek için muhakkak bir yatırım lazımdır ve kurumsal hayat için yıllar içinde ihtiyaç analizi ile farklı çözümler üretilmiştir. Bankaların gayet başarıyla uyguladıkları borç verme ve karşılığında teminat alma sistemi, maalesef girişimcilik projeleri için uygulanamamaktadır. Girişimciliğe fon sağlayan farklı organlar oluşmuştur. Girişimcilerin fon elde etmelerini sağlayacak yatırım araçları; Melek Yatırımcılar (Angel Investor), Girişim Sermayeleri (Private Equity), Özel Sermaye Ortaklıkları (Joint Venture), Risk Sermayeleri (Venture Capital), Mikro Kredi Veren Bankalar & Kurumlar, Kitle Fonlama Araçları (Crowd-funding), Alternatif Varlık Yönetim şirketleri ve Diğer Borç Verenler şeklindedir (Özkaşıkçı, akt. Göktaş ve Özcan, 2018: 20).

Bilginin Oluşumu ve Yayılımı: Günümüzde bilgiye erişim kolay hale gelmiştir. Fakat işletmeler ve yeni girişimler için kullanılabilir bilgiye ulaşmak oldukça önemlidir. Bu kullanılabilir bilgiler internet ağları, veri tabanları, sosyal platformlar, bilgi işlem sistemleridir. Bu gibi sistemlere ulaşmak ve kullanarak avantaj elde etmek girişimlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için hayati niteliktedir.

Girişimcilik Yetenekleri: Girişimcilik ekosisteminde, girişimcilik yeteneklerinin oluşması ve güçlendirilmesi oldukça önemli olmakla birlikte bu yetenekler eğitim, danışmanlık hizmetleri, tecrübe ve deneyimlerle mümkün olabilmektedir. Girişimcilik eğitimindeki ilerleme ve eğitime yapılan yatırım girişimci yeteneklerin gelişmesi ve ekosistem için gereklidir.

Kültür: Topluma şekil veren ve ona kimlik kazandıran kültür, girişimcilik içinde önemlidir. Kültür sayesinde girişimci kişilikler oluşup şekillenmekte ve yine kültürün etkisi ile girişimcilik kültürü oluşmaktadır. Kültür ne kadar girişimciliği destekler ve kabullenirse girişimcilik ekosistemi de o kadar gelişir. Kültür toplumun ve girişimciliğin temelini oluşturduğu gibi ekosisteminde temelini teşkil etmektedir.

Girişimcilik ekosistemi, girişimciyi bir ağ içinde kişi, kurum ve örgütlerle bir araya getirerek bir girişimin hayata kavuşmasını sağlayan, ona bağlı farklı süreç ve

kavramları girişimciye sunan sistemdir. Bunu da en iyi ifade eden kavram, ekosistemdir.

2. ÜNİVERSİTE VE KARIYER PLANLAMA

Türkiye’de günümüzde gerek kamu gerekse vakıf üniversitelerinin sayısının fazla olması onları tercih edilen üniversite olmaya zorlamaktadır. Öğrenciler için cazip olanaklar sunan ve onları iş hayatına en iyi şekilde hazırlamaya çalışan üniversiteler gençlerin kariyer planlamasına da yardımcı olmaktadır. Bu nedenle; birçok uygulama ve etkinlik gerçekleştiren üniversiteler öğrencilerin eğitim hayatlarının ilk yıllarından başlayarak ileride yapacakları işe onları adapte etmeye de çalışmaktadırlar (Kula, 2012: 61).

Kişi, bireysel planlaması aşamasında kariyerini seçerken birçok faktörden etkilenmektedir. Bir kişinin kariyer eğilimi, onun güdülerini, yeteneklerini, değerlerini algılaması ve farkına varması ile başlamaktadır. Bu farkındalık netleştğinde “kariyer çapaları” oluşmaktadır ki, bireyin kolay kolay vazgeçemeyeceği karar kriterlerine dönüşmektedir. Üniversite öğrencileri de ilgileri, yetenekleri ve kişisel özellikleriyle kariyerlerini seçerken bir tercihte bulunmaktadır (Adıgüzel, 2009: 278).

Üniversiteler; öğrenci ve mezunlarına kariyer planlama ve geliştirme konularında çalışma programları sunmakta, kariyer planlama etkinliklerine ve uygulamalarına öğrencilerin ilgisini çekecek çalışmalar yapmakta, işverenler ile bağlantılar kurarak öğrenciler ile iletişim sağlamak ve bu sayede staj ve iş imkânı yaratmaktadır (Kula, 2012: 61).

2.1. ÜNİVERSİTELERDE KARIYER PLANLAMA İLE İLGİLİ FAALİYETLER

Kariyer Günleri, iş hayatına adım atmaya hazırlanan öğrenciler ve yeni mezun olan öğrencilerin, iş hayatını tanımalarını sağlayan ve üniversiteler tarafından yılın belirli dönemlerinde düzenledikleri bir uygulamadır. Özel sektör ve kamu sektöründeki kurumlar ile öğrenciler arasında bire bir ve doğru bir iletişim ortamı sağlar ve aynı zamanda bu organizasyona katılan kurumlar da ihtiyaçları olan nitelikte elemanlara halihazırda ulaşma olanağı yakalar. Üniversitelerce düzenlenen bu organizasyonun amacı öğrenciler ve mezunların farklı iş alanları hakkında

kapsamlı bilgi edinmelerini sağlamak ve tercih edecekleri iş kolunu seçerken doğru karar vermelerine yardımcı olmaktır (Kula, 2012: 65).

Staj uygulamaları, öğrencilerin öğrenim sonrasında atılacakları iş hayatına daha rahat adapte olabilmeleri ve mesleki tecrübe kazanmaları için yapılan çeşitli uygulamalarıdır. Gerek öğrencilerin öğrenim süresinde edindikleri teorik bilgileri iş yaşamında pratiğe dökabilmeleri, gerekse iş yaşamı öncesi mesleki tecrübeler kazanmaları ve bu tecrübelerle iş yaşamının sorunlarına hazırlıklı olmaları açısından staj dönemi, öğrenimin önemli parçalarından biridir (Karacan ve Karacan, 2004: 168).

Üniversiteler, öğrencilerin iş dünyası ve mesleklerle ilgili bilgi kazanmaları ve kariyer tercihlerini şekillendirmeleri için seminer, sempozyum ve konferans etkinliklerinde alanında uzman kişileri davet ederek onların bilgi, tecrübe ve deneyimlerini öğrencilere aktarmalarına yardımcı olurlar. Bu sayede öğrenciler gelecekte seçecekleri kariyer yolları hakkında daha çok fikir sahibi olurlar. Ayrıca üniversiteler eğitim hayatının son noktası konumunda bulunan kurumlardır. Öğrenciler bu kurumlara gelmek için kariyerlerinde çeşitli tercihler yaparlar ve bu tercihler sonucunda üniversitelere gelirler. Bu tercihler sonucunda öğrenciler tercih ettikleri bölüm veya alanda eğitim alarak ileride tercih edecekleri meslek ile ilgili eğitim alırlar. Bazen öğrenciler tercih ettikleri kariyer hedeflerinden ve meslek tercihlerinden içsel ve dışsal etkenler nedeniyle vazgeçerek farklı yöne kayabilirler. Bütün bu olanlar kariyer tercihlerinde ve kariyer yollarında yaşanan olaylardır.

Özetle, üniversite, öğrenciyi geleceğine ve geleceği için seçeceği kariyer yollarına hazırlar. Bu hazırlık seçtiği bölümdeki eğitimden başlayarak kariyer günleri, staj uygulamaları, seminer ve konferans gibi faaliyetlerle desteklenerek şekillenir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KARİYER PLANLAMA

1. KARİYER İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. KARİYER KAVRAMI

Kariyer kavramı TDK'ya göre, bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık olarak ifade edilmektedir (2019d). Türkçe'ye "carriere" sözcüğünden geçen kariyer kavramı, Fransa'nın güneyinde konuşulan Roman kökenli Provençal dilinde "carriera" (araba yolu) anlamında kabul görmüştür. Kariyer, Fransızca'da; "meslek, diplomatik kariyer, aşılması gereken mesleki bir pozisyon, yaşamda izlenen yol, araba yarışı için ayrılmış etrafı çevrili alan" gibi anlamlara gelmektedir (Çelik ve Şimşek, 2004: 10).

Kariyer kavramı, tam anlamıyla 1970'li yıllarda araştırılmaya başlanıp, iş dünyasında kullanılmaya başlanmıştır (Özgen vd., akt. Çelik ve Şimşek, 2004: 4). Ancak tarihe bakıldığında kavramın 16. yy.'da modern kamu hizmeti anlayışının gelişmeye başladığı dönemde devlet memurluğu kavramı ile ortaya çıktığı ve gelişme gösterdiği görülmektedir. Kariyer kavramının 16. yy.'da keşfedilmiş olmasına rağmen, iş dünyası ve insanlık için bilimsel olarak kullanılmaya başlaması ilk olarak Anne Roe'nun 1956 yılında yazmış olduğu "Meslekler Psikolojisi" kitabı ile görülmektedir (Çelik ve Şimşek, 2004: 4).

Kariyer kavramına olan ilginin artmasına ve tartışılır bir konu olmasına 1950 yılında Donald E. Supper'ın yazdığı "Kariyer Psikolojisi", 1963 yılında Triedeman ve O'Hara'nın "Kariyer Gelişimi Seçimi ve Uyarlanması ile Bireysel Kariyer Gelişim Teorisi" ve bunlara ek olarak 1966 yılında John Holland'ın yazdığı "Meslek Tercihi Teorisi" neden olmuştur (Çelik ve Şimşek, 2004: 5).

Kariyer kavramı ile ilgili literatürde bazı yazarların yapmış olduğu tanımlar aşağıdaki Tablo 2.'de yer almaktadır.

Tablo 2. Kariyer Kavramı İle İlgili Bazı Yazar Tanımları

Yazar	Kariyer Kavramı Tanımı
Hall, 1994	Kariyer, bir kişinin yaşamı boyunca edindiği işe ilişkin deneyim ve etkinliklerle ilgili olarak algıladığı tutum ve davranışlar dizisidir.
Cenzo ve Robbins, 1996	Kariyer, kişinin yaşamı boyunca edindiği işle ilgili tecrübelerdir.
Sabuncuoğlu, 2000	Bir kişinin hayatı boyunca sahip olduğu çeşitli işler ve bu işlere katılımı konusundaki tavrıdır.
Werther ve Davis, 1996	Bir kişinin tüm yaşamı boyunca tutunduğu işlerin tümüdür.
Aydemir, 1995	Bir insanın çalışabileceği yıllar boyunca herhangi bir iş alanında adım adım ve sürekli olarak ilerlemesi, deneyim ve beceri kazanmasıdır.
Pazy, 1988	Kişinin hayatı boyunca geçen tecrübe ve faaliyetleriyle ilgili bir dizidir.
Sümer, 1999	Kişinin iş yaşantısındaki aktivite, sorumluluk, tutum ve davranışlarının gelişimidir.
Orpen, 1994	Kişisel ve organizasyonel hedeflerle doğrudan bağlantılı, kişinin yaşamı boyunca yaşayacağı, kısmen kontrol altında tutacağı iş tecrübesi ve aktivitesiyle bağlantılı bir süreçtir.
Argüden, 1998	İnsanın iş hayatı boyunca yer aldığı basamaklı mevkiler ve yaptığı işleri, bulunduğu konumla ilgili tutum ve davranışlarını içeren, örgüt içinde verilen iş rolüne bağlı beklenti, amaç, duygu ve arzularını gerçekleştirebilmesi için eğitilmesi ve böylece sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek ve çalışma arzusu ile beraber örgütte ilerleyebilme sürecidir.
Aytaç, 1997	Bir kişinin karşılanabilecek olan olanakları, görkemi, psikolojik ödülleri ve daha iyi bir yaşam biçimini açıklar.
Can ve diğerleri, 1998	Seçilen bir iş hayatında ilerlemek ve bunun sonucunda daha fazla para kazanmak; daha fazla sorumluluk üstlenmek; daha fazla statü, güç ve saygınlık elde etmek olarak tanımlanabilir.

Kaynak: Çelik ve Şimşek, 2004: 10–11 “Kariyer Yönetimi” adlı eserdeki tanımlardan uyarlanmıştır.

1.2. KARİYER İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR

Kariyer kavramı literatürde incelenmeye başlandıktan sonra, sadece bu kavramın yeterli olmadığı ve bununla birlikte “Kariyer Yönetimi, Kariyer Geliştirme, Kariyer Platosu ve Kariyer Haritası” gibi kavramlarında incelenmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Kariyer Yönetimi: Çalışanların planlarının, çalıştıkları kurumların kariyer geliştirme programlarıyla uyumlu hale getirilerek desteklenmesi anlamına gelmektedir. Yani, çalışanın kendisi için öngördüğü bir kariyer gelişimi, işletme için de temel hareket noktasıdır. Bu süreçlerde, yöneticilerin hareket noktası, bir yandan işletmenin işgücü ihtiyacını karşılarken, diğer yandan çalışanların kendi kişisel kariyer hedeflerini başarmalarına fırsat veren plan ve stratejileri tasarlamak ve uygulamaktır (Türkay ve Eryılmaz, 2010: 181).

Literatürde kariyer gelişimi ve kariyer yönetimi konusundaki son çalışmalarda, örgütsel temelli kariyerlerden bireysel olarak sahip olunan ve herhangi bir örgütün sınırlarının ötesindeki deneyimli kariyerlere doğru kaymaktadır (Green ve Kidd, 2006: 229). Kişiler, bireysel kariyer tercihleri yaparken birçok etmenden etkilenmektedirler. Kişiler kariyer seçimlerinde, ne istediklerini ve nereye ulaşmayı hedeflediklerini bilmelidirler. Bireysel kariyer yönetimi, kişisel özelliklerin yaşamın gelecek yıllarında kariyer süreci boyunca etkin olacağı ortadadır. Bireyin kendisini keşfetmesiyle başlayan, kişiliğini tanıma ve geliştirmeye devam eden bu süreçte; birey hangi işte başarılı olacağını belirler. Fırsatların değerlendirilmesiyle devam eden ve kariyerde belli bir noktaya ulaşılan süreçte ise bireysel kariyer hedeflerine ulaşılmıştır (Soysal ve Söylemez, 2014: 24–25).

Kariyer Geliştirme: Kariyer geliştirme konusunda eş değer görevlerde kariyer ilerlemelerinin belli bir modele uygun olarak oluşturulması yanında aynı görevin üst kademelerine geçişlerde de uygun planlamaların yapılması, bireylerin motive olmalarından, iş doyumuna; kişisel gelişimin arttırılmasından, örgütsel verimliliğin arttırılmasına kadar, bir çok konuda sayısız yararlar sağlayacaktır (Bakioğlu ve Demirel, 2001: 39–40).

Kariyer geliştirme, bireylerin her birinin keline özgü sorun, tema ve görevler bütünüyle ayrılabilir aşamalar serisi boyunca sürekli kendilerini geliştirmeleri ve örgütün çalışanlara bu konuda sunduğu etkinlikleridir. Kariyer geliştirme; bireyin eğitim, öğretim, yetiştirme ve iş tecrübesi yolu ile kariyerinin planlanması ve kariyerine ilişkin yaptığı planların gerçekleşmesi yoluyla kendi kişisel tecrübe, yetenek ve yeterliliğini arttırmasıdır (Seçer, 2013: 39).

Kariyer Platosu: Hiyerarşik yükselme olasılığının çok düşük olduğu kariyer noktasıdır. Bu noktada birey, işindeki şevk, ilgi, istek ve heyecanını bilgi ve beceri eksikliği nedeniyle kaybetmiş, dikey yükselme olarak yükselme şansı kalmamıştır. Dolayısıyla güdülenemeyen çalışanın verimliliği de düşük olmakta ve bu çalışan öğrenme ile gelişmeye kendini kapamıştır (Çelik ve Şimşek, 2004: 23).

Kariyer Haritası: Bir organizasyon içinde bir işten diğerine ilerleyebilmenin yollarını belirlemek üzere kullanılan bir tekniktir. Bir anlamda tüm pozisyonları içeren, pozisyonlar arasında geçiş yollarının net olarak tanımlandığı bir örgüt şeması olarak ifade edilebilir. Bu şemada hangi pozisyondan sonra hangi pozisyona geçilebileceği ve bunun için hangi yetkinlik ve deneyimin gerekli olduğu açıkça belirlidir (Çelik ve Şimşek, 2004: 23).

1.3. KARİYER DEVRELERİ

Kariyer yönetiminin ve kariyer kavramının daha iyi anlaşılması için devreler şeklinde incelenmesi daha uygun olacaktır. Bunun nedeni; bireysel olarak kariyer devrelerinin gelişiminin bireyin yaşam devreleri ile paralellik göstermesi ve bireyin kariyeri boyunca yaşadıklarının içinde bulunduğu kariyer devrelerine göre farklılıklar taşımasıdır (Özdemir ve Kutanis, 2011: 100).

Kariyer devreleri tıpkı insan hayatındaki dönemlere benzemektedir. Nasıl ki insan, hayatında çocukluk, gençlik, yetişkinlik gibi dönemlerden geçiyorsa, birey de kariyeri boyunca böyle süreçler yaşamaktadır. Kariyerine başladığı andan itibaren emekliliğine kadar olan süre boyunca farklı zamanlarda farklı dönemlere girmektedir. Yapılan literatür araştırması sonucunda bu devrelerin genel olarak beş ana grupta toplandığı görülmüştür. Bunlar araştırma, yerleşme, kariyer ortası, kariyer sonu ve emeklilik devreleridir (Seçer, 2013: 41–42).

Araştırma-Keşfetme Devresi: Bireyin çocukluk, ergenlik ve ilk yetişkinlik dönemlerini kapsamaktadır. Bireyin işe başlamasına kadar olan süreçtir. Birey, kariyer ile ilgili çalışmalarına bu aşamada başlar. Hangi işte daha başarılı olacağını, ilgi duyduğu alanları ve hedefleri için yapması gerekenleri araştırır. Kişi bu aşamada çevresindeki kişilerden destek almakta ve kariyerine yön verme adına bireysel çaba harcamaktadır (Bozkurt ve Çetin, 2011: 100–101).

Kurma: Bu devrede bireyler, örgüt içerisinde yer edinerek bağımsız girişimlerde bulunurlar. Daha fazla sorumluluk alıp ekonomik durumlarını iyileştirerek makul bir yaşam tarzı oluştururlar. Bu aşamada personel kurumun başarısına katkıda bulunmak istemektedir (Noe, 1999: 336–337). Kurma devresi bireyin, iş aramasıyla başlayarak ilk işe başlamasını, işi öğrenmesini ve gerçek dünyayla tanışmasını içerir. Şüphesiz bu konuda örgütün sağladığı bilgilerin yetersizliği nedeniyle bazı sorunlar ortaya çıkabilmekte ve bazı çalışanlar için ilk iş deneyimi zor ve umut kırıcı olabilir. Yeni işe başlayan bir çalışanın, kendi kariyer beklentileri ile örgütün iş talepleri arasında çelişkiye düşmesi genelde karşılaşılan bir durumdur (Kıyak, 2015: 36).

Kariyer Ortası: Kariyer yazı olarak da tanımlanan bu devrede, bireyin temel gereksinimlerinin önemi azalarak işletme içerisinde saygınlığının artması, başarılı olması gibi isteklere olan önemin arttığı bir süreçtir. Bireylerin inisiyatif kullanabileceği, sorumluluk alabileceği işlere geçmek istediği bir dönemdir (Can vd., akt. Uslu, 2015: 6).

Kişinin sorumluluklarının artışı, başkalarına önderlik etme, bu devrenin tipik özelliklerindendir. Bu devrede mesleğinde ilerleyen kişi, yönetim basamaklarından yukarıya doğru hızla yol almaktadır. Yaklaşık olarak 35-50 yaşları arasındaki bu devre, kişisel gelişme açısından orta yaş krizinin başladığı devredir. Bu devrede birey yaşamının sınırlı olduğunu algılar. O güne kadarki başarılarını ve hedeflerini gözden geçirir. Bir anlamda “yaşam muhasebesi” yapar. Bu muhasebe sonucunda birey, yaşam felsefesinde, bireysel vizyonunda ve kariyer hedeflerinde önemli değişiklikler yapabilir, kariyer planlarını, hedeflerini yeniden gözden geçirir. Başarılarını yeniden değerlendirerek gerekli düzeltmeleri yapar veya kariyer hedeflerini hatta yaşama biçimlerini değiştirebilirler, yeni bir iş arayabilir (Adıgüzel, 2008: 20).

Kariyer Sonu: Kişi olgunluk dönemindedir ve öğrenme giderek yavaşlamıştır; ancak büyük bir tecrübe birikimi kazanılmıştır. Birey bu devrede daha çok öğretici konumdadır. Bu konumu ile de çevresinden saygı görür. Kişi, üretkenlik için gerekli enerjisini yavaş yavaş yitirmekte ve rahatlamaya olan ihtiyacı ve kendini gerçekleştirmek için yapmayı düşündüğü özel hayat alanlarına yönelmeye başlayacaktır denilebilir (Bozkurt ve Çetin, 2011: 101). Bu devrede kişi kariyerinde

edindiği bilgi ve tecrübeleri gençlere aktarmak için danışmanlık ve eğitmenlik gibi alanlara yönelebilmektedir.

Emeklilik: Bireyin kariyer yaşamının sonuna geldiği devredir. Kimileri bu devrede çalışma yaşamının üst düzeylerine ulaşmışlardır ve kariyerinin sorumlu alanlarına geçiş yaparak, örgütten ayrılmayıp danışmanlık yaparak, örgütü o güne kadar kazandığı deneyimlerden yararlanılma olanağı elde etmişlerdir. Bazıları ise bu devrede çalışırken yapamadıkları; sanatsal etkinliklere yönelmek, çiçek yetiştirmek, sivil toplum örgütleri veya gönüllü kuruluşlarda hizmet vermek gibi faaliyetlere yönelebilirler (Çelik ve Şimşek, 2004: 20).

Emeklilik, diğerk yönden bireyin yaşamında yeni kariyer yollarının, yeni hedeflerin başladığı, yeni rollerin geliştirildiği devredir. Fakat, tamamıyla kazanılmış bir bireysel kimliğe sahipken iş kimliğinin kaybı, birçok emeklinin kendini yararsız ve verimsiz hissetmesine yol açabilecektir. Burada kişi seçtiği kariyer ve yaşam seçeneklerinden tatmin duymak ihtiyacındadır. Ancak tatmin, aynen kariyer devrelerinde olduğu gibi yaşa bağılı olarak bir gelişme göstermektedir. Bu devrede de iş tatmininin azaldığı dikkat çekmektedir (Çelik ve Şimşek, 2004: 20–21).

Bu devrelerde kişi örgütte çeşitli pozisyon, görev, nitelik ve sorumluluk içerisinde kariyerlerini devam ettirirler. Kişi bu devrelerde çalışırken bir yandan da ücret, statü, terfi gibi kariyerinde kendisini yukarılara taşıyacak arayışlar içerisine girmektedir.

2. KARİYER KAVRAMININ BİREYSEL VE ÖRGÜTSEL BOYUTLARI

2.1. KARİYER PLANLAMA

Kariyer planlaması, kişinin yeteneklerinin, becerilerinin ve sahip olduğu bilgi birikiminin geliştirilmesiyle, çalışmakta olduğu örgüt içerisindeki yükselmesinin planlanmasıdır. Kariyer planlamasının iki aşaması vardır. İlk aşamasında birey kendini tanıyacak ve analiz edecektir. Birey açısından bu önemli bir süreçtir ki bu şekilde birey kendi kariyerini planlamaktadır. İkinci aşamada ise; bireyin kariyerinin örgüt içerisinde ve örgütün bireye sunduğu fırsatlar neticesinde incelenmesi ve yönlendirilmesidir. Bu durumda örgüt kendi amaçlarını ön planda tutarak bireysel amaçları kendisine uyarlamaya çalışmaktadır. Bu sürecin sağlıklı işlemesi için

yapılacak olan faaliyetler gerek birey gerek organizasyon açısından amaçların bütünleştirilmesinin sağlanmasıdır (Kula, 2012: 29).

Kariyer planlaması modern yönetim yaklaşımları içinde giderek daha büyük önem kazanmaktadır. Özellikle kariyer geliştirme konusundaki çabalar, kurumdaki hareketliliği sağladığından, insan kaynakları yönetimi bakımından hiç istenmeyen rutin uygulamaların önüne geçilerek, yapılan bir araştırmanın ortaya koyduğu gibi hem bireysel hem örgütsel anlamda oluşabilmesi muhtemel belirsizlikler önlenip ortamın denge de kalması sağlanabilmektedir (Adıgüzel, 2008: 24).

Kariyer planlaması, kişinin almış olduğu eğitim, yetenekleri, becerileri ve bilgi birikimi gibi faktörleri göz önünde bulundurarak yapmış olduğu kariyer planıdır. Örgütsel açıdan ise kişinin yapmış olduğu bu planla örgütün hedef ve amaçlarının bütünleştirilerek hem bireye hem de örgüte fayda sağlanması için yürütülen faaliyetlerdir.

2.1.1. Bireysel Kariyer Planlama

Bireysel kariyer gelişimi, bireyin kendi kariyerini planlaması ve bu planların eğitim, öğretim, iş arama ve iş deneyimleri vasıtasıyla yerine getirilmesi ve yürütülmesi faaliyetlerini bireysel kariyer planlama olarak tanımlayabiliriz. Bireyler yaşamlarının ortalarına kadar ve/veya daha sonraları çeşitli nedenlere bağlı olarak kariyerlerini göreceli olarak değiştirebilirler. Ancak bireyler, bireysel kariyer sorumluluklarını yüklenerek kendi kendilerine doğruyu bulabilmek için nadiren radikal değişiklikler yapmaktadırlar. Çoğunlukla bireylerin yaptıkları şey bir değerlendirme sürecidir. Bir başka ifadeyle bireyler, genellikle mevcut işlerine farklı açılardan yaklaşarak bireysel gelişme olanaklarını aramaktadırlar. Bireylerin daha geniş istihdam olanakları sağlayabilmeleri için kariyer geliştirme ve planlamada öncelikle bireysel sorumluluk almaları önemlidir (Anafarta, 2001: 5). Bireysel kariyer planlama süreci beş aşamadan oluşmaktadır (Pilavcı, 2007: 11) :

- Bireyin, kendi yeteneklerini, ilgi alanlarını, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemesi (öz değerlendirme),
- Kariyer hedef ve amaçlarının saptanması,
- Örgüt içi ve dışı olanakları araştırarak kariyer yollarının belirlenmesi,

- Kariyer planlarının hazırlanması ve çalışma programlarının yapılması,
- Geri bildirim (Feedback).

Bireyin kendini tanıması ile başlayan bireysel kariyer planlaması, kariyer alanlarının farklı tiplerini ortaya koyarak, kendisine uygun seçenekleri belirlemesi ile devam etmektedir. Hedef belirleme, bireyin gelecekteki amaçlarını planlamasına ve karar vermesine yardım etmektedir. Bireyleri kariyer hedeflerine ulaştıracak mevcut ve olası kariyer yollarının saptanabilmesi için, örgüt içi ve dışı olanakların araştırılması önemlidir. Kişi, kendisi ve iş çevresi hakkında yeterli bilgiye ulaştıktan sonra kariyer plan ve programlarını hazırlar ve hedeflediği kariyere ulaşmak için bu planları uygulamaya koyar (Pilavcı, 2007: 11).

2.1.2. Örgütsel Kariyer Planlama

Örgütsel kariyer planlamada işletmeler iki açıdan çalışanlarının kariyerlerinin yönetiminde başarılı olmalıdırlar. Birisi, bireysel kariyer gelişimini heveslendirme, diğeri onların örgüte katkılarını arttırmaktır. Örgütlerin, çalışanlarının örgüte katkılarını arttırabilmek için bireylerin kendi kariyerlerini yönetirken bireysel ihtiyaçlarının neler olduğunu ve nasıl saptadıklarını bilmelerine gereksinimleri olduğunu ileri sürmektedir. İşletmeler, çalışanların gereksinimlerinin saptanması, kendi kendilerinin değerlendirilmesi ve farkına varılması, bireysel kariyer hedef ve stratejilerinin oluşturulması gibi aşamalarda gerekli destek hizmetleri vermelidirler. Kariyer planlamada örgütsel sorumluluk, işletme gereksinimlerini karşılamak amacıyla bireylere kendi kendilerini geliştirmeleri için olanaklar sağlamak ve stratejiler geliştirmeyi içerir. Örgütlerin ancak bazılarının çalışanlarının istihdam edilebilirliğini arttıracak yetenek ve maharetlerini geliştirmeleri amacıyla onlara olanaklar sunabildiğini ileri sürmektedir (Anafarta, 2001: 4).

Örgütsel kariyer planlama sistemi bünyesindeki kişilerin çalışmalarını destekleyerek verimliliği artırır. Bu planlamanın etkili olabilmesi için yöneticilerin verdikleri tavsiyeler çok önemlidir. Söz konusu sistemin özünü örgütsel amaçlar ve gereksinimler oluşturmaktadır. Örgütsel kariyer planlama çalışmaları yapılırken bir yandan örgütün amacı ve beklentisi dikkate alınırken diğeryandan bireyin yetenek, yeterlilik ve beklentileri de dikkate alınmalıdır (Uslu, 2015: 23).

3. KARIYER TERCİHİ

Kariyer seçimi, statik bir durum olmayıp, gelişim sürecinin bir parçasıdır. Ginzberg ve arkadaşlarına göre (1951) erken çocukluk döneminden çocukluk döneminin ortasına kadar olan süreç bir fantezi dönemidir ve bunu erken ergenlik dönemindeki genç adayı bireylerin deneme dönemi izler. Bu deneme döneminde ergenlik çağındaki bireyler ilgileri, kapasiteleri ve değerleri hakkında düşünmeye başlarlar. Erken ergenlikten sonra gelen geç yeniyetmelik çağı gerçekçi bir aşamayı işaret etmektedir ve bu aşamada birey kendi öznel gereksinimleri ve ilgilerinden sıyrılıp, dünyanın neleri sunduğuna ilişkin bir değerlendirmeye odaklanır. Ranson'a (2003) göre basit bir kariyer seçimi bile en azından üç farklı kariyer yoluna sahiptir. Bunlar bir işverene bağlı durağan istihdam, farklı işverenler arasında hareketlilik ve son olarak kendi kendini istihdamdır (Kniveton, akt. Yılmaz vd., 2012: 11). Kariyer kararları, kişilerin kariyerlerini keşfetme aşamasında ve tercih edilen kariyerin başarılı şekilde sürdürülmesi açısından son derece önemlidir (Karaarslan ve Altuntaş, 2016: 1975).

Kariyer kararının verilmesinde bireyin karşısında seçim yapabileceği bir dizi alternatifler ve bu alternatifleri değerlendirmesinde dikkate aldığı birçok özellik ve boyut bulunmaktadır. Kişi kariyeri ile ilgili tercihte bulunurken psikolojik ve sosyal faktörler gibi birçok faktörün etkisi altında olan karmaşık ve belirsizlikler içeren bir karar vermektedir. Belirli bir süreç içerisinde gerçekleşen kariyer tercihi, kişinin tutum ve değerleri ile birlikte alacağı sosyal destek unsurlarının etkileşimi sonucunda bütünsel bir değerlendirme sonrasında gerçekleşir (Karaarslan ve Altuntaş, 2016: 1975).

Kariyer seçimi süreci, bireye özgü tutum ve değerler ve o bireyin alabileceği sosyal destek öğelerinin etkileşiminin bir ürünüdür. Beyon, Toohey ve Kishor (1998), kariyer seçiminde etkili olan faktörleri üç temel öğeden oluşan bir eksene oturtarak, bunları; “içsel, dışsal ve kişilerarası faktörler” olarak açıklamışlardır. Farmer (1987) ise kariyer seçimi konusundaki motivasyonun; bireyin geçmişi ve sahibi bulunduğu kişisel değişkenler ile çevresel değişkenler arasındaki karmaşık etkileşim sürecinin bir ürünü olduğunu ileri sürmektedir. Farmer'ın modelinde bireyin geçmişini, cinsiyet, etnik yapı, sosyo-ekonomik durum ve yaş değişkenleri

oluşturmaktadır. Söz konusu “geçmiş, kişisel ve çevresel değişkenlerin” kariyer seçiminde doğrudan bir etkisi kadar, dolaylı bir etkisi de bulunmaktadır (Yılmaz vd., 2012: 11).

3.1. KARIYER SEÇME KURAMLARI

3.1.1. Özellik-Faktör Kuramı

Parsons yetişkinlerin niteliklerine uygun iş bulması ve okullarda gençlerin özelliklerine uygun eğitim programlarını seçmesini sağlamak amacıyla mesleki büro’yu kurmuştur. Burada verdiği mesleki rehberlik hizmetlerinde kullandığı ilke ve yöntemler doğrultusunda önce “*Bir Meslek Seçimi*” adlı eseri çıkarmıştır, ardında da yine aynı ilkelerin temelini oluşturduğu *Özellik-Faktör Kuramını* oluşturmuştur. Temelini farklar psikolojisinden alan kurama göre (Kuzgun, akt. Koca, 2009: 43):

- Her bireyin sahip olduğu kendine özgü özellikleri vardır. · Her mesleğin kendine özgü nitelikleri vardır ve meslek üyeleri bu özellikleri taşırlar.
- Meslek seçimi yalın bir süreçtir ve meslekte çalışan çeşitli ölçme araçları ile ölçülerek meslek profilleri oluşturulur.
- Sahip olduğu nitelikler ile tercih ettiği mesleğin gerektirdiği niteliklerin birbiri ile uygunluk gösterdiği oranda birey başarılı olur.

Bireyin sahip olduğu kişisel, psikolojik özellikler vardır. Bu özellikler kişi-çevre etkileşimi sonucunda oluşmaktadır. Bazı durumlarda ortaya çıkan bu özellikler bazı durumlarda kaybolur. Kariyer seçimindeki en önemli nokta, bireyleri kendilerine uygun meslekler ile eşleştirmek, bu doğrultuda ihtiyaçlarını karşılamak ve iş tatminini en üst noktaya taşımak daha mümkündür (Koca, 2009: 43).

3.1.2. Holland’ın Mesleki Kişilik Kuramı

John L. Holland’ın (1959) mesleki kişilik kuramı, kişilik dinamiği ile mesleklerin yürütüldüğü çevre veya mesleklerin gerektirdiği faaliyetler arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Holland, mesleki ilginin kişiliğin bir yansıması olduğunu belirtmektedir. Bireyin değerlerini, ihtiyaçlarını ve motivasyonunu içeren kişiliği, onun kariyer seçiminde önemli bir faktördür. Holland, belli kişilik özelliklerine sahip bireylerin, belli tanımlanabilir nitelikteki işlere ilgi duyduklarını ve bu işler için uygun olduklarını varsaymaktadır (Pilavcı, 2007: 32).

Kişiler arasında farklı kişilik özellikleri mevcuttur. Bazıları sosyal iletişim kurmayı severler, bazıları girişimci faaliyetlerde bulunmaktan hoşlanır, bazıları yaratıcı olmaktan memnun olurlarken bazıları da mekanik teknik faaliyetlerde bulunmayı tercih ederler. Dolayısıyla bireyler kendi kişiliklerine uygun olan çalışma ortamlarına ve mesleklere eğilim gösterirler. Ayrıca, bireyler kendi kişiliklerine, tecrübe ve eğitimlerine uygun ortamlarda bulunurlar. Buda gösteriyor ki kişilik özellikleri, eğitim, tecrübe ve uygun ortam, kişi üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Holland, Whitney, Cole ve Richard'sın (1969) da ortaya attığı Mesleki Kişilik Modeline göre kişilik tiplerini (gerçekçi, araştırmacı, sanatçı, sosyal, geleneksel ve girişimci) olmak üzere altı grupta toplamaktadır (Erdurur, 2012: 39).

Tablo 3. Holland'ın Kişilik Teorisi

Model Tipi	Tercihler	İstenilmeyenler	Örnekler
Gerçekçi Kişilik	Motor becerileri, gerçekçilik ve yapı/İNŞAAT içeren faaliyetler.	Bağımsız kendini ifade etmeyi gerektiren sosyal durumlar.	İNŞAAT işçisi, Müfettiş, kamyon şoförü, makinist, mimar
Araştırmacı Kişilik	A Sosyal, analitik ve yaratıcı yönünü ifade eden etkinlikler	Sosyal beceri ve etkileşimleri gerektiren durumlar	Cerrah, Fizikçi, Kimyager, Mühendis, Araştırmacı
Sanatçı Kişilik	Yaratıcılık gerektiren faaliyetler ve hobiler	Erkeksi roller ve bedensel güç gerektiren faaliyetler	Tasarımcı, Şair/Romancı, Besteci, Eleştirmen, Sanat Tüccarı, Sanatçı, Besteci
Geleneksel Kişilik	Mükemmellik ve kuralcı yapılar	Yoğun ve ağır iş temposu,	Banka Memuru, Kasiyer, Katip, Yönetici Asistanı, Ofis Yöneticisi
Girişimci Kişilik	İletişim yeteneği, ikna kabiliyeti, diğerlerini etkileme gücü	Tek düze işler, sosyal olmayan faaliyetler	Ofis Müdürü, Girişimci, Lobici, Satış Elemanı, Yönetici
Sosyal Kişilik	İnsan davranışlarını değiştirmeye çalışma, meraklı olma ve başkaları ile iletişim kurma	Motor becerileri, fiziksel beceriler	Psikiyatrist, Yargıç, Öğretmen, Danışman, Okul Müdürü, İmam

Kaynak: Holland, akt. Blickle vd., 2009: 336

Tablo 3. Holland'ın kişilik teorisinde açıkça görüldüğü gibi her bir kişilik tipine ait farklılıklar ve kişiler arası yetkinlikler ve benzerlikler mevcuttur (Erdurur, 2012: 40).

Holland'a (1997) göre; kişilik ve meslek uyumlu olduğunda, iş tatmini yüksektir ve birey daha başarılıdır. Bu nedenle birey kendini değerlendirme süreci içinde ilgilerini, değerlerini, yeteneklerini, bir diğer ifade ile kişiliğini tanıdığı ölçüde, seçeceği kariyere yönelik kararını da sağlıklı vermiş olacaktır. Kariyer kararının verilmesinde bireyin özel yetenekleri; sayısal, mekanik, el becerisi akıl ve anlayış önemli rol oynamaktadır (Holland, akt. Pilavcı, 2007: 35).

3.1.3. Sosyal Öğrenme Kuramı

Kariyer seçimiyle ilgili karar vermede kullanılan sosyal öğrenme kuramına göre, bireylerin kişiliği ve davranış şekilleri, önceden var olan gelişimsel süreçler yerine, bireyin yaşadığı öğrenme deneyimlerinden oluşmaktadır. Krumboltz ve Mitchell (1979), geliştirdikleri sosyal öğrenme kuramında, Bandura'nın davranışsal teorisini temel almışlardır. Davranışsal teoriye göre, kişilik, bireyin çevresiyle etkileşimi sonucu gelişir. Bu etkileşimler çift yönlüdür. İnsanlar hem çevrelerine tepki göstererek hem de o çevre üzerinde etkin rol oynayarak öğrenme deneyimlerini artırırlar. Krumboltz, kariyer kararı vermede etkin rol oynayan dört çeşit faktör olduğunu belirtmektedir (Pilavcı, 2007: 44):

1. Genetik özellikler ve özel kabiliyetler
2. Çevresel koşullar ve olaylar
3. Öğrenme deneyimleri
4. Görev yaklaşımı becerileri

Belirtilen bu dört faktörün etkileşimi, bireyin kariyer seçimini, seçimindeki değişiklikleri ve tercihlerini etkilemektedir. Kişinin kendisi ve çevresi ile ilgili düşünceleri ve inançları bu etkileşim sonucu oluşmaktadır. Krumboltz'a göre, birey kendi kendini gözlemlene yeteneğine sahiptir. Birey, kendi kapasitesini ya da yeteneklerini, ilgilerini ve değerlerini gözlemleyebilir. İnsanlar kendi performanslarını ve becerilerini, bir standartla karşılaştırarak kendileri ve yapabilecekleri hakkında bilgi sahibi olabilirler. Bu bilgiler, olaylar karşısında gösterecekleri tepkilere rehberlik etmektedir. Bireyler, mantıklı ölçütlere sahip

oldukları, kendilerini açıkça gözlemleyebildikleri ve akılcı sonuçlar çıkarabildikleri sürece, kariyer kararlarında sorun yaşamazlar (Pilavcı, 2007: 45–46).

3.1.4. Ginzberg ve Arkadaşlarının Gelişim Kuramı

Ginzberg ve arkadaşlarına göre, kariyer seçimi, belli bir anda verilen bir karar sonucu değil, bir işe girme çağı gelinceye kadar oluşan ve gelişen, büyük ölçüde geri dönülemez davranış örüntüleri sonucunda gerçekleşir. Bu yüzden kariyer seçimi yerine kariyer gelişimi demek daha doğru olacaktır. Kariyer seçimi iç faktörler ile dış faktörlerin belli bir zamanda uzlaşması üzerine inşa edilir (Kordon, 2006: 37).

Meslek seçimini, bir gelişim süreci olarak gören Ginzberg ve arkadaşlarına göre, bireyin sürekli olarak kazandığı tecrübeler bir birikim içinde meslek seçimini önemli ölçüde etkilemekte; ayrıca, seçim sürecinin kendisi bütün etmenleri uzlaştırıcı, bir nitelik taşımaktadır. Ginzberg ve arkadaşları, başlangıçta kariyer seçiminin yetişkinlik döneminin başlarında gerçekleştiğini ifade etmelerine rağmen; daha sonra Ginzberg, kariyer seçimini belli bir dönemde iç faktörler ile dış faktörlerin uzlaşması olarak gören anlayışta değişiklikler yapmıştır. Ginzberg ve arkadaşları, meslek seçimi konusunda 11 yaşa kadar olan dönemi hayali, 11–17 yaş arası dönemi geçici, 17 yaşından sonraki dönemi gerçekçi dönem olarak adlandırmışlardır (Erdoğan, 2009: 22–23).

3.1.5. Schein'in Kariyer Değerleri Kuramı

Kariyer değerleri teorisi, 1960'larda Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde (MIT) Edgar Schein (1978) tarafından geliştirilmiştir. Teori, iş tecrübelerinin ve kariyer kararlarının arkasındaki nedenleri incelemek için 44 yüksek lisans mezunuyla derinlemesine görüşmeler yapılarak 10-12 yıllık detaylı bir çalışma sonucunda oluşturulmuştur. Kariyer değerleri, mezunların kariyerleri boyunca ilerledikçe verdikleri kararların sebeplerini açıklamak amacıyla model olarak ortaya çıkmıştır. Araştırma bir yönetici araştırması etrafında inşa edilirken, kariyer değerleri artık tüm çalışan seviyelerine uygulanmaktadır (Yarnall, 1998: 56).

Kariyer değerleri, bireyin kendi kendine algıladığı yetenek ve kabiliyetleri, temel değerleri ile güdü ve ihtiyaçlardan oluşan benlik kavramıdır. Kariyer değerleri üç temel bileşenden oluşur (Danziger vd., 2008: 7):

- Kendi kendine algılanan yetenek ve kabiliyetler

- Kendi kendine algılanan güdü ve ihtiyaçlar
- Kendi kendine algılanan tutum ve değerler

Schein'a göre, kariyer değerleri, bireyin iş ve sosyal yaşamında edindiği tecrübeler yoluyla gelişmektedir. Bu değerler kişinin kariyer seçiminde rol oynayan en önemli unsurlardandır. Kariyer değerleri, bireyin vazgeçemeyeceği ve değiştiremeyeceği, benliğine ait önemli unsurlardır. Schein, özellikle kariyer seçimi ile kariyer değerleri uyumlu olan bireylerin, iş tatmini, terfi, işte istikrar, verimlilik ve psikolojik olarak kendini iyi hissetme gibi pozitif sonuçlar alacağı üzerinde durmaktadır (Feldman, Bolino, akt. Pilavcı, 2007: 47).

Schein, kişinin temel değerleri, ihtiyaçları ve güduları doğrultusunda otonomi/bağımsızlık, güvenlik/istikrar, teknik/fonksiyonel, yönetsel ve girişimcilik/yaratıcılık olmak üzere 5 çeşit temel kariyer değeri belirlemiştir. 1980'li yıllarda çalışmasını devam ettirmiş ve bu değerlere; rekabet, hizmet duyarlılığı ve yaşam şeklini de eklemiştir (Schein, akt. Koca, 2009: 51):

1. Teknik/Fonksiyonel Yetkinlikler: İşe ve göreve yönelik olmak, teknik becerilerini göstermek isteği baskın olan kariyer değeridir. Bu değerün öne çıktığı kişilerde uzmanlık alanında derinleşme ve büyüme, örgütte yükselmekten daha önemlidir (Pilavcı, 2007: 47).
2. Yönetsel Yetkinlik: Bu değere sahip bireylerin özellikleri, başkalarını ve onlara ait fonksiyonların organizasyonuna ve yönetilmesine yönelik olumlu tutuma sahip olmak olarak tanımlanabilir. Bu grup içinde bazılarının öncelikli iş hedefi, idari kabiliyetlerini geliştirmek olmasına karşılık, bazıları ise yönetici olmak için özel çaba harcarlar ve kariyer tecrübelerinin bu konuda yeterli olduğuna inanırlar (Adıgüzel, 2009: 280).
3. Güvenlik ve İstikrar: Güvenlik ve istikrar değerini önemseyen kişiler, geleceklerinin garanti altında olmasını isterler. Çalıştıkları işin uzun vadeli, istikrarlı, istihdam ve finansal açıdan güvenli olmasını motive edici bulmaktadırlar. Açık ve net görev tanımlarına ve prosedürlere önem vermektedirler (Koca, 2009: 50).
4. Otonomi ve Bağımsızlık: Bu değer baskın olduğu kişiler örgütsel sınırlamalar altında çalışmak istemezler. Kariyerlerinde temel belirleyici,

serbest hareket edebilmektir. Başkalarına bağımlı olmak yerine, tek başına çalışmayı tercih ederler. Bu insanlar, örgüt yaşamının sınırlamaları altındaki çalışmalara tam adapte olamazlar. Bunların çoğu ya danışman olmak için ya da kendi işlerine başlamak için işi bırakırlar (Adıgüzel, 2009: 281).

5. Girişimci Yaratıcılık: Yeni ürün ve hizmet üretmek, bilgi ve becerilerini bu amaç için kullanmak ya da yeni işletmeler kurmak ve yeni projeler geliştirmek, bu kariyer değerinin önemli özellikleridir (Pilavcı, 2007: 48).
6. Hizmet ve Bir Amaca Kendini Adama: Topluma katkıda bulunma, dünyayı daha yaşanabilir bir hale getirme isteği bu kariyer değerine sahip kişilerde görülmektedir. Sosyal ve bireysel değerleri geliştirmeye yönelik faaliyetlerde bulunma ve başkalarına yardım etme isteğinde bulunan bu kişiler hemen hemen her meslekte faaliyet gösterebilirler (Koca, 2009: 51).
7. Saf Meydan Okuma: Çözülemeyen problemleri çözmek, önemli rakip ya da düşman karşısında kazanmak gibi büyük engellerin üstesinden gelmek, rekabetten hoşlanmak bu değerın önemli özellikleridir (Pilavcı, 2007: 48).
8. Yaşam Tarzı: Kariyeri daha geniş olan yaşam sisteminin bir parçası olarak görmek, iş, aile ve kendi yaşam tarzı arasında denge kurmak bu değere sahip kişilerde daha baskındır. Bu bireyler için aile değerleri ve anne-babanın kendisi ile ilgili düşünceleri ve planları daha çok önemlidir. Aile değerlerine önem veren organizasyonlara ilgi duyarlar. Mesai saatlerine ve tatil periyotlarına karşı hassastırlar. Aile ihtiyaçlarıyla mesleğin gerekliliklerini örtüştürme çabasında olma, bu değerın özelliklerindendir (Adıgüzel, 2009: 281–282).

Teknik/fonksiyonel yetkinlikler, yönetsel yetkinlik ve girişimci yaratıcılık bireyin mesleki yeteneklerine dayanmaktadır ve işin tipi ile ilgili değerlerdir. Yaşam tarzı, otonomi ve bağımsızlık, güvenlik ve istikrar bireyin güduları ve ihtiyaçlarına dayanmaktadır. Bu değerler, bireysel arzular ve kişisel hayat ile tutarlı bir iş ortamını gerektirmektedir. Saf meydan okuma, hizmet ve bir amaca kendini adama değerleri ise bireyin değer yargıları ile ilgilidir. Bu kariyer değerleri, örgüt kültürü ve meslek ile tutarlı bir kişilik üzerine odaklanmaktadır (Feldman, Bolino, akt. Pilavcı, 2007: 49).

3.2. KARIYER TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Yüksek kaliteli öğrencilerin işe alınması, kişinin gelecekteki başarısı için kritik öneme sahiptir. Gerçekten de birinci sınıf öğrencilerin bir mesleğe alınması, mesleki statüsünün meşrulaştırılmasına ve iyileştirilmesine hizmet eder. Bununla birlikte, günümüzün küresel ekonomisinde yüksek kapasiteli öğrenciler için çeşitli alternatif kariyer fırsatları bulunmaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin, kaliteli öğrenci payını çekmek için yüksek oranda rekabetçi olması gerekir. Bunu başarabilmesinin kilit noktası, öğrencilerin kariyer seçimlerini belirleyen faktörlerin daha iyi anlaşılmasıdır (Byrne vd., 2012: 101).

Kariyer kararının verilmesinde bireyin karşısında seçim yapabileceği bir dizi alternatifler ve bu alternatifleri değerlendirmesinde dikkate aldığı birçok özellik ve boyut bulunmaktadır. Kişi kariyeri ile ilgili tercihte bulunurken psikolojik ve sosyal faktörler gibi birçok faktörün etkisi altında olan karmaşık ve belirsizlikler içeren bir karar vermektedir. Belirli bir süreç içerisinde gerçekleşen kariyer tercihi, kişinin tutum ve değerleri ile birlikte alacağı sosyal destek unsurlarının etkileşimi sonucunda bütünsel bir değerlendirme sonrasında gerçekleşir (Karaarslan ve Altuntaş, 2016: 1975).

Özetle, bireyin kariyer seçimi yetenek, ilgi, değer, yetkinlik beklentisi, aile ilişkileri, cinsiyet, okul çevresi, psikolojik ihtiyaçlar, kişilik özellikleri, devletin belirlediği yasa ve politikalar, ülkenin içinde bulunduğu ekonomik faktörler, kültürel ve sosyal değişim faktörleri gibi etmenlerin etkisi altında şekillenmektedir (Adıgüzel, 2008: 69; Koca, 2009: 51).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE KARIYER PLANLAMASI: AKÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Girişimcilik, bir ülkenin ekonomik büyümesini geliştirmek ve artan küreselleşme eğilimlerine karşı rekabet gücünü korumak için temel ekonomik kalkınma stratejilerinden biri olarak kabul edilir. Ülkemizin ekonomik kalkınması için önemi her geçen gün artan girişimcilik kavramının üniversite öğrencileri tarafından bir kariyer tercihi olarak görülmesini etkileyen faktörlerin araştırılması açısından önem taşımaktadır. Girişimciliğin bireysel kariyer planlarında yer alması ülkelerin ekonomik kalkınmasındaki tetikleyici faktörlerden biridir. Çalışmamız girişimci kişilik özelliklerinin girişimciliği kariyer olarak tercih etme üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak açısından büyük bir öneme sahiptir.

Bu çalışmanın temel amacı, girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişkiyi incelemek ve girişimci kişilik özelliklerinin üniversite öğrencilerinin girişimciliği kariyer olarak tercih etme eğilimi üzerindeki etkisini araştırmaktır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Girişimcilik özellikleri ve kariyer planlama ilişkisi ve etkisini ölçmek için üniversite öğrencilerine yönelik yapılmış bir araştırma olup olmadığını tespit etmek için yerli ve yabancı literatürü incelemek amacıyla “girişimci kişilik özellikleri”, “girişimcilik eğitimi”, “kariyer”, “kariyer planlama”, “kariyer tercihi”, “kariyer değerleri”, “üniversite”, “üniversite öğrencileri”, “entrepreneur characteristics”, “entrepreneur/entrepreneurs education”, “career”, “career planning”, “career choice”, “career anchors”, “university”, “university students” anahtar kelimeleri kullanılarak *Web of Science*, *Scopus*, *Proquest Dissertations and Theses*, *YÖK Tez*

Veri Tabanı, Ulakbim Sosyal Bilimler Veri Tabanı, Sobiad Veri Tabanı ve Google Akademik aracılığıyla literatüre erişilmeye çalışılmıştır.

Koh (1996), “Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students” başlıklı çalışmasında girişimcilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını araştırmıştır. Koh araştırmasının sonucunda girişimcilik eğilimine sahip öğrencilerin girişimcilik eğilimi olmayan öğrencilere kıyasla yenilikçilik, belirsizlik toleransı ve risk alma özelliklerinin daha fazla olduğunu belirlemiştir. Bozkurt (2007) tarafından Sakarya Üniversitesi öğrencileri ile yapılan araştırmada ise anket çalışması sonuçlarına göre altı faktöre ayrılan sorulara verilen yanıtların genel eğilimine bakıldığında, katılımcıların başarıya ihtiyacı duymasına rağmen risk almak, belirsizliğe tolerans, yenilikçilik, kendine güven ve kontrol odağında kararsız kalmaktadır. Ayrıca cinsiyet açısından bir farklılığın olup olmadığı araştırıldığında, kadınlarla erkekler arasında risk alma ve belirsizlik toleransı açısından bir farklılık bulunmamıştır. Bozkurt araştırmasının sonucunda Türk toplumunun genel yapısındaki belirsizlikten ve riskten kaçınma eğiliminin anket sonuçlarına yansıdığını yorumlamıştır.

Erdurur (2012) ise yaptığı araştırmada girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu belirlemiştir. Ayrıca girişimciliği etkileyen diğer unsurların (aile, çevre, inanç, kültür vs.) girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi açısından önemli bir paya sahip olduğunu belirlemiştir. Ayrıca Barutçu ve İrmiş de (2012) çalışmalarında aile, eğitim ve diğer faktörlerin girişimci kişilik özelliklerine ve girişimcilik eğilimine olan etkilerini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda girişimcilik eğilimi ve girişimcilik özellikleri arasında olumlu bir ilişki olduğunu ve ayrıca aile, eğitim ve diğer faktörlerin girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğunu belirlemişlerdir. Girişimcilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi araştıran diğer çalışmalarda ayrıca etki eden faktörler olarak eğitim, cinsiyet, yaşanılan bölge, kişisel faktörler ve özgeçmiş araştırmalara dahil edilmiştir. Dahil edilen faktörlerle çeşitli ilişkiler gözlemlenmiştir. Bu çalışmalarda girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi arasında olumlu etki gözlemlenirken, cinsiyet faktörünün herhangi bir etkisi bulunamamıştır. Diğer faktörlerin ise girişimcilik özelliğine ve girişimcilik eğilimine olumlu etkisi belirlenmiştir (Akın ve Demirel,

2015; Damar, 2015; Duran-Garcia ve Duran-Aponte, 2013; Geri, 2013; Uygun vd., 2012; Yüksel vd., 2015). Karabulut (2009) tarafından yapılan çalışmada, İstanbul’da bir vakıf üniversitesinde işletme alanında lisans eğitimi alan üniversite öğrencilerinin, yaratıcılık, strese tahammül ve girişimcilik motivasyonu özelliklerinin bulunma düzeyi ve bu özelliklerin ilgili öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin çoğunun girişimcilik eğitimi almalarına rağmen yeni kurulmuş bir işte çalışmadığı, kendi işini kurmadığı, mezun olunca kendi işini kurup, girişimci olmak istemediği gözlemlenmiştir.

Girişimcilik eğitimi ve girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için yapılan araştırmalarda ise girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik özellikleri üzerinde olumlu ve anlamlı etkiye sahip olduğu ve girişimciliğin eğitimle öğrenilebilir olduğu belirlenmiştir (Alcaraz-Rodriguez vd., 2014; Gürol ve Atsan, 2006; Kuehn, 2008; Mikic vd., 2018; Mustapha ve Selvaraju, 2015; Nowinski vd., 2019; Özdemir vd., 2018; Piecuch vd., 2019; Sa ve Holt, 2019; Tağraf ve Halis, 2008).

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini belirlemek için yapılan çalışmalarda ise genellikle bölüm, demografik özellikler, mesleki idealler ve cinsiyet gibi faktörler ele alınmış ve karşılaştırmalar yapılmıştır (Autio vd., 2001; Avşar, 2007; Börü, 2006; Dal, 2017; Gültekin vd., 2016; Isada vd., 2015; İşcan ve Kaygın, 2011; Kerrick, 2008; Korkmaz, 2012; Miciulienė ve Kargyte, 2017; Palalić vd., 2017; Sesen, 2013; Yao vd., 2016; Yüzüak, 2010). Wang ve Wong (2004) tarafından Singapur’daki üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik yapılan çalışma sonucunda öğrencilerin yüksek girişimcilik eğilimine sahip olduğu fakat yetersiz işletme bilgisi ve risk algısının girişimde bulunmak için caydırıcı olduğu, cinsiyet, ailenin iş deneyimi ve eğitim seviyesinin girişimcilik eğilimini etkilediği ancak aile gelir durumunun, etnik kökenin ve yaşanan şehrin girişimcilik eğilimine etkisi olmadığı belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini kültürel, sosyal ve psikolojik faktörler açısından incelemek için yapılan bir araştırma sonucunda ise farklı kültürlerdeki öğrencilerin genellikle girişimcilik motivasyonu ve girişimcilikle ilgili engeller hakkında benzer görüşlere sahip olduğu, kültürel ve sosyal boyutların girişimcilik eğiliminin sadece küçük bir kısmını

açıkladığı ve psikolojik olarak ise öz yeterliliğin önemli bir öngörü olduğu belirlenmiştir (Pruett vd., 2009). Çiçek ve Durna (2012) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin bireysel özellikleri, girişimcilik eğilimleri ve meslek idealleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Cinsiyet ile akademisyenlik ideali, kendi işini kurma ideali, maaş garantisi ve ekip çalışması arasında ilişki belirlenmiştir. Akademisyenlik ideali ile okul başarısı, bir ideale hizmet, yoğun çalışma temposu, arasında ilişki bulunmuştur. Devlet memuru olma ideali ile maaş garantisi ve bir ideale hizmet arasında ilişki belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi üzerine etki eden faktörleri tespit etmek amacıyla Karakaş (2012) tarafından yapılan yüksek lisans tezinin sonucunda işletme bölümü öğrencilerinin içsel kontrol hissi, başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven duyma ve yenilikçi olma eğilimlerinin tamamı, mühendislik bölümü öğrencilerinden daha yüksek bulunmuştur. Araştırma bulguları işletme eğitiminin, mühendislik eğitime kıyasla girişimcilik eğilimini daha yüksek oranlarda etkilediğini göstermektedir.

“Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik (EPL)” ölçeğinin Türk öğrenciler için doğrulamasını yapmak için Öner ve arkadaşları (2016) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda üniversite öğrencilerinin kendi kariyer planlamaları açısından yaşamlarını etkileyen üç temel kişisel ve yönetsel becerinin (girişimcilik, profesyonellik ve liderlik) okul hayatı süresince geliştirilmesinin olumlu etkilerini göstermektedir. Al Mamun ve arkadaşları (2017) ise yaptığı çalışmada öğrencilerin girişimciliği kariyer olarak tercih etmesinde girişimcilik eğitiminin etkilerini araştırmıştır. Araştırma sonucunda üniversiteler tarafından sağlanan girişimcilik eğitiminin ve staj programlarının öğrencilerin öz güvenleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve öğrencilerin girişimciliği kariyer tercihi olarak seçmelerine olumlu ve önemli etki sağladığını belirlemişlerdir.

Türkiye’de ve yurt dışında yapılan çalışmalar incelendiğinde girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğitiminin üniversite öğrencilerinin girişimciliği kariyer olarak seçme eğilimlerine etkilerini inceleyen herhangi bir araştırmaya erişilememiştir.

3. HİPOTEZ

Araştırmanın amacı doğrultusunda; araştırma, aşağıda sunulan dokuz temel hipotez üzerinde inşa edilmiştir:

- H₁ Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile kariyer değerleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1a} Girişimci kişilik özellikleri ile özerklik otonomi – bağımsızlık kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1b} Girişimci kişilik özellikleri ile girişimci yaratıcılık kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1c} Girişimci kişilik özellikleri ile saf meydan okuma kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1d} Girişimci kişilik özellikleri ile kendini adama kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₂ Öğrencilerin kariyer değerleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2a} Kariyer değerleri ile başarı ihtiyacı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2b} Kariyer değerleri ile kontrol odağı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2c} Kariyer değerleri ile risk alma eğilimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2d} Kariyer değerleri ile belirsizlik toleransı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2e} Kariyer değerleri ile kendine güven alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2f} Kariyer değerleri ile yenilikçilik alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₃ Aile gelir düzeyinin girişimci kişilik özelliklerine olumlu etkisi vardır.
- H₄ Aile gelir düzeyinin kariyer değerlerine olumlu etkisi vardır.

- H₅ Aile bireylerinin kendi işletmesine sahip olmasının öğrencinin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri ile anlamlı bir ilişkisi vardır.
- H₆ Girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğilimi ile arasında ilişki vardır.
- H₇ Kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₈ Girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri, fakülteye göre farklılık gösterir.
- H₉ Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğitimi ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

Çalışmanın kavramsal bölümünde girişimcilik kavramı, girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik eğitimi, kariyer kavramı, kariyer planlama ve kariyer değerleri ele alınmış ve literatüre dayalı olarak incelenmiştir.

Kullanıcı araştırması kısmında ise üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişkiyi incelemek ve girişimci kişilik özellikleri ile girişimciliği kariyer olarak tercih etme eğilimlerini ölçmek için Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde uygulamalı girişimcilik dersi alan üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine anket çalışması yapılmıştır.

Araştırmada veri elde etme kolaylığı, zaman ve maliyet kısıtları dikkate alınarak araştırma alanı Afyon Kocatepe Üniversitesi'ndeki Uygulamalı Girişimcilik Dersi alan üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri ile sınırlandırılmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmada genel tarama modeli kullanılmaktadır. Genel tarama modelleri; çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 2014: 79).

Araştırma için kuramsal alt yapıyı oluşturabilmek üzere, belli bir amaca yönelik olarak kaynakları bulma, okuma, not alma ve değerlendirme işlemlerini

kapsayan (Karasar, 2014: 183) belgesel tarama yöntemiyle, literatürde yer alan basılı ve elektronik kaynaklar tespit edilerek erişim sağlanmıştır.

Çalışmada üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ile kariyer değerleri arasındaki ilişkiyi incelemek ve üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kariyer tercihlerine olan etkisini araştırmak amacıyla anket tekniğinden; elde edilen verilerin değerlendirilmesi için ise ölçme tekniklerinden yararlanılmıştır. Anket, katılımcının daha önce belirlenmiş bir sıralamada ve yapıda oluşturulan sorulara karşılık vermesiyle veri elde etme yöntemidir (Çoşkun vd., 2015: 80).

Anket sonunda elde edilen verileri analiz edebilmek ve anketin güvenilirliğini belirlemek amacıyla, sosyal bilimler için SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır.

5.1. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Çalışmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Teknoloji Fakültesi ve Turizm Fakültesinde öğrenim gören üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise bu kitlenin içerisinde anketi geri dönüş yapan 595 öğrenci oluşturmaktadır.

Evrenin toplam sayısı 6532 öğrencidir. “Araştırmacılar genellikle %5’lik bir belirlilik (certainty) düzeyinde çalışırlar. Bunun anlamı şudur: eğer örnek kütleniz yüz kere seçilmiş olsa, bunlardan en az 95 tanesi evrenin özelliklerini temsil edecek güce sahiptir” (Çoşkun vd., 2015: 137). Evreni temsil eden kabul edilebilir örneklem büyüklüğü 327’dir. Bu çalışmada 595 öğrenciye ulaşılarak yeterli belirlilik düzeyi elde edilmiştir.

5.2. VERİ TOPLAMA ARACININ GELİŞTİRİLMESİ

Araştırmanın veri toplama aracı olarak kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik sorular ve genel girişimcilik ve kariyer tercihi eğilimlerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşturulmuştur. İkinci bölümde girişimci kişilik özelliklerini ve girişimcilik eğitimi ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ölçüğü Vella (2001) tarafından hazırlanan “Entrepreneurial Attributes in Malta” başlıklı doktora tezindeki Koh’un geliştirdiği

ölçekten uyarlanmıştır. Girişimcilik eğitimi ile ilgili sorular Ece (2016) tarafından hazırlanan “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimini Belirlemede Planlanmış Davranışlar Teorisi Ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü” başlıklı yüksek lisans tezinden alınmıştır. Üçüncü bölümde kullanılan kariyer planlama ölçeği Kula (2012) tarafından hazırlanan “Lisansüstü Öğrencilerinin Kariyer Planlamalarına Etki Eden Faktörler: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinde ve Solmaztürk ve Dündar (2018) “Girişimcilik Yöneliminin Kariyer Çapaları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Rolü” başlıklı makalesinde kullanılan Schein’ın geliştirdiği kariyer çapaları ölçeğinden uyarlanmıştır.

5.3. VERİLERİN TOPLANMASI

Çalışmada kullanılan anket toplam 66 adet kapalı uçlu sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümdeki ilk 6 adet soru demografik sorulardan ve diğer 10 adet soru ise genel girişimcilik ve kariyer tercihi eğilimi ile ilgili sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm 33 adet sorudan oluşmakta ve ilk 28 adet soru girişimci kişilik özelliklerini ve girişimcilik eğilimini, diğer 5 adet soru girişimcilik eğitimi ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Üçüncü bölüm ise 17 adet sorudan oluşan kariyer değerlerini ölçmeye yönelik kariyer planlama sorularından oluşmaktadır. İkinci ve üçüncü bölümdeki sorularda 5’li Likert (1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum) ölçeği kullanılmıştır.

Anket çalışması basılı olarak ve Google Dokümanlar aracılığıyla internet üzerinden uygulanmıştır. Anket internet üzerinden 216 ve basılı olarak 379, toplamda 595 öğrenci tarafından cevaplanmıştır. Anket verileri SPSS paket programı aracılığıyla incelenirken 24 adet anketin hatalı olduğu tespit edildiğinden dolayı çalışmadan çıkarılmasına karar verilmiştir. Ayrıca anketin girişimci kişilik özelliklerinden risk alma alt boyutunu ölçmek için kullanılan “Ailemin birikimlerini yeni bir girişimde riske atmam.” (EK-1, 20. İfade) ifadesi ankete katılan öğrenciler tarafından yeteri kadar anlaşılmadığı risk alma boyutu ifadeleri ilişki analizinde fark edilerek analizlerden çıkarılmasına karar verilmiştir. Anket verileri 65 kapalı uçlu soru ve 571 anket üzerinden veri analizi yapılmıştır.

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZİ

Ankette yer alan sorulardan elde edilen veriler, ölçme teknikleri uyarınca değerlendirilerek analiz yapılmıştır. Bu bölümde çalışmanın güvenilirlik analizi, normallik testi, faktör analizi, frekans dağılımı ve hipotezlerin analiz ve yorumları yer almaktadır.

6.1. ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİNİN TAMAMLAYICI İSTATİSTİKLERİ

Güvenilirlik Analizi

İçsel tutarlılığın ölçümünde en yaygın kullanılan yöntem Cronbach Alfa olarak da bilinen alfa katsayısıdır. Alfa değeri olası tüm ikiye ayırma kombinasyonları sonucu ortaya çıkacak olan iki ayırma katsayılarının bir ortalamasını göstermektedir. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0,7 olması arzu edilir (Çoşkun vd., 2015: 126).

Tablo 4. Güvenilirlik İstatistiği

Cronbach Alfa	Madde sayısı
0,910	49

Araştırmada elde edilen Cronbach Alfa değeri, yukarıdaki Tablo 4.'te de görüleceği üzere 0,910 olarak hesaplanmıştır ve 1'e yakın olduğundan oldukça güvenilir olarak değerlendirilecektir.

Normallik Testi

Normallik testi parametrik analiz yöntemlerinin kullanılıp kullanılmayacağını belirlemek için yapılan testtir. Bu testin sonucunda anket verilerinin analiz yönteminin parametrik testlerle ya da parametrik olmayan testlerle yapılacağına karar verilir.

Tablo 5. Normallik Değerleri

Kariyer Ölçeği Normallik Değeri Tablosu	İstatistik	Standart sapma
Skewness (Çarpıklık)	-,729	0,102
Kurtosis (Basıklık)	1,440	0,204
Girişimcilik Ölçeği Normallik Değeri Tablosu	İstatistik	Standart sapma
Skewness (Çarpıklık)	-0,206	0,102
Kurtosis (Basıklık)	0,648	0,204
Girişimcilik Eğitim Ölçeği Normallik Değeri Tablosu	İstatistik	Standart sapma
Skewness (Çarpıklık)	-0,282	0,102
Kurtosis (Basıklık)	0,462	0,204

“Çoğu sosyal bilimler çalışmasında normallik değeri için ± 1.0 arasındaki bir basıklık değeri mükemmel kabul edilir, ancak belirli bir uygulamaya bağlı olarak, çoğu durumda ± 2.0 arasındaki değer de kabul edilebilir” (George ve Mallery, 2010). Normallik testi sonuçları ile ilgili bu çalışmada çıkan çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 5.’te görüldüğü üzere George ve Mallery’nin bahsettiği değerler arasındadır. Bu yüzden çalışmanın anket ölçeklerinin değerleri normal dağılmaktadır.

Faktör Analizi

Tablo 6. Faktör Analizi KMO and Bartlett's Test Tablosu

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,900	
Approx. Chi-Square	9950,703	
Bartlett's Test of Sphericity	Df	1176
	Sig.	0,000

Tablo 6.’da Kaiser-Meyer-Olkin of Sampling Adequacy değeri $0,900 > 0,600$ olduğundan örneklemin faktör analizi için yeterlidir. Bartlett’s Test of Sphericity Sig. (anlamlılık) değeri $0,000 < 0,05$ olması değişkenler arası ilişkilerin faktör analizi için anlamlı olduğu ve faktör analizi yapılabileceği anlamına gelir.

Tablo 7. Toplam Varyans Açıklama Tablosu

Bileşen	Başlangıç öz değerleri			Kare yüklerin çekme toplamaları	
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %
1	10,225	20,868	20,868	10,225	20,868
2	3,667	7,484	28,352	3,667	7,484
3	2,465	5,030	33,382	2,465	5,030
4	2,118	4,322	37,704	2,118	4,322
5	2,005	4,092	41,796	2,005	4,092
6	1,380	2,817	44,613	1,380	2,817
7	1,234	2,519	47,132	1,234	2,519
8	1,130	2,305	49,437	1,130	2,305
9	1,091	2,227	51,664	1,091	2,227
10	1,064	2,171	53,835	1,064	2,171
11	1,044	2,132	55,967	1,044	2,132
12	1,011	2,063	58,030	1,011	2,063
13	,934	1,906	59,935		
Bileşen	Kare Yüklerin Çekme Toplamları		Kare Yüklerin Dönme Toplamları		
	Kümülatif %		Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	20,868		6,129	12,508	12,508
2	28,352		3,801	7,757	20,266
3	33,382		3,790	7,735	28,000
4	37,704		2,750	5,613	33,614
5	41,796		1,984	4,049	37,662
6	44,613		1,722	3,515	41,177
7	47,132		1,649	3,366	44,543
8	49,437		1,470	3,001	47,544
9	51,664		1,445	2,948	50,492
10	53,835		1,320	2,694	53,185
11	55,967		1,204	2,458	55,643
12	58,030		1,169	2,387	58,030
13					

Tablo 7.'de anket ölçeğinin faktörlerinin toplam faktör sayısı ve varyansları açıklama yüzdesi görülmektedir. Anket ölçeği toplam 12 faktörden oluşmakta ve %58 oranında toplam varyansı açıklamaktadır. Bütün tablolar beraber değerlendirildiğinde verilerin analiz için uygun olduğu görülmektedir. Anketin güvenilirlik değeri ile normallik dağılımı da istenilen düzeyde olduğundan dolayı anket verileri üzerinden hipotezler incelenmiştir.

Frekans Analizleri ve Çapraz Tablo Analizleri

Tablo 8. Demografik Özelliklerin Frekans Dağılımı

Geçerli veri	Cinsiyet		Geçerli veri	Sınıf	
	Frekans	Yüzde %		Frekans	Yüzde %
Kadın	297	52,0	3. Sınıf	205	35,9
Erkek	274	48,0	4. Sınıf	366	64,1
Toplam	571	100,0	Toplam	571	100,0
Geçerli veri	Baba Meslek		Geçerli veri	Anne Meslek	
	Frekans	Yüzde %		Frekans	Yüzde %
Kamu	83	14,5	Kamu	25	4,4
Özel Sektör	158	27,7	Özel Sektör	77	13,5
Kendi İşini Yapıyor	125	21,9	Kendi İşini Yapıyor	8	1,4
Çalışmıyor	28	4,9	Ev Hanımı	406	71,1
Diğer	54	9,5	Diğer	7	1,2
Emekli	123	21,5	Emekli	48	8,4
Toplam	571	100,0	Toplam	571	100,0
Geçerli veri	Yaşanılan Bölge		Geçerli veri	Yaşanılan Bölge	
	Frekans	Yüzde %		Frekans	Yüzde %
Marmara	110	19,3	Marmara	110	19,3
Ege	238	41,7	Ege	238	41,7
Akdeniz	67	11,7	Akdeniz	67	11,7
Karadeniz	15	2,6	Karadeniz	15	2,6
İç Anadolu	125	21,9	İç Anadolu	125	21,9
Doğu Anadolu	3	,5	Doğu Anadolu	3	,5
Güneydoğu Anadolu	13	2,3	Güneydoğu Anadolu	13	2,3
Toplam	571	100,0	Toplam	571	100,0
Geçerli veri	Öğrencilerin Yaş Aralıkları		Geçerli veri	Öğrencilerin Yaş Aralıkları	
	Frekans	Yüzde %		Frekans	Yüzde %
19-22	313	54,8	19-22	313	54,8
23-26	241	42,2	23-26	241	42,2
27 yaş ve üzeri	17	3	27 yaş ve üzeri	17	3
Toplam	571	100,0	Toplam	571	100,0
Geçerli veri	Aile Aylık Gelir Dağılımı		Geçerli veri	Aile Aylık Gelir Dağılımı	
	Frekans	Yüzde %		Frekans	Yüzde %
1000 TL'den az	14	2,5	1000 TL'den az	14	2,5
1001 – 2000	121	21,2	1001 – 2000	121	21,2
2001 – 3000	163	28,5	2001 – 3000	163	28,5
3001 – 4000	152	26,6	3001 – 4000	152	26,6
4001+	121	21,2	4001+	121	21,2
Toplam	571	100,0	Toplam	571	100,0

Ankete katılan toplam öğrenci sayısı Tablo 8.'de görüleceği gibi 571 kişidir. Kız öğrenci sayısı 297 ve yüzde dağılımı %52'dir. Erkek öğrenci sayısı ise 274 ve yüzde dağılımı %48'dir. 3. sınıf öğrencileri 205 kişi ve yüzde dağılımı %35,9'dur. 4. sınıf öğrencileri 366 kişi ve yüzde dağılımı %64,1'dir.

Ankete katılan öğrencilerin babalarının meslekleri Tablo 8.'de görüleceği gibi; özel sektör 158 kişi, kendi işini yapanlar 125 kişi, emekli 123 kişi, kamu personeli 83 kişi, diğer meslek grubu 54 kişi ve herhangi bir işte çalışmayanlar 28 kişidir. Öğrencilerin annelerinin meslekleri ise ev hanımı 406 kişi, özel sektör 77 kişi, emekli 48 kişi, kamu personeli 25 kişi, kendi işini yapanlar 8 kişi ve diğer meslek grubu 7 kişidir. Öğrencilerin babaları daha çok özel sektörde çalışırken anneleri ise daha çok ev hanımıdır.

Tablo 8.'de, ankete katılan öğrencilerin %41,7'si Ege bölgesinde, %21,9'u İç Anadolu bölgesinde, %19,3'ü Marmara bölgesinde, %11,7'si Akdeniz bölgesinde, %2,6'sı Karadeniz bölgesinde, %2,3 Güneydoğu Anadolu bölgesinde ve %0,5 Doğu Anadolu bölgesinde yaşamaktadır. Marmara bölgesinde 110 öğrenci, Ege bölgesinde 238 öğrenci, Akdeniz bölgesinde 67 öğrenci, Karadeniz bölgesinde 15 öğrenci, İç Anadolu bölgesinde 125 öğrenci, Doğu Anadolu bölgesinde 3 öğrenci ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde 13 öğrenci yaşamaktadır. Öğrencilerin yaşadıkları bölgelerin dağılımı birbirlerine yakın olmadığı için girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri ile ilgili sağlıklı yorum yapılamaz. Bu yüzden çalışmada öğrencilerin yaşadığı bölgelere göre herhangi bir hipotez analiz edilmemiştir.

Ankete katılan öğrencilerin yaşları Tablo 8.'de görüleceği gibi 19–37 yaş arasında değişiklik göstermektedir. 19-22 yaş arasında 313 öğrenci ve yüzde dağılımı %54,8, 23-26 yaş arasında 241 öğrenci ve yüzde dağılımı %42,2 ve 27 yaş ve üzeri 17 öğrenci ve yüzde dağılımı %3'tür. Ankete katılan öğrencilerin yaş dağılımının ise 19 ve 26 yaş aralığında yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 8.'de, aile gelir düzeyi 2001 – 3000 tl arası 163 öğrenci ve yüzde dağılımı %28,5, aile gelir düzeyi 3001-4000 tl arası 152 öğrenci ve yüzde dağılımı %26,6, aile gelir düzeyi 1001-2000 tl arası 121 öğrenci ve yüzde dağılımı %21,2, aile gelir düzeyi 4001+ tl ve üzeri 121 öğrenci ve yüzde dağılımı %21,2 ve aile gelir düzeyi 1000 tl'den az 14 öğrenci ve yüzde dağılımı %2,5'tir. Tablodaki dağılımlara

bakıldığında genel aile gelir düzeyinin 2000-4000 tl arasında yoğunlaştığını gözlemleyebiliriz.

Tablo 9. Fakültelerin Frekans Dağılım Tablosu

Geçerli veri	Frekans	Yüzde %
Fen Edebiyat Fakültesi	171	29,9
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	206	36,1
Teknoloji Fakültesi	147	25,7
Turizm Fakültesi	47	8,2
Toplam	571	100,0

Tablo 9.'da ankete katılan öğrencilerin fakültelere göre dağılımı Fen Edebiyat Fakültesi 171 öğrenci ve yüzde dağılımı %29,9, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 206 öğrenci ve yüzde dağılımı %36,1, Teknoloji Fakültesi 147 öğrenci ve yüzde dağılımı %25,7 ve Turizm Fakültesi 47 öğrenci ve yüzde dağılımı %8,2'dir.

Tablo 10. Bölümlerin Frekans Dağılım Tablosu

Geçerli veri	Frekans	Yüzde %
Coğrafya	31	5,4
Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları	62	10,9
Elektrik ve Elektronik Mühendisliği	59	10,3
Felsefe	29	5,1
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	37	6,5
İktisat	85	14,9
İşletme	108	18,9
Makine Mühendisliği	88	15,4
Sosyoloji	37	6,5
Tarih	12	2,1
Turizm İşletmeciliği	10	1,8
Uluslararası Ticaret ve Finansman	13	2,3
Toplam	571	100,0

Ankete katılan öğrencilerin bölümlere göre dağılımı Tablo 10.'da görüleceği gibi İşletme Bölümü 108 öğrenci ve yüzde dağılımı %18,9, Makine Mühendisliği Bölümü 88 öğrenci ve yüzde dağılımı %15,4, İktisat Bölümü 85 öğrenci ve yüzde dağılımı %14,9, Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları Bölümü 62 öğrenci ve yüzde dağılımı %10,9, Elektrik ve Elektronik Mühendisliği Bölümü 59 öğrenci ve yüzde dağılımı %10,3, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ile Sosyoloji Bölümü 37 öğrenci ve yüzde dağılımları %6,5, Coğrafya Bölümü 31 öğrenci ve yüzde dağılımı %5,4, Felsefe Bölümü 29 öğrenci ve yüzde dağılımı %5,1, Uluslararası Ticaret ve

Finansman Bölümü 13 öğrenci ve yüzde dağılımı %2,3, Tarih Bölümü 12 öğrenci ve yüzde dağılımı %2,1 ve Turizm İşletmeciliği Bölümü 10 öğrenci ve yüzde dağılımı %1,8'dir. Ankete katılan bölümlerin dağılımı birbirlerine yakın olmadığı için girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri ile ilgili sağlıklı yorum yapılamayabilir. Bu yüzden çalışmada öğrencilerin bölümlerine göre herhangi bir hipotez analiz edilmemiştir.

Tablo 11. Öğrencilerin 1. Sınıf ve Gelecekteki Kariyer Hedeflerinin Çapraz Tablosu

1.Sınıftaki Kariyer Hedefi			Gelecekteki Kariyer Hedefi				
			Kamu	Özel Sektör	Kendi İşimi Kurmak İstiyorum	Akademisyen Olmak	Diğer
Kamu	Cinsiyet	Kadın	77	21	9	6	2
		Erkek	35	8	15	1	1
	Toplam		112	29	24	7	3
Özel Sektör	Cinsiyet	Kadın	15	34	4	8	1
		Erkek	6	62	17	5	1
	Toplam		21	96	21	13	2
Kendi İşimi Kurmak İstiyorum	Cinsiyet	Kadın	6	6	23	4	2
		Erkek	8	14	60	3	1
	Toplam		14	20	83	7	3
Akademisyen Olmak	Cinsiyet	Kadın	20	12	3	29	3
		Erkek	3	7	7	6	0
	Toplam		23	19	10	35	3
Diğer	Cinsiyet	Kadın	0	1	1	3	7
		Erkek	3	2	4	0	5
	Toplam		3	3	5	3	12
Toplam	Cinsiyet	Kadın	118	74	40	50	15
		Erkek	55	93	103	15	8
	Toplam		173	167	143	65	23

Tablo 11.'de öğrencilerin cinsiyetlerine göre 1. sınıftaki ve gelecekteki kariyer hedefleri incelendiğinde, kız öğrencilerin 1. sınıftaki kariyer hedefleri ile gelecek kariyer hedeflerinde fazla değişim olmadığı ve daha çok garanti meslek olarak görülen kamu personeli olmayı tercih ettikleri söylenebilir. Kız öğrencilerin 77'si 1. sınıf kariyer hedefi ile gelecek kariyer hedefi olarak kamu personeli olmayı tercih etmiştir. Yine kız öğrencilerin 23'ü 1. sınıf kariyer hedefi ile gelecek kariyer

hedefi olarak kendi işini kurmayı tercih etmiştir. Kız öğrencilerin genel olarak 1. sınıf kariyer hedefleri ile gelecek kariyer hedefleri tercihlerinde değişim olmasına rağmen bu değişimin fazla olduğu söylenemez. Erkek öğrencilerin ise 1. sınıftaki kariyer hedeflerinin ve gelecek kariyer hedeflerinin daha çok kendi işini kurmak olduğu ve bu tercihlerinde değişim olmadığı söylenebilir. Erkek öğrencilerin 60'ı 1. sınıf kariyer hedefi ile gelecek kariyer hedefi olarak kendi işini kurmayı tercih etmiştir. Ayrıca erkek öğrencilerin 62'si 1. sınıf kariyer hedefi ile gelecek kariyer hedefi olarak özel sektörü tercih etmiştir.

Sonuç olarak öğrencilerin 1. sınıf kariyer hedefi ile gelecek kariyer hedefi olarak tercihleri sırasıyla; kamu, özel sektör, kendi işini kurmak, akademisyenlik ve diğer meslek gruplarıdır. Ayrıca öğrencilerin 1. sınıf kariyer hedefi ile gelecek kariyer hedefi değişimleri kamudan özel sektöre, özel sektörden kamu ve kendi işini kurmaya, kendi işini kurmadan özel sektör ve kamuya, akademisyenlikten kamu ve özel sektöre, diğer meslek gruplarından ise kendi işini kurmaya ve kamuya doğru bir değişim söz konusudur. Genel olarak erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla kendi işlerini kurmayı tercih ettikleri ve kız öğrencilere göre daha fazla risk alabildikleri söylenebilir.

Tablo 12. Öğrencilerin Kendi İşlerini Kurmak İçin Tercih Ettikleri Fonların Çapraz Tablosu

Cinsiyet	Tercih Edilen Fon Kaynağı				Toplam
	Kişisel birikimlerimi kullanırım	Aile ve akrabalarımın başvururum	Ticari kredilerden yararlanırım	Bir veya birkaç ortakla çalışırım	
Kadın	99	54	85	59	297
Erkek	97	62	65	50	274
Toplam	196	116	150	109	571

Tablo 12.'de görüleceği üzere ankete katılan öğrenciler kendi işlerini kurmak için daha çok kişisel birikimlerini tercih etme eğilimindedirler. Kişisel birikimini tercih eden kız öğrenciler 99 kişi ve erkek öğrenciler 97 kişidir. Kız öğrenciler kendi birikimlerinden sonra ticari kredileri ve üçüncü olarak bir veya birkaç ortakla çalışmayı tercih etmektedirler. Erkek öğrenciler ise kişisel birikimlerinden sonra ticari kredileri ve üçüncü olarak ise aile ve akrabalarına başvurmayı tercih etmektedirler. Ticari kredileri ve bir veya birkaç ortakla çalışmayı tercih eden kız

öğrencilerin sayısı erkek öğrencilere göre daha fazladır. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin daha çok kişisel birikimlerini tercih etme eğilimlerinin, Türk toplumunun risk alma ve belirsizliğe karşı toleranslarının yüksek olması nedeniyle ailelerinden ve çevrelerinden yeni iş fikirleri için kaynak sağlayamayacaklarını düşünmelerinin göstergesi olarak yorumlanabilir.

6.2. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

- **H₁ Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile kariyer değerleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.**
 - H_{1a} Girişimci kişilik özellikleri ile özerklik otonomi – bağımsızlık kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1b} Girişimci kişilik özellikleri ile girişimci yaratıcılık kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1c} Girişimci kişilik özellikleri ile saf meydan okuma kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{1d} Girişimci kişilik özellikleri ile kendini adama kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Çoklu regresyonda bağımlı değişken üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin toplu etkisi araştırılır.

Tablo 13. Model Özeti

Model	R	R kare	Düzeltilmiş R kare	Standart tahmin hatası
1	0,500 ^a	0,250	0,244	0,37072

Tablo 13.'te R kare sütunundaki değerlerden bağımsız değişken durumundaki “kendini adama”, “saf meydan okuma”, “girişimci yaratıcılık” ve “özerklik otonomi-bağımsızlık” bağımlı değişken durumundaki “girişimci kişilik özellikleri” değişkenine ait varyansı %25 oranında açıkladığı, diğer bir ifade ile girişimci kişilik özelliklerinin %25 oranında bu faktörlere bağlı olarak şekillendiği anlaşılmaktadır.

Tablo 14. Anova Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Df	Kare Ortalaması	F	Sig.
1 Regresyon	25,875	4	6,469	47,068	0,000 ^b
Artık	77,788	566	0,137		
Toplam	103,663	570			

Tablo 14. Anova tablosunun anlamlılık sütunundaki Sig. değeri ise söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 15. Katsayı Tablosu

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
1 (Sabit)	2,525	0,112		22,553	0,000
Bağımsızlık	0,036	0,027	0,059	1,324	0,186
Girişimci yaratıcılık	0,145	0,038	0,228	3,862	0,000
Saf meydan okuma	0,197	0,038	0,299	5,158	0,000
Kendini adama	-0,032	0,025	-0,056	-1,251	0,211

Tablo 15. Katsayı tablosu ise, regresyon denklemi için kullanılan regresyon katsayılarını ve bunların anlamlılık düzeylerini göstermektedir. Girişimci kişilik özellikleri ile girişimci yaratıcılık kariyer değeri ve saf meydan okuma kariyer değeri arasındaki ilişki $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı iken, girişimci kişilik özellikleri ile bağımsızlık kariyer değeri ve kendini adama kariyer değeri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu bulgudan hareketle bağımsızlık kariyer değeri ve kendini adama kariyer değerinin girişimci kişilik özelliklerine anlamlı bir katkı yapmadığı söylenebilir. Ayrıca tablodaki katsayılardan girişimci kişilik özellikleri üzerinde en fazla etkiye sahip faktörün saf meydan okuma kariyer değeri olduğu ve bunu girişimci yaratıcılık kariyer değerinin izlediği anlaşılmaktadır.

H₁ Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile kariyer değerleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 14.'te görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri 0,000 $< 0,001$ olduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

H_{1a} Girişimci kişilik özellikleri ile özerklik otonomi – bağımsızlık kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 15.'te görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,186 > 0,001$ olduğundan dolayı hipotez reddedilmiştir.

H_{1b} Girişimci kişilik özellikleri ile girişimci yaratıcılık kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 15.'te görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,000 < 0,001$ olduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

H_{1c} Girişimci kişilik özellikleri ile saf meydan okuma kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 15.'te görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,000 < 0,001$ olduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

H_{1d} Girişimci kişilik özellikleri ile kendini adama kariyer değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 15.'te görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,211 > 0,001$ olduğundan dolayı hipotez reddedilmiştir.

- **H₂ Öğrencilerin kariyer değerleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.**
 - H_{2a} Kariyer değerleri ile başarı ihtiyacı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2b} Kariyer değerleri ile kontrol odağı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2c} Kariyer değerleri ile risk alma eğilimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2d} Kariyer değerleri ile belirsizlik toleransı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2e} Kariyer değerleri ile kendine güven alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 - H_{2f} Kariyer değerleri ile yenilikçilik alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Çoklu regresyonda bağımlı değişken üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin toplu etkisi araştırılır.

Tablo 16. Model Özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R kare	Standart hata tahmini
1	0,488 ^a	0,238	0,230	0,49154

Tablo 16. Model özeti tablosundaki R kare sütunundaki değerlerden bağımsız değişken durumundaki “başarı ihtiyacı”, “kontrol odağı”, “kendine güven”, “belirsizlik toleransı”, “yenilikçilik” ve “risk alma” bağımlı değişken durumundaki “kariyer değerleri” değişkenine ait varyansı %23 oranında açıkladığı, diğer bir ifade ile kariyer değerlerinin %23 oranında bu faktörlere bağlı olarak şekillendiği anlaşılmaktadır.

Tablo 17. Anova Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Df	Kare Ortalaması	F	Sig.
1 Regresyon	42,546	6	7,091	29,348	0,000 ^b
Artık	136,270	564	0,242		
Toplam	178,816	570			

Tablo 17. Anova tablosunun anlamlılık sütunundaki Sig. değeri ise söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 18. Katsayı Tablosu

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
1 (Sabit)	1,582	0,207		7,647	0,000
Başarı ihtiyacı	0,204	0,044	0,236	4,685	0,000
Kontrol odağı	0,024	0,049	0,022	0,482	0,630
Risk alma	0,052	0,035	0,069	1,462	0,144
Belirsizlik toleransı	0,066	0,035	0,081	1,903	0,058
Kendine güven	0,080	0,049	0,077	1,650	0,100
Yenilikçilik	0,179	0,053	0,156	3,397	0,001

Tablo 18. Katsayı tablosu ise, regresyon denklemi için kullanılan regresyon katsayılarını ve bunların anlamlılık düzeylerini göstermektedir. Kariyer değerleri ile başarı ihtiyacı alt boyutu ve yenilikçilik alt boyutu arasındaki ilişki $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı iken, kariyer değerleri ile kontrol odağı, risk alma, belirsizlik

toleransı ve kendine güven alt boyutları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu bulgudan hareketle kontrol odağı, risk alma, belirsizlik toleransı ve kendine güven alt boyutlarının kariyer değerlerine anlamlı bir katkı yapmadığı söylenebilir. Ayrıca tablodaki katsayılardan kariyer değerleri üzerinde en fazla etkiye sahip faktörün başarı ihtiyacı alt boyutu olduğu ve bunu yenilikçilik alt boyutunun izlediği anlaşılmaktadır.

H₂ Öğrencilerin kariyer değerleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 17.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,000 < 0,001$ olduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

H_{2a} Kariyer değerleri ile başarı ihtiyacı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 18.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,000 < 0,001$ olduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

H_{2b} Kariyer değerleri ile kontrol odağı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 18.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,630 > 0,001$ olduğundan dolayı hipotez reddedilmiştir.

H_{2c} Kariyer değerleri ile risk alma eğilimi alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 18.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,144 > 0,001$ olduğundan dolayı hipotez reddedilmiştir.

H_{2d} Kariyer değerleri ile belirsizlik toleransı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 18.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,058 > 0,001$ olduğundan dolayı hipotez reddedilmiştir.

H_{2e} Kariyer değerleri ile kendine güven alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 18.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,100 > 0,001$ olduğundan dolayı hipotez reddedilmiştir.

H_{2f} Kariyer değerleri ile yenilikçilik alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 18.'de görüldüğü üzere Sig. (anlamlılık) değeri $0,001 \leq 0,001$ olduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

- **H₃ Aile gelir düzeyinin girişimci kişilik özelliklerine olumlu etkisi vardır.**

Hipotezin analizinde bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılmıştır. Bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizinde ikiden fazla grubun ortalamaları karşılaştırılır.

Tablo 19. Girişimci Kişilik Özellikleri Tanımlayıcı Tablosu

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
1000 TL'den az	14	3,5340	0,23859	0,06377
1001 – 2000	121	3,8056	0,43145	0,03922
2001 – 3000	163	3,8805	0,41053	0,03216
3001 – 4000	152	3,9019	0,43458	0,03525
4001+	121	4,0142	0,41054	0,03732
Total	571	3,8902	0,42646	0,01785

Tanımlayıcı tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri ile bunlara ait standart sapma ve standart hata değerleri yer almaktadır. Tablo 19.'da gelir düzeyi arttıkça girişimci kişilik özelliklerinin buna paralel olarak arttığı görülmektedir. Ancak bu farklılıkların rastlantısal mı yoksa gerçek bir artışın mı olduğunun belirleyebilmek için Anova tablosunu incelememiz gerekir.

Tablo 20. Girişimci Kişilik Özellikleri Anova Tablosu

	Kareler Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	Sig.
Gruplar Arası	4,538	4	1,135	6,478	0,000
Grup İçi	99,125	566	0,175		
Toplam	103,663	570			

Tablo 20. Anova tablosunun Sig. (anlamlılık) sütunundaki değer 0,00 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,01'den küçük olduğu için aile gelir düzeyi ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Varyans analizi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde farklı aile gelir düzeyleri olan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin ortalaması arasındaki farkın anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anova tablosu gruplar arasındaki farklılıkları bir bütün olarak değerlendirir. Diğer bir ifade ile hangi ikili gruplar arasındaki farkın anlamlı olduğuna ilişkin bilgi vermez. Bunun için aşağıdaki Tukey testi tablosu incelenmelidir.

Tablo 21. Girişimci Kişilik Özellikleri Çoklu Karşılaştırmalar Tablosu

(I) Ailenizin aylık geliri nedir (TL)	(J) Ailenizin aylık geliri nedir (TL)	Ortalama Fark (I-J)	Standart Hata	Sig.
1000 TL'den az	1001 – 2000	-0,27157	0,11814	0,147
	2001 – 3000	-0,34650*	0,11655	0,025
	3001 – 4000	-0,36793*	0,11688	0,015
	4001+	-0,48015*	0,11814	0,001
1001 – 2000	1000 TL'den az	0,27157	0,11814	0,147
	2001 – 3000	-0,07493	0,05022	0,568
	3001 – 4000	-0,09635	0,05099	0,324
	4001+	-0,20858*	0,05380	0,001
2001 – 3000	1000 TL'den az	0,34650*	0,11655	0,025
	1001 – 2000	0,07493	0,05022	0,568
	3001 – 4000	-0,02143	0,04719	0,991
	4001+	-0,13365	0,05022	0,061
3001 – 4000	1000 TL'den az	0,36793*	0,11688	0,015
	1001 – 2000	0,09635	0,05099	0,324
	2001 – 3000	0,02143	0,04719	0,991
	4001+	-0,11223	0,05099	0,181
4001+	1000 TL'den az	0,48015*	0,11814	0,001
	1001 – 2000	0,20858*	0,05380	0,001
	2001 – 3000	0,13365	0,05022	0,061
	3001 – 4000	0,11223	0,05099	0,181

Tablo 21.'deki bulgular ışığında aile gelir düzeyi 4001+ tl ve üzeri olan öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri aile gelir düzeyi 4000 tl'den düşük olan öğrencilerden daha yüksektir. Aile gelir düzeyi azaldıkça girişimci kişilik özellikleri de azalmaktadır.

H₃ Aile gelir düzeyinin girişimci kişilik özelliklerine olumlu etkisi vardır.

Tablo 19.'da gelir düzeyi arttıkça girişimci kişilik özelliklerinin buna paralel olarak arttığı ve tablo 20.'de Sig. (anlamlılık) değeri $0,00 < 0,01$ 'den olduğu için hipotez kabul edilmiştir.

• **H₄ Aile gelir düzeyinin kariyer değerlerine olumlu etkisi vardır.**

Hipotezin analizinde bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi yöntemi kullanılmıştır. Bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizinde ikiden fazla grubun ortalamaları karşılaştırılır.

Tablo 22. Kariyer Değerleri Tanımlayıcı Tablosu

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
1000 TL'den az	14	3,6303	0,55682	0,14882
1001 – 2000	121	3,9105	0,51428	0,04675
2001 – 3000	163	3,9531	0,56607	0,04434
3001 – 4000	152	3,9915	0,55617	0,04511
4001+	121	4,0476	0,58840	0,05349
Total	571	3,9664	0,56010	0,02344

Tanımlayıcı tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri ile bunlara ait standart sapma ve standart hata değerleri yer almaktadır. Tablo 22.'de gelir düzeyi arttıkça kariyer değerlerinin buna paralel olarak arttığı görülmektedir. Ancak bu farklılıkların rastlantısal mı yoksa gerçek bir artışın mı olduğunun belirleyebilmek için Anova tablosunu incelememiz gerekir.

Tablo 23. Kariyer Değerleri Anova Tablosu

	Kareler Toplamı	df	Kare Ortalaması	F	Sig.
Gruplar Arası	2,883	4	0,721	2,318	0,056
Grup İçi	175,934	566	0,311		
Toplam	178,816	570			

Tablo 23. Anova tablosunun Sig. (anlamlılık) sütunundaki değerin 0,056 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,01'den büyük olduğu için aile gelir düzeyi ile kariyer değerleri arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığını söyleyebiliriz.

Varyans analizi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde farklı aile gelir düzeyleri olan öğrencilerin kariyer değerlerinin ortalaması arasındaki farkın anlamlı olduğu sonucuna varamayız.

Anova tablosu gruplar arasındaki farklılıkları bir bütün olarak değerlendirir. Diğer bir ifade ile hangi ikili gruplar arasındaki farkın anlamlı olduğuna ilişkin bilgi vermez. Bunun için aşağıdaki Tukey testi tablosu incelenmelidir.

Tablo 24. Kariyer Değerleri Çoklu Karşılaştırmalar Tablosu

(I) Ailenizin aylık geliri nedir (TL)	(J) Ailenizin aylık geliri nedir (TL)	Ortalama Fark (I-J)	Standart Hata	Sig.
1000 TL'den az	1001 – 2000	-0,28030	0,15739	0,386
	2001 – 3000	-0,32283	0,15527	0,231
	3001 – 4000	-0,36123	0,15572	0,140
	4001+	-0,41739	0,15739	0,063
1001 – 2000	1000 TL'den az	0,28030	0,15739	0,386
	2001 – 3000	-0,04254	0,06690	0,969
	3001 – 4000	-0,08094	0,06793	0,756
	4001+	-0,13709	0,07168	0,312
2001 – 3000	1000 TL'den az	0,32283	0,15527	0,231
	1001 – 2000	0,04254	0,06690	0,969
	3001 – 4000	-0,03840	0,06286	0,973
	4001+	-0,09456	0,06690	0,619
3001 – 4000	1000 TL'den az	0,36123	0,15572	0,140
	1001 – 2000	0,08094	0,06793	0,756
	2001 – 3000	0,03840	0,06286	0,973
	4001+	-0,05616	0,06793	0,922
4001+	1000 TL'den az	0,41739	0,15739	0,063
	1001 – 2000	0,13709	0,07168	0,312
	2001 – 3000	0,09456	0,06690	0,619
	3001 – 4000	0,05616	0,06793	0,922

Hangi ikili gruplar arasındaki farkın anlamlı olduğuna ilişkin bilgiyi Tukey testi sonucunda görebiliriz. Tablo 23. Kariyer değerleri Anova tablosunda görüldüğü üzere ikili gruplar arasında herhangi anlamlı bir ilişki yoktur, bu nedenle hangi ikili gruplar arasındaki farkın anlamlı olduğunu da belirleyemeyiz. Tablo 24. Tukey testi tablosunu incelediğimizde Sig. (anlamlılık) değerlerinin $p > 0,05$ ten büyük olduğu için gruplar arasında anlamlı bir ilişki olmadığını söyleyebiliriz.

Bu bulgular ışığında aile gelir düzeyi arttıkça kariyer değerlerinin de arttığını ancak bu artışın rastlantısal olduğu yorumunu yapabiliriz. Anova tablosundaki Sig. (anlamlılık) sütunundaki değer 0,056 olduğu için aile gelir düzeyi ile kariyer değeri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğunu söyleyemeyiz.

H₄ Aile gelir düzeyinin kariyer değerlerine olumlu etkisi vardır. Tablo 22.'de gelir düzeyi arttıkça kariyer değerlerinin de buna paralel olarak arttığı ve tablo 23.'te Sig. (anlamlılık) değeri $0,56 > 0,01$ 'den olduğu için hipotez reddedilmiştir.

- **H₅ Aile bireylerinin kendi işletmesine sahip olmasının öğrencinin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri ile anlamlı bir ilişkisi vardır.**

Yukarıdaki hipotezi test etmek için bağımsız örneklem T testi kullanılmıştır. Bağımsız örneklem T testi iki ayrı grubun ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılır.

Tablo 25. Aile Bireyinin Kendi İşletmesi Olan Öğrencilerin Grup İstatistikleri Tablosu

Aile bireyleri kendi işletmesine sahip olanlar		N	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
Girişimci kişilik özellikleri	Hayır	351	3,3210	0,38750	0,02068
	Evet	219	3,4155	0,37217	0,02515
Kariyer değerleri	Hayır	351	3,9412	0,53193	0,02839
	Evet	219	4,0086	0,60209	0,04069

Grup istatistikleri tablosu Tablo 25.'te her bir grupta kaç kişi bulunduğu bunların ortalama değerleri ile bunlara ait standart sapma ve standart hata değerleri yer almaktadır. Tabloda aile bireyleri kendi işletmesine sahip olan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin ve kariyer değerlerinin ortalamasının yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu farkın rastlantısal mı yoksa anlamlı mı olduğunu belirleyebilmek için bağımsız örneklem tablosunu incelememiz gerekir.

Tablo 26. Aile Bireyinin Kendi İşletmesi Olan Öğrencilerin Bağımsız Örneklem Tablosu

		Ortalamaların Eşitliği için T- Testi				
		t	df	Sig. (2-yönlü)	Ortalama Fark	Standart Hata Farkı
Girişimci kişilik özellikleri	Varyansların eşit olduğu varsayımı	-2,875	568	0,004	-0,09449	0,03287
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	-2,902	476,779	0,004	-0,09449	0,03256
Kariyer değerleri	Varyansların eşit olduğu varsayımı	-1,398	568	0,163	-0,06742	0,04821
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	-1,359	419,986	0,175	-0,06742	0,04961

Tablo 26. Bağımsız örneklem test tablosunun Sig. (anlamlılık) sütunundaki değerler girişimci kişilik özelliklerinin ortalaması için 0,004; kariyer değerlerinin ortalaması için 0,163 olduğu görülmektedir. Söz konusu değerlerden 0,004'ün 0,05'ten küçük olduğu için aile bireylerinin kendi işletmesine sahip olması ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz. Diğer değer ise $0,163 > 0,05$ olduğundan dolayı aile bireylerinin kendi işletmesine sahip olması ile kariyer değerleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyemeyiz.

T testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde aile bireyleri kendi işletmesine sahip olan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak aile bireyleri kendi işletmesine sahip olan öğrencilerin kariyer değerlerinin yüksekliğinin rastlantısal olduğu söylenebilir.

H₅ Aile bireylerinin kendi işletmesine sahip olmasının öğrencinin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri ile anlamlı bir ilişkisi vardır. Tablo 25.'te aile bireyleri kendi işletmesine sahip olan öğrencilerin kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ortalamalarının daha fazla olduğu ve tablo 26.'da Sig.

(anlamlılık) değeri girişimci kişilik özellikleri için $0,004 < 0,05$ ve kariyer değerleri için $0,163 > 0,05$ olduğu için hipotez reddedilmiştir.

- **H₆ Girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğilimi ile arasında ilişki vardır.**

Yukarıdaki hipotezi test etmek için korelasyon analizi kullanılmıştır. Korelasyon analizi ile iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi edinebiliriz.

Tablo 27. Korelasyon Tablosu

		Girişimcilik Eğitim	Kariyer Değerleri	Girişimci Kişilik Özellikleri	Girişimcilik Eğilimi
Girişimcilik eğitimi	Pearson	1	0,458**	0,233**	0,233**
	Korelasyonu				
	Sig. (2-yönlü)		0,000	0,000	0,000
	N	571	571	571	571

Pearson Korelasyon'u ifadesinin karşısındaki değer "r" ile ifade edilir ve -1 ile +1 arasında bir değer alır. Burada ilişkinin yönünü "r"nin işareti, derecesini ise kat sayının büyüklüğü belirler. Eksi değerler bir değişken artarken diğerinin azaldığının, artı değerler ise her iki değişkenin aldığı değerlerin birlikte artış ve azalış gösterdiğinin göstergesidir.

Tablo 27.'deki 0,458 değeri girişimcilik eğitimi ile kariyer değerleri arasında güçlü pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin kariyer değerlerinin artacağı yorumunda bulunabiliriz. Tablo 27.'de girişimcilik eğitimi ile girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi arasında da pozitif doğrusal bir ilişki olduğu görülmektedir.

H₆ Girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğilimi ile arasında ilişki vardır. Tablo 27.'de görüldüğü üzere girişimcilik eğitimi ile kariyer değerleri $r:0,458$, girişimcilik eğitimi ile girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi $r:0,233$ olduğu için aralarında pozitif doğrusal bir ilişki bulunduğundan dolayı hipotez kabul edilmiştir.

- **H₇ Kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.**

Yukarıdaki hipotezi test etmek için bağımsız örneklem T testi kullanılmıştır. Bağımsız örneklem T testi iki ayrı grubun ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılır.

Tablo 28. Cinsiyete Göre Kariyer Değerleri ve Girişimci Kişilik Özellikleri Grup İstatistikleri

Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
Kariyer değerleri Kadın	297	3,8911	0,55079	0,03196
Erkek	274	4,0481	0,55965	0,03381
Girişimci kişilik özellikleri Kadın	297	3,8289	0,39429	0,02288
Erkek	274	3,9566	0,45017	0,02720

Tablo 28. Grup istatistikleri tablosunda her bir grupta kaç kişi bulunduğu bunların ortalama değerleri ile bunlara ait standart sapma ve standart hata değerleri yer almaktadır. Tabloda erkek öğrencilerin kariyer değerlerinin ve girişimci kişilik özelliklerinin kız öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu farkın rastlantısal mı yoksa anlamlı mı olduğunu belirleyebilmek için bağımsız örneklem tablosunu incelememiz gerekir.

Tablo 29. Cinsiyete Göre Kariyer Değerleri ve Girişimci Kişilik Özellikleri Bağımsız Örneklem Tablosu

		Ortalamaların Eşitliği için T- Testi				
		t	df	Sig. (2-yönlü)	Ortalama Fark	Standart Hata Farkı
Kariyer değerleri	Varyansların eşit olduğu varsayımı	-3,377	569	0,001	-0,15702	0,04649
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	-3,375	563,729	0,001	-0,15702	0,04652
Girişimci kişilik özellikleri	Varyansların eşit olduğu varsayımı	-3,610	569	0,000	-0,12763	0,03535
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	-3,591	544,586	0,000	-0,12763	0,03554

Tablo 29. Bağımsız örneklem test tablosunun Sig. (anlamlılık) sütunundaki değerin girişimci kişilik özelliklerinin ortalaması için 0,000; kariyer değerlerinin ortalaması için 0,001 olduğu görülmektedir. Söz konusu değerler 0,05'ten küçük olduğu için cinsiyet ile girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

T testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar ile Tablo 4.1.8'deki değerler birlikte değerlendirildiğinde erkek öğrencilerin kariyer değerlerinin ve girişimci kişilik özelliklerinin kız öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

H₇ Kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 28.'de cinsiyete göre kariyer değerlerinde ve girişimci kişilik özelliklerinde farklılık olması nedeniyle ve tablo 29.'daki Sig. (anlamlılık) değerinin girişimci kişilik özellikleri ortalaması için $0,000 < 0,05$; kariyer değerleri ortalaması için $0,001 < 0,05$ olduğu için hipotez kabul edilmiştir.

- **H₈ Girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri, fakülteye göre farklılık gösterir.**

Yukarıdaki hipotezi test etmek için çok faktörlü varyans analizi uygulanmıştır. Birden fazla bağımlı değişkenin, birden fazla bağımsız değişkene göre farklılaşma durumunu aynı anda incelemek için çok faktörlü varyans analizi yöntemi kullanılabilir.

Tablo 30. Fakülteye Göre Girişimci Kişilik Özellikleri ve Kariyer Değerleri Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

	Fakülte	Ortalama	Standart Sapma	N
Girişimci kişilik özellikleri	Fen Edebiyat Fakültesi	3,9000	0,39395	171
	Teknoloji Fakültesi	3,9385	0,39881	147
	Turizm Fakültesi	3,8825	0,41261	47
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	3,8493	0,47122	206
	Toplam	3,8902	0,42646	571
Kariyer değerleri	Fen Edebiyat Fakültesi	3,9518	0,53684	171
	Teknoloji Fakültesi	4,0320	0,54242	147
	Turizm Fakültesi	4,0601	0,52319	47
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	3,9103	0,59487	206
	Toplam	3,9664	0,56010	571

Tablo 30.'da öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin ve kariyer değerlerinin fakülteye göre değişimi verilmiştir. Bu tablodan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin ve kariyer değerlerinin fakültelere göre farklılık gösterdiği gözlemlenmektedir. Ancak gözlenen farklılıkların anlamlı olup olmadığını belirlemek için Test of Between Subjects Effects tablosunu incelememiz gerekir.

Tablo 31. Fakülteye Göre Girişimci Kişilik Özellikleri ve Kariyer Değerleri Test of Between Subjects Effects (Gruplar Arası Etki Testi)Tablosu

Kaynak	Bağımlı Değişken	Tür III Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Düzeltilmiş Model	Girişimci kişilik özellikleri	0,706 ^a	3	0,235	1,297	0,275
	Kariyer değerleri	1,729 ^b	3	0,576	1,845	0,138
Kesen	Girişimci kişilik özellikleri	6251,211	1	6251,211	34426,542	0,000
	Kariyer değerleri	6563,379	1	6563,379	21014,708	0,000
Fakülte	Girişimci kişilik özellikleri	0,706	3	0,235	1,297	0,275
	Kariyer değerleri	1,729	3	0,576	1,845	0,138
Hata	Girişimci kişilik özellikleri	102,957	567	0,182		
	Kariyer değerleri	177,087	567	0,312		
Toplam	Girişimci kişilik özellikleri	8744,837	571			
	Kariyer değerleri	9162,048	571			
Düzeltilmiş Toplam	Girişimci kişilik özellikleri	103,663	570			
	Kariyer değerleri	178,816	570			

R kare = ,007 (Ayarlanmış R kare = ,002)

R kare = ,010 (Ayarlanmış R kare = ,004)

Tablo 31.'in anlamlılık sütunundaki değerlerden kariyer değerlerinin ve girişimci kişilik özelliklerinin fakülteye bağlı değişiminin ($p= 0,138$, $p= 0,275$; $p > 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda fakültenin öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri üzerinde bir etkisi yoktur.

H₈ Girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri, fakülteye göre farklılık gösterir. Tablo 31.'deki Sig. (anlamlılık) değerleri $p = 0,138$, $p = 0,275$; $p > 0,05$ olduğu için hipotez reddedilmiştir.

- **H₉ Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğitimi ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.**

Yukarıdaki hipotezi test etmek için bağımsız örneklem T testi kullanılmıştır. Bağımsız örneklem T testi iki ayrı grubun ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılır.

Tablo 32. Grup İstatistikleri Tablosu

Girişimciliği ciddi olarak düşünmeleri		N	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası
Girişimcilik eğitimi	Evet	350	4,1726	0,76405	0,04084
	Hayır	221	3,6643	0,97498	0,06558
Kariyer değerleri	Evet	350	4,0723	0,55343	0,02958
	Hayır	221	3,7988	0,52997	0,03565
Girişimci kişilik özellikleri	Evet	350	3,9701	0,41421	0,02214
	Hayır	221	3,7636	0,41568	0,02796

Grup istatistikleri tablosunda her bir grupta kaç kişi bulunduğu bunların ortalama değerleri ile bunlara ait standart sapma ve standart hata değerleri yer almaktadır. Tablo 32.'de "Girişimciliği ciddi olarak düşündünüz mü?" sorusuna evet yanıtını veren öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin, girişimcilik eğitimi, kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu farkın rastlantısal mı yoksa anlamlı mı olduğunu belirleyebilmek için bağımsız örneklem tablosunu incelememiz gerekir.

Tablo 33. Bağımsız Örneklem Tablosu

		Ortalamaların Eşitliği için T- Testi				
		t	df	Sig. (2-yönlü)	Ortalama Fark	Standart Hata Farkı
Girişimcilik eğitimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı	6,945	569	0,000	0,50832	0,07319
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	6,579	387,017	0,000	0,50832	0,07726
Kariyer değerleri	Varyansların eşit olduğu varsayımı	5,846	569	0,000	0,27349	0,04678
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	5,904	482,934	0,000	0,27349	0,04632
Girişimci kişilik özellikleri	Varyansların eşit olduğu varsayımı	5,793	569	0,000	0,20644	0,03564
	Varyansların eşit olmadığı varsayımı	5,788	466,702	0,000	0,20644	0,03567

Tablo 33. Bağımsız örneklem test tablosunun Sig. (anlamlılık) sütunundaki değerler girişimcilik eğitimi, kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ortalamaları için 0,000 olduğu görülmektedir. Söz konusu değerler 0,05'ten küçük olduğu için “Girişimciliği ciddi olarak düşündünüz mü?” sorusuna verilen evet yanıtı ile girişimcilik eğitimi, girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

T testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde “Girişimciliği ciddi olarak düşündünüz mü?” sorusuna evet yanıtını veren öğrencilerin girişimcilik eğitimi, kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ortalamalarının aynı soruya hayır yanıtını veren öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda girişimcilik eğitimi alan, girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri ortalaması yüksek olan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olduğu sonucuna varılabilir.

H₉ Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğitimi ile arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablo 33.'teki Sig. (anlamlılık) değerleri $0,000 < 0,05$ olduğu için hipotez kabul edilmiştir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada girişimcilik kavramı, girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik eğitimi, kariyer kavramı, kariyer planlama ve kariyer değerleri literatüre dayalı olarak incelenmiş ve girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri arasındaki ilişkiyi incelemek ve girişimci kişilik özelliklerinin üniversite öğrencilerinin girişimciliği kariyer olarak tercih etme eğilimi üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde Uygulamalı Girişimcilik Dersi alan üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine uygulanmıştır.

Girişimci genellikle kendi işini kuran, çeşitli üretim faktörlerini bir araya getiren, risk alan ve üretim gerçekleştiren ve bu süreç sonunda kâr elde etmeyi amaçlayan kişidir. Girişimcilik aynı zamanda yüksek yaratıcılık kullanılarak ortaya çıkarılabilecek daha üstün durumlara ulaşmak için kullanılacak bir yöntem olarak da algılanabilir. Literatür kapsamında girişimcilik ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve sosyal gelişmenin temel unsurlarından biri olarak değerlendirilebilir. Girişimcilik özellikleri genetik olarak var olabileceği gibi aile, çevre, eğitim, gelir vs. gibi çeşitli faktörler tarafından da şekillenebilir.

Kariyer değerleri, bireyin kendi kendine algıladığı yetenek ve kabiliyetleri, temel değerleri ile güdü ve ihtiyaçlardan oluşan benlik kavramıdır ve bireyin iş ve sosyal yaşamında edindiği tecrübeler yoluyla gelişir. Bu değerler kişinin kariyer seçiminde rol oynayan en önemli unsurlardandır. Literatürde de kariyer seçimi ile kariyer değerleri uyumlu olan bireylerin, iş tatmini, terfi, işte istikrar, verimlilik ve psikolojik olarak kendini iyi hissetme gibi pozitif sonuçlar elde ettiği belirtilmektedir. Bireyin kariyer seçimi yetenek, ilgi, değer, yetkinlik beklentisi, aile ilişkileri, cinsiyet, okul çevresi, psikolojik ihtiyaçlar, kişilik özellikleri, devletin belirlediği yasa ve politikalar, ülkenin içinde bulunduğu ekonomik faktörler, kültürel ve sosyal değişim faktörleri gibi etkenler ile şekillenir.

Üniversiteler, topluma yararlı ve mesleklerinde iyi yetişmiş bireyler yetiştirmeyi hedefleyen, uygulanabilir bilgiler üreten, girişimcilik kültürü aşılayan ve araştırmayı teşvik eden kurumlardır. Literatür incelemesi sonucunda üniversitelerin sanayi ve teknopark iş birliği ile teknolojik gelişmeyi, üretimde verimliliği,

yönetimsel konularda danışmanlık sağlayarak ve yeni girişimleri destekleyerek ise ekonomik kalkınmaya yardımcı olduğu görülmektedir. Ayrıca üniversiteler öğrencilerinin girişimcilik ile ilgili farkındalıklarını arttırmak, öğrencileri girişimciliği kariyer olarak tercih etmeleri için motive etmek amacıyla girişimcilik eğitimi de sağlamaktadır. Öğrencilerin girişimci olmaya yönelmelerini sağlayacak aktörleri bir araya getirerek girişimcilik eğilimlerinin artması için gerekli ortamın üniversiteler tarafından oluşturulması önemlidir. Üniversiteler; kariyer planlama ve geliştirme ile ilgili programlar aracılığıyla ve öğrencilere staj ve iş imkânı yaratarak bireylerin kariyer tercihlerinin ve kariyer değerlerinin gelişimine aktif katkı sağlar.

Çalışmadaki hipotezleri sınamak üzere yapılan anket çalışması aracılığıyla toplanan veriler değerlendirildiğinde, elde edilen bulgulardan çıkarılan sonuçlar ise aşağıda sunulmaktadır;

- Araştırma sınırları çerçevesinde elde edilen bulgular, öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile kariyer değerleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. (Tablo 14.) Girişimci kişilik özellikleri üzerinde en fazla etkiye sahip faktörün saf meydan okuma kariyer değeri olduğu ve bunu girişimci yaratıcılık kariyer değerinin izlediği, bağımsızlık kariyer değerinin ve kendini adama kariyer değerinin ise girişimci kişilik özelliklerine anlamlı bir etkisinin olmadığı anlaşılmaktadır. (Tablo 15.) Sonuç olarak öğrencilerin rekabetçi iş ve mesleklere ilgisinin olduğu ve yine girişimci- yaratıcı faaliyetlere ilgi duydukları ve bu tarz kariyerleri tercih edebilecekleri söylenebilir. Ayrıca kariyer değerlerinin bu iki alt boyutunun girişimci kişilik özellikleri ile arasındaki anlamlı ilişki doğrultusunda öğrencilerin girişimciliği kariyer olarak tercih etme eğiliminde olduğu da söylenebilir.
- Öğrencilerin kariyer değerleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında da anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Tablo 17.) Kariyer değerleri üzerinde en fazla etkiye sahip girişimci kişilik özelliği alt boyutunun başarı ihtiyacı olduğu ve bunu yenilikçiliğin izlediği anlaşılmaktadır. Kontrol odağı, risk alma, belirsizlik toleransı ve kendine güven alt boyutlarının ise kariyer değerlerine anlamlı bir katkı yapmadığı söylenebilir. (Tablo 18.) Öğrencilerin kariyer değerleri ile girişimci kişilik özelliklerinden başarı ihtiyacı ve yenilikçiliğin kariyer değerleri ile ilişkili olmasından dolayı öğrencilerin başarıma güdüsüne

sahip oldukları, keşfetmeye ve yeniliğe açık oldukları söylenebilir. Ayrıca öğrencilerin kariyer değerleri ile girişimci kişilik özellikleri bağlamında risk almaktan hoşlanmadıkları, içsel kontrole sahip olmadıkları, belirsizliği sevmedikleri ve kendilerine güvenlerinin düşük olduğu söylenebilir.

- Araştırma bulguları sonucunda aile gelir düzeylerinin öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Tablo 19. ve Tablo 20.) Aile gelir düzeyi 4001+ tl ve üzeri olan öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri aile gelir düzeyi 4000 tl'den düşük olan öğrencilerden daha yüksektir. Aile gelir düzeyi azaldıkça girişimci kişilik özellikleri de azalmaktadır. (Tablo 21.) Öğrencilerin aile gelir düzeyi arttıkça girişimci kişilik özelliklerinin artmasının nedeni ekonomik güven duygusunun artması ile açıklanabilir. Öğrencinin girişimde bulunmak için üstleneceği finansal riski aile gelir düzeyi yüksek olan öğrenci daha kolay göze alabilir.
- Aile gelir düzeyinin öğrencilerin kariyer değerleri üzerinde ise olumlu etkisi yoktur. Farklı aile gelir düzeyleri olan öğrencilerin kariyer değerlerinin ortalaması arasındaki farkın anlamlı olmadığı görülmektedir. (Tablo 22. ve Tablo 23.)
- Araştırma sınırları çerçevesinde elde edilen bulgular, aile bireyleri kendi işletmesine sahip olan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin daha yüksek olduğunu, ancak aile bireylerinin kendi işletmesine sahip olmasının öğrencilerin kariyer değerleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymaktadır. (Tablo 25. ve Tablo 26.)
- Araştırma bulguları, girişimcilik eğitimi ile kariyer değerleri arasında güçlü pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, girişimcilik eğitimi ile girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi arasında da pozitif doğrusal bir ilişki olduğu görülmektedir. Girişimcilik eğitiminin, öğrencilerin kariyer değerlerinin ve girişimci kişilik özelliklerinin gelişmesine ve girişimcilik eğilimlerinin artmasına olumlu katkı sağlayacağını söyleyebiliriz. (Tablo 27.) Öğrencilerin girişimcilik ile ilgili eğitimler almaları onların girişimci kişilik özelliklerini arttıracak gibi kariyer olarak girişimciliği tercih etmelerini ve girişimcilik eğilimlerinin artmasını sağlayabilir.

- Araştırma bulguları sonucunda, kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve erkek öğrencilerin kariyer değerlerinin ve girişimci kişilik özelliklerinin kız öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Tablo 11., Tablo 28. ve Tablo 29.) Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha çok güvenceli ve garanti meslekleri tercih ettikleri, risk ve belirsizlikten hoşlanmadıkları söylenebilir. Erkek öğrencilerin daha çok girişimci olmayı tercih etmeleri ve girişimci kişilik özelliklerinin yüksek olması, risk almaya istekli oldukları ve belirsizlik toleranslarının yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.
- Araştırma sınırları çerçevesinde elde edilen bulgular, öğrenim görülen fakültenin öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymaktadır. (Tablo 31.) Öğrenim görülen fakültelere göre farklılığın olmaması araştırmaya katılan öğrencilerin Uygulamalı Girişimcilik Dersi almalarından dolayı olabilir. Görülen eğitim sayesinde fakülteler farklı olsa dahi eğitim ile girişimci kişilik özelliklerinin kazanıldığı söylenebilir.
- Araştırmada “Girişimciliği ciddi olarak düşündünüz mü?” sorusuna evet yanıtı veren öğrencilerin girişimcilik eğitimi, kariyer değerleri ve girişimci kişilik özellikleri ortalamalarının aynı soruya hayır yanıtı veren öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Tablo 32. ve Tablo 33.) Bu bağlamda, öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerine sahip olmasının ve/veya girişimcilik eğitimi almış olmasının kariyer planlarında girişimciliği tercih etme eğilimleri üzerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Kullanıcı araştırmasının evrenini, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Teknoloji Fakültesi ve Turizm Fakültesinde öğrenim gören Uygulamalı Girişimcilik Dersi alan üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Kullanıcı araştırmasının yalnızca belirli fakültelerde öğrenim gören Uygulamalı Girişimcilik Dersi alan öğrenciler ile yapılmış olması bu çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu nedenle girişimcilik eğitimi alan ve girişimcilik eğitimi almayan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin ve kariyer değerlerinin gelişimi karşılaştırılamamıştır. Girişimcilik eğitiminin girişimci kişilik özellikleri ve kariyer değerleri üzerindeki etkisinin daha

ayrıntılı olarak incelenebilmesi için girişimcilik eğitimi alan ve girişimcilik eğitimi almayan öğrencilerden oluşan bir örneklem grubu üzerinde yapılacak olan kullanıcı araştırmasını kapsayan çalışmalar yapılabilir.

Sonuç olarak literatürdeki bilgiler ve kullanıcı araştırması sonucunda toplanan verilerin değerlendirilmesiyle elde edilen bulgular, girişimci kişilik özellikleri, kariyer değerleri ve girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi ve kariyer tercihinde girişimciliğe yer verme arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Ülkelerin ekonomik kalkınması ve refahının artması için girişimciliğin geliştirilmesi, girişimcilerin eğitilmesi, yönlendirilmesi ve motive edilmesi gereklidir. Girişimcilik her ne kadar doğuştan gelen bir yetenek olsa da aynı zamanda eğitim yolu ile de kazandırılabilen bir beceridir. Üniversiteler tarafından girişimcilik ile ilgili farkındalığın arttırılması ve öğrencilerin kariyer tercihi olarak girişimciliğe yönelmelerinin sağlanabilmesi için girişimcilik eğitimine daha fazla önem verilmesi gereklidir. Bireyin girişimci olmasını sağlayacak iş fikrini geliştirmesinde ihtiyaç duyacağı aktörleri bir araya getirmek önemlidir. Üniversiteler; öğrenci ve mezunlarına kariyer planlama ve geliştirme konularında çalışma programları sunarak, kariyer planlama etkinliklerine ve uygulamalarına öğrencilerin ilgisini çekecek çalışmalar yaparak, tanınmış başarılı girişimciler ile bağlantılar kurarak girişimcilerin öğrencilerle bir araya gelmesi sağlanarak öğrencilerin kariyer tercihlerinde girişimciliğe ilgi duyması sağlanmalıdır. Ayrıca üniversiteler, işverenler ile bağlantılar kurarak öğrencilere staj ve iş imkânı yaratarak öğrencilerin kariyer tercihlerinin ve kariyer değerlerinin gelişimine destek sağlamalıdır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O. (2008). *Türkiye’de Gençlerin Kariyer Planlamasını Etkileyen Faktörler ve Üniversite Hazırlık Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Adıgüzel, O. (2009). “Shein’in Kariyer Çapaları Perspektifinde Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Kariyer Değerlerine İlişkin Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 14 No. 2, ss. 277–292.
- Akın, H.B. ve Demirel, Y. (2015). “Entrepreneurship Education and Perception Change : The Preliminary Outcomes of Compulsory Entrepreneurship Course Experience in Turkey”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No. 34, ss. 15–26.
- Alcaraz-Rodriguez, R., Villasana, M. ve Moises Alvarez, M. (2014). “Fine-tuning Entrepreneurship Education: How do Programs Impact Entrepreneurial Characteristics in Students?”, içinde Galbraith, B. (Ed.), *Proceedings Of The 9th European Conference On Innovation And Entrepreneurship (Ecie 2014)*, ss. 642–650.
- Alpugan, O., Demir, M.H., Oktay, M. ve Üner, N. (1997). *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*, Beta, İstanbul.
- Altuğ, S. ve Hocaoglu, A. (2018). “Teknoparkların İnovasyon Ekosistemindeki Yeri ve İnovasyon Başarısına Katkısı: Teknopark İzmir Özelinde Bilişim Sektöründe Bir Şirket Örneği”, *İzmir Democracy University Social Sciences Journal*, Vol. 1 No. 1, ss. 70–86.
- Anafarta, N. (2001). “Orta Düzey Yöneticilerin Kariyer Planlamasına Bireysel Perspektif”, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, No. 2, ss. 1–17.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R.D. (2001). “Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No. 5, ss. 495–527.
- Arslan, K. (2002). “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler Ve Girişimcilik Eğilimleri”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, No. 6, ss. 1–11.
- Aslan, S. (2008). “Kişilik, Huy ve Psikopatoloji”, *Reviews, Cases and Hypotheses in Psychiatry*, Vol. 2 No. 1–2, s. 77.

- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G.G.C. ve Hay, M. (2001). “Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA.”, *Enterprise & Innovation Management Studies*, Routledge, Vol. 2 No. 2, ss. 145–160.
- Avşar, M. (2007). *Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Aycan, Z. (2001). “Paternalizm: Yönetim ve Liderlik Anlayışına İlişkin Üç Görgül Çalışma”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Vol. 1 No. 1, ss. 1–19.
- Aytaç, Ö. (2006). “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, No. 15, ss. 139–160.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No. 18, ss. 101–120.
- Bakioğlu, A. ve Demirel, A. (2001). “İlköğretim Müfettişlerinin Kariyer Gelişimleri”, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Vol. 13 No. 13, ss. 37–54.
- Baron, R.A. (1998). “Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Other People”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 13 No. 4, ss. 275–294.
- Barutçu, E. ve İrmiş, A. (2012). “Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Vol. 26 No. 2, ss. 1–25.
- Basu, A. ve Altınay, E. (2002). “The Interaction Between Culture and Entrepreneurship in London’s Immigrant Businesses”, *International Small Business Journal*, Vol. 20 No. 4, ss. 371–393.
- Bayrakdar, S. (2011). “Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Vol. 12 No. 1, ss. 245–264.
- Bektaş, Ç. ve Köseoğlu, M.A. (2007). “Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması”, *Karamanoğlu Mehmetbey*

- Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 9 No. 13, ss. 297–317.
- Bezzina, F. (2010). “Characteristics of the Maltese Entrepreneur”, *International Journal of Arts and Sciences*, Vol. 3 No. 7, ss. 292–312.
- Bilgiz, M. (2006). “Kişiliğin Oluşumunda Fıtrat ve Sosyal Çevrenin Etkisi”, *Atatürk Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Dergisi*, No. 25, ss. 129–148.
- Blickle, G., Momm, T., Ferris, G.R., Zettler, I., Munyon, T.P., Summers, J.K. ve Kramer, J. (2009). “Job Demands As A Moderator of The Political Skill-Job Performance Relationship”, *Career Development International*, Emerald, Vol. 14 No. 4, ss. 333–350.
- Börü, D. (2006). “Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bozkurt, Ö. (2007). “Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Vol. 1 No. 2, ss. 92–111.
- Bozkurt, Ö. ve Çetin, Ö. (2011). “Kariyer Devreleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Turizm Alanında Eğitim Veren Yüksek Öğretim Kurumlarında Çalışan Akademisyenler Açısından Değerlendirilmesi: Batı Karadeniz Bölgesindeki Üniversitelere Yönelik Bir Araştırma”, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 1 No. 1, ss. 97–118.
- Brandstätter, H. (1997). “Becoming An Entrepreneur — A question of Personality Structure?”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 18 No. 2, ss. 157–177.
- Byrne, M., Willis, P. ve Burke, J. (2012). “Influences on School Leavers’ Career Decisions – Implications for The Accounting Profession”, *International Journal of Management Education*, Elsevier Ltd, Vol. 10 No. 2, ss. 101–111.
- Cansız, M. (2013). *Türkiye’nin Yenilikçi Girişimcileri: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği*, T.C. Kalkınma Bakanlığı, Ankara.
- Çarıkçı, İ.H. ve Koyuncu, O. (2010). “Bireyci-Toplumcu Kültür Ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 2 No. 3, ss. 1–18.
- Çelik, A. (1998). *Girişimcilik Kültürü Ve Kobi’ler: Girişimcilik Kültürü, Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler, Yeni Stratejiler Karşısında Kobi’ler*, Nobel, Ankara.
- Çelik, A. ve Şimşek, M.Ş. (Ed.). (2004). *Kariyer Yönetimi*, Gazi Kitabevi, Ankara.

- Çerik, Ş. (2002). “Ailelerin Gençlere Karşı Tutumları ve Gençlerin Ailelerinin Tutumlarını Algılayışlarına Yönelik Üniversite Gençliği Üzerinde Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Vol. 2 No. 1, ss. 1–17.
- Çetin, N.G. ve Beceren, E. (2007). “Lider Kişilik:Gandhi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 3 No. 5, ss. 110–132.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2014). “Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi”, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Vol. 3 No. 1, ss. 27–47.
- Çiçek, R. ve Durna, U. (2012). “Meslek İdealleri ve Girişimcilik Niyetleri”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 9 No. 17, ss. 17–31.
- Çoşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, 8. Baskı., Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Dağlar, H. (2018). “Kamu Üniversite Sanayi İşbirliği ve Bölgesel Kalkınma -TR82 Bölgesi Örneği”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 8 No. 2, ss. 305–329.
- Dal, M. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algılarının Analizi: Iğdır Üniversitesi Örneği”, *Researcher: Social Science Studies*, Vol. 5 No. 4, ss. 521–531.
- Damar, A. (2015). *Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Danziger, N., Valency, R. ve Rachman-Moore, D. (2008). “The construct validity of Schein’s career anchors orientation inventory”, *Career Development International*, Emerald, Vol. 13 No. 1, ss. 7–19.
- Duran-Garcia, M. ve Duran-Aponte, E. (2013). “Entrepreneur Profile In College Students: A Gender Differences And Study Area”, içinde Chova, LG and Martinez, AL and Torres, I. (Ed.), *Edulearn13: 5th International Conference On Education And New Learning Technologies*, ss. 6389–6393.
- Ekici, E. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimini Belirlemede*

- Planlanmış Davranışlar Teorisi Ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Emre, S. (2007). *Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Engin, T. (2017). "Girişimcilik Ekosistemi", *Sanayi Gazetesi*, adresinden erişildi: <http://www.sanayigazetesi.com.tr/girisimcilik-ekosistemi-makale,1326.html> (erişim 12 Mayıs 2019).
- Entrialgo, M., Fernández, E. ve Vázquez, C.J. (2000). "Psychological characteristics and process: the role of entrepreneurship in Spanish SMEs", *European Journal of Innovation Management*, Emerald, Vol. 3 No. 3, ss. 137–149.
- Erdem, F. (2001). "Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım", *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences, Vol. 1 No. 2, ss. 43–61.
- Erdoğan, H.T. (2009). *Bireysel Kariyer Planlama ile Kişisel Başarı Arasındaki İlişkiye Yönelik Dumlupınar Üniversitesinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Erdurur, K. (2012). *Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows step by step : a simple guide and reference, 17.0 update*, editör Mallery, P., 10th ed., Boston, Mass., Boston, Mass.
- Geri, S. (2013). "Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesi", *Turkish Journal of Education*, Vol. 2 No. 3, ss. 50–60.
- Gibb, A.A. (1987). "Enterprise Culture - Its Meaning and Implications for Education and Training", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 11 No. 2, ss. 2–38.
- Göktaş, P. ve Özcan, A. (2018). "Bankacılık Sektöründeki Desteklerin Girişimcilik Ekosisteminde Karşılaştırılması", *Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*, Vol. 1 No. 1, ss. 16–30.

- Green, F. ve Kidd, J.M. (2006). “The careers of research scientists: Predictors of three dimensions of career commitment and intention to leave science”, *Personnel Review*, Emerald, Vol. 35 No. 3, ss. 229–251.
- Gültekin, N., Arslan, B. ve Çakır, A. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Vol. 4 No. 35, ss. 184–199.
- Gümüşlüoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). “Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği”, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi; Cilt 3, Sayı 1 (2014)*, adresinden erişildi: <http://eyad.mu.edu.tr/index.php/eyad/article/view/91/72> (erişim 22 Mart 2019).
- Güney, S. (2015). *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, 4. Baskı., Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 21 No. 1, ss. 189–210.
- Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A. (2007). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürler Arası Araştırma”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 10 No. 18, ss. 62–86.
- Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006). “Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey”, *Educaion + Training*, Emerald, Vol. 48 No. 1, ss. 25–38.
- Güvemli, O. (2001). *Yatırım Projelerinin Düzenlenmesi, Değerlendirilmesi ve İzlenmesi*, Atlas, İstanbul.
- hibeinfo.com. (2016). “Ar-ge”, adresinden erişildi: <http://hibeinfo.com/ar-ge-nedir/> (erişim 11 Mayıs 2019).
- Hindle, K. ve Rushworth, S. (2001). “Regional Differences in Business Start-Up Rates in Australia: Implications for Future Research and Public Policy”, *Anzam* 2001, No. December, s. 15.
- Hisrich, R.D. (2002). *Entrepreneurship*, McGraw- Hill, Boston.
- Hofer, C.W. ve Meeks, M.D. (1998). “The Entrepreneur and Entrepreneurship:

- Operational Definitions of Their Role In Society”, ss. 1–12.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D.D. ve Sanders, G. (1990). “Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study across Twenty Cases.”, *Administrative Science Quarterly*, Administrative Science Quarterly, Vol. 35 No. 2, ss. 286–316.
- Hynes, B. (1996). “Entrepreneurship education and training - introducing entrepreneurship into non-business disciplines”, *Journal of European Industrial Training*, Emerald, Vol. 20 No. 8, ss. 10–17.
- İnan, A. (1972). *Devletçilik ilkesi ve Türkiye Cumhuriyetinin Birinci Sanayi Planı*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Isada, F., Lin, H.-C. ve Isada, Y. (2015). “Entrepreneurship of university students in Taiwan and Japan Fumihiko”, *Management Research Review*, Vol. 38 No. 12, ss. 1251–1266.
- İşcan, Ö.F. ve Kaygın, E. (2011). “Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Vol. 3 No. 2, ss. 275–286.
- Isır, T. (2006). *Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek Personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- İTÜ ARI Teknokent. (y.y.). “Ar-ge”, adresinden erişildi: <http://ariteknokent.com.tr/tr/hakkinda/ar-ge-nedir> (erişim 11 Mayıs 2019).
- Kara, O. (2015). *Girişimciliği Oluşturan Yapısal Faktörler Kayserili Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniveristesi, Gaziantep.
- Karaarslan, M.H. ve Altuntaş, B. (2016). “Kariyer Tercihini Etkileyen Faktör Düzeylerinin Öneminin Konjoint Analizi ile Belirlenmesi”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Vol. 5 No. 7, ss. 1972–1988.
- Karabulut, A.T. (2009). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Vol. 26 No. 1, ss. 331–356.
- Karacan, S. ve Karacan, E. (2004). “Meslek Yüksekokullarında (MYO) Yapılan Staj

- Uygulamalarına İlişkin Bir Araştırma: Kalite ve Verimlilik İçin İş Yerleri-MYO İşbirliğinin Gereği”, *Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 8*, No. 8, ss. 168–164.
- Karagöz, M. (2009). *Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Karakaş, A.F. (2012). *İşletme ve Mühendislik Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Karşılaştırılması: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel akademik yayıncılık, Ankara.
- Keleş, M.K. (2007). *Türkiye’de Teknokentler: Bir Ampirik İnceleme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Kerrick, S.A. (2008). *An Examination of Entrepreneurial Intentions of University Students*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, ProQuest Dissertations and Theses, University of Louisville, Kentucky, adresinden erişildi: <https://search.proquest.com/docview/304555773?accountid=15333> (erişim 3 Mayıs 2019).
- Kıyak, F.M. (2015). *Lisans Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin ve Değerlerinin Bireysel Kariyer Planlaması Sürecine Etkisi: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay.
- Kızıltay, E. (2010). *Yöneticilerin Liderlik Tarzlarına Göre Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar, Afyonkarahisar.
- Koca, A.İ. (2009). *Üniversite Öğrencilerinin Değerleri Ve Bireysel Özellikleri İle Kariyer Tercihleri Arasındaki İlişki: Çukurova Üniversitesinde Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Koh, H.C. (1996). “Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students”, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11 No. 3, ss. 12–25.
- Kordon, E. (2006). *Yetkinliklere Dayalı Kariyer Planlama ve Endüstri Mühendisliği Öğrencileri İçin Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

- Korkmaz, O. (2012). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Vol. 14 No. 2, ss. 209–226.
- KOSGEB. (2015). *Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018*, Ankara, adresinden erişildi: https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/MaliTablolar/Gisep_2015-2018_TR.pdf (erişim 17 Haziran 2019).
- Krueger, Jr., N.F. ve Brazeal, D. V. (1994). “Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18 No. 3, ss. 91–104.
- Küçük, O. (2007). *Girişimcilik: ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin, Ankara.
- Kuehn, K. w. (2008), “Entrepreneurial Intentions Research: Implications For Entrepreneurship Education”, *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 11, ss. 87–98.
- Kula, Ö. (2012). *Lisansüstü Öğrencilerinin Kariyer Planlamalarına Etki Eden Faktörler: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Kurt, Ü. ve Yavuz, M. (2013). “Üniversite-Sanayi İşbirliği: Dünü, Bugünü, Geleceği Ünal”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, Vol. 17 No. 1, ss. 50–57.
- Al Mamun, A., Fong, S.P. ve Nawi, N.B.C. (2017). “Entrepreneurship Education and Students’ Career Choice”, *Advanced Science Letters*, Vol. 23 No. 4, ss. 2954–2957.
- Mansuroğlu, S. (2002). “Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Özellikleri Ve Dış Mekan Rekreasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi”, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Vol. 15 No. 2, ss. 53–62.
- Marangoz, M. (2017). *Girişimcilik*, 4. Baskı., Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Mason, C. ve Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*, OECD Report, Paris, adresinden erişildi: <https://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf> (erişim 12 Mayıs 2019).
- Miciulienė, R. ve Kargyte, V. (2017). “Links Between Students’ Entrepreneurship,

- Their Career Choices And Business Development Level Of Lithuanian Regions”, *Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development*, Vol. 39 No. 3, ss. 315–331.
- Mikic, M., Sopta, M. ve Horvatinovic, T. (2018). “The Role Of Entrepreneurial Education In The Development Of Entrepreneurship”, *Casopis Za Ekonomiju I Trzisne Komunikacije*, Vol. 8 No. 2, ss. 385–395.
- Morris, M.H., Davis, D.L. ve Allen, J.W. (1994). “Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of the Importance of Individualism versus Collectivism”, *Journal of International Business Studies*, Palgrave Macmillan Journals, Vol. 25 No. 1, ss. 65–89.
- Morrison, A. (2000). “Entrepreneurship: what triggers it?”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Emerald, Vol. 6 No. 2, ss. 59–71.
- Müftüoğlu, M.T. (2003). *Girişimciler için işletme yönetimi*, editör Durukan, T., Gazi, Ankara.
- Mustapha, M. ve Selvaraju, M. (2015). “Personal Attributes, Family Influences, Entrepreneurship Education And Entrepreneurship Inclination Among University Students”, *Kajian Malaysia*, Vol. 33 No. 1, SI, ss. 155–172.
- Noe, R.A. (1999). *İnsan Kaynaklarının Eğitimi Ve Gelişimi*, çeviren Çetin, C., Beta, İstanbul.
- Nowinski, W., Haddoud, M.Y., Lancaric, D., Egerova, D. ve Czegledi, C. (2019). “The Impact of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy and Gender on Entrepreneurial Intentions of University Students in The Visegrad Countries”, *Studies In Higher Education*, Vol. 44 No. 2, ss. 361–379.
- odtuteknokent.com.tr. (2016). “Girişimcilik Ekosistemi”, *ODTÜ Teknokent*, adresinden erişildi: <http://odtuteknokent.com.tr/tr/blog/dunyada-ve-turkiyede-girisimcilik-ekosistemi> (erişim 12 Mayıs 2019).
- Öner, M., Onay, M. ve Deveci Kocakoç, İ. (2016). “Öğrencilerin Kariyer Planlamalarında Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik Arzularının Ölçülmesi”, *Yönetim ve Ekonomi*, Vol. 23 No. 3, ss. 623–638.
- Özdemir, A., Özgüner, M. ve Alkış, H. (2018). “Üniversitelerde Verilen Girişimcilik Eğitimi Girişimci Kişilik Özelliklerini Nasıl Etkiler? DeneySEL Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MeslekYüksekokulu Dergisi*, Vol. 21 No. 2, ss.

430–447.

- Özdemir, A.A. (2010). “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış (Ege Academic Review)*, Vol. 10 No. 1, ss. 117–139.
- Özdemir, O., Güzel Özdemir, P., Kadak, M.T. ve Nasıroğlu, S. (2012). “Kişilik Gelişimi”, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, Vol. 4 No. 4, ss. 566–589.
- Özdemir, Y. ve Kutanis, R.Ö. (2011). “Kariyer Devreleri ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Eğilimi Arasındaki İlişki: Bir Örnek Olay”, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, No. 1, ss. 98–129.
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik ve Girişimci Kişilik: Kavram ve Uygulama*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Palalić, R., Ramadani, V., Đilović, A., Dizdarević, A. ve Ratten, V. (2017). “Entrepreneurial Intentions of University Students: A Case-Based Study”, *Journal of Enterprising Communities*, Vol. 11 No. 3, ss. 393–413.
- Piecuch, T., Szczygiel, E. ve Lozinsky, O. (2019). “The Issues of Entrepreneurship of Young People - Theoretical Considerations and Empirical Research”, içinde Jedlicka, P and Maresova, P and Soukal, I. (Ed.), *Hradec Economic Days*, C. 9, ss. 206–215.
- Pilavcı, D. (2007). *Bilgi Çağında Değişen Kariyer Anlayışı ve Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Tercihlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Poutziouris, P. ve Wang, Y. (2010). “Entrepreneurial risk taking: empirical evidence from UK family firms”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Emerald, Vol. 16 No. 5, ss. 370–388.
- Van Praag, C.M. (1999). “Some Classic Views on Entrepreneurship.”, *De Economist* (0013-063X), Springer Nature, Vol. 147 No. 3, s. 311.
- Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F. ve Fox, J. (2009). “Explaining Entrepreneurial Intentions of University Students: A Cross-Cultural Study Mark”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 15 No. 6, ss. 571–594.
- Sa, C. ve Holt, C. (2019). “Profiles of Entrepreneurship Students: Implications for Policy and Practice”, *Education And Training*, Vol. 61 No. 2, ss. 122–135.

- Sarıtaş, M. (1997). “Yönetimde Kişilik Faktörü”, *Eğitim Yönetimi*, Vol. 3 No. 4, ss. 527–548.
- Sayın, A. ve Aslan, S. (2005). “Duygudurum Bozuklukları İle Huy , Karakter ve Kişilik İlişkisi”, *Türk Psikiyatri Dergisi*, Vol. 16 No. 4, ss. 276–283.
- Sayiner, B., An, E.S., Sözen, D. ve Köknel, Ö. (2007). “Yükseköğretim Gençliğinin Benlik Algısının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: İstanbul Ticaret Üniversitesi Örneği”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 6 No. 11, ss. 253–265.
- Scarborough, M.N. (2011). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Pearson/Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.
- Seçer, H. (2013). *Bireysel Kariyer Planlama ve Kişisel Başarı Algısı Arasındaki İlişki ve Pamukkale Üniversitesi’nde Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Serçeoğlu, N. (2013). “Konaklama İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin Kişilik Özelliklerinin Hizmet Verme Yatkınlığı Üzerindeki Etkisi”, Vol. 8 No. 31, ss. 5253–5273.
- Sesen, H. (2013). “Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students Harun”, *Education + Training*, Vol. 55 No. 7, ss. 624–640.
- Sevsay, H., Mıynat, M. ve Aktaş, H. (2017). “Teknoloji Geliştirme Bölgesi Yatırımları Finansman Modellerinin İncelenmesi”, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 24 No. 2, ss. 447–467.
- Shane, S., Locke, E.A. ve Collins, C.J. (2003). “Entrepreneurial Motivation”, *Human Resource Management Review*, Vol. 13 No. 2, ss. 257–279.
- Sığrı, Ü. ve Tıgılı, M. (2006). “Hofstede’in ‘Belirsizlikten Kaçınma’ Kültürel Boyutunun Yönetimsel-Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi”, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Vol. 21 No. 1, ss. 327–342.
- Solmaztürk, A.B. ve Dündar, G. (2018). “Girişimcilik Yöneliminin Kariyer Çapaları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Rolü”, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, Vol. 4 No. 7, ss. 64–

- Souitaris, V., Zerbinati, S. ve Al-Laham, A. (2007). “Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 22 No. 4, ss. 566–591.
- Soysal, A. (2008). “Çalışma Yaşamında Kişilik Tipleri : Bir Literatür Taraması”, *Çimento İşveren Dergisi*, Vol. 22 No. 1, ss. 4–19.
- Soysal, A. ve Söylemez, C. (2014). “İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Kariyer Planlamalarına Etki Eden Faktörler: Kilis 7 Aralık Üniversitesi Örneği”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, No. 12, ss. 23–38.
- Sui Pheng, L. ve Yuquan, S. (2002). “An exploratory study of Hofstede’s cross-cultural dimensions in construction projects”, *Management Decision*, Vol. 40 No. 1, ss. 7–16.
- Tağraf, H. ve Halis, M. (2008). “Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin ‘Girişimsel Öz Yetkinlik’ Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Vol. 3 No. 2, ss. 91–107.
- Tekin, M. (1998). *Girişimcilik: Kendi İşini Kurma ve İşletme*, Arı Ofset, Konya.
- Thomas, A.S. ve Mueller, S.L. (2000). “A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture”, *Journal of International Business Studies*, Palgrave Macmillan Journals, Vol. 31 No. 2, ss. 287–301.
- Top, S. (2012). *Girişimcilik Keşif Süreci*, Beta, İstanbul.
- Türk Dil Kurumu. (2019a). “Girşim”, *Türk Dil Kurumu*, adresinden erişildi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c9e7cbf095018.83709150 (erişim 30 Mart 2019).
- Türk Dil Kurumu. (2019b). “Kişilik”, *Türk Dil Kurumu*, adresinden erişildi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cb51b7f29c797.58578422 (erişim 16 Nisan 2019).
- Türk Dil Kurumu. (2019c). “Eğilim”, adresinden erişildi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ccb6122e43e26.66836851 (erişim 3 Mayıs 2019).
- Türk Dil Kurumu. (2019d). “Ekosistem”, *Türk Dil Kurumu*, adresinden erişildi:

- http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cd74355bd06e3.61836396 (erişim 12 Mayıs 2019).
- Türk Dil Kurumu. (2019e). “Kariyer”, *Türk Dil Kurumu*, adresinden erişildi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cdc88ba8adfe5.39797372 (erişim 16 Mayıs 2019).
- Türkay, O. ve Eryılmaz, B. (2010). “Kariyer Değerleri ve Kariyer Yolu Tercihleri İlişkisi: Türk Turizm Sektöründen Örnekler”, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No. 24, ss. 179–199.
- TÜSİAD. (1987). *Türkiye’de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümler*, Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği, İstanbul, adresinden erişildi: <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/9143-turkiye-de-girisimcilik-ile-ilgili-sorunlar-ve-cozumler> (erişim 24 Mart 2019).
- TÜSİAD. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*, Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği, İstanbul, adresinden erişildi: <http://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik> (erişim 27 Mart 2019).
- Uslu, B. (2015). *Lisansüstü Eğitim Gören Öğrencilerde Kişisel Başarı ile Bireysel Kariyer Planlam Arasındaki Etkileşim: Bir Vakıf Üniversitesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ankara.
- Uygun, M., Mete, S. ve Güner, E. (2012). “Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi Ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Vol. 4 No. 2, ss. 145–156.
- Varlı, A. ve Koraltürk, M. (2010). “II. Meşrutiyet’ten Erken Cumhuriyet’e Milli İktisadın Sürekliliği ve İzmir İktisat Kongresi”, *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Vol. 9 No. 20, ss. 127–142.
- Vella, N. (2001). *Entrepreneurial Attributes in Malta*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Maastricht School of Management (The Netherlands), Netherlands, adresinden erişildi: <https://search.proquest.com/docview/287904772?accountid=15333> (erişim 27 Mayıs 2019).
- Wang, C.K. ve Wong, P.-K. (2004). “Entrepreneurial Interest of University students in Singapore”, *Technovation*, Vol. 24 No. 2, ss. 163–172.
- Weber, M. (2002). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, Ayraç Yayınevi, Ankara.
- Wennekers, S. ve Thurik, R. (1999). “Linking Entrepreneurship and Economic

- Growth.”, *Small Business Economics*, Springer Nature, Vol. 13 No. 1, s. 27.
- Yao, X., Wu, X. ve Long, D. (2016). “University Students’ Entrepreneurial Tendency in China: Effect of Students’ Perceived Entrepreneurial Environment”, *Journal of Enterpreneurship in Emerging Economies*, Vol. 8 No. 1, ss. 60–81.
- Yarnall, J. (1998). “Career Anchors: Results of an Organisational Study in The UK”, *Career Development International*, Emerald, Vol. 3 No. 2, ss. 56–61.
- Yelboğa, A. (2006). “Kişilik Özellikleri Ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, “İş,Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Vol. 8 No. 2, ss. 196–217.
- Yılmaz, İ.A., Dursun, B., Pektaş, K. ve Altay, A. (2012). “Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Seçimlerinin Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi: Pınarhisar MYO Örneği”, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Vol. 2 No. 2, ss. 9–21.
- Yüksel, H., Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). “Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 5 No. 1, ss. 143–156.
- Yüzüak, E. (2010). *Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Zel, U. (2001). *Kişilik ve Liderlik: Evrensel Boyutlarıyla Yönetmel Açından Araştırmalar, Teoriler ve Yorumlar*, Seçkin, Ankara.

EKLER

Ek-1: Anket Formu

ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu anket, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı bünyesinde Dr. Öğr. Üyesi Koray GÜRPINAR'ın danışmanlığında hazırlanan "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerine Göre Kariyer Planlaması: AKÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında yürütülen araştırmaya veri desteği sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Aşağıda Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerine göre kariyer planlama ve kariyer eğilimlerini belirlemek üzere hazırlanan sorular yer almaktadır. Araştırma ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik özellikleri, girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik eğitimi arasındaki ilişkinin kariyer planlarına nasıl etkide bulunduğuna yönelik sorulara cevap aranacaktır.

Değerli vaktinizi ayırıp çalışmaya katkı sağladığınız için şimdiden teşekkür ederim.
Saygılarımla
Ahmet Gençay Dağlı

- Aşağıda demografik sorular yer almaktadır. Bu sorulara verilen cevaplar konu ile ilgili görüşleri farklı özelliklere göre gruplandırmak için kullanılacaktır.

Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek () **Yaşınız:**

Fakülteniz: **Bölümünüz:**

Sınıfınız: Hazırlık () 1 () 2 () 3 () 4 ()

Yaşamakta olduğunuz bölge: Marmara () Ege () Akdeniz () Karadeniz ()
İç Anadolu () Doğu Anadolu () Güneydoğu Anadolu ()

1. İleride hangi alanda çalışmayı düşünüyorsunuz?

Kamu () Özel Sektör () Kendi İşimi Kurmak () Akademisyen Olmak () Diğer ()

2. 1. Sınıftaki kariyer hedefiniz neydi?

Kamu() Özel Sektör() Kendi İşimi Kurmak() Akademisyen Olmak() Diğer()

3. Şu ana kadar hiç kendi işletmenizi kurdunuz mu?

Hayır () Evettane işletme kurdum.

4. Kendi kurduğunuz ve yönettiğiniz, faal bir işletmeniz var mı? Hayır() Evet()

5. Anne çalıştığı alan:

Kamu ()
Özel Sektör ()
Kendi İşini Yapıyor ()
Ev Hanımı ()
Diğer:

Baba çalıştığı alan:

Kamu ()
Özel Sektör ()
Kendi İşini Yapıyor ()
Çalışmıyor ()
Diğer:

6. Ailenizin aylık geliri nedir (TL)?

1000 TL'den az () 1001 – 2000 () 2001 – 3000 ()
3001 – 4000 () 4001+ ()

7. Aile bireyleriniz arasında kendi işletmesini kurup, yöneten var mı?

Hayır () Evet ()

8. Akraba ve/veya arkadaş çevrenizde kendi işletmesini kurup, yöneten var mı?

Hayır () Evet ()

9. Girişimci olmayı ciddi şekilde düşündünüz mü?

Evet ()

Hayır ()

10. Kendi işletmenizi kurmaya karar vererseniz öncelikle hangi fon kaynağından yararlanmayı düşünürsünüz.

Kişisel birikimlerimi kullanırım ()

Aile ve akrabalarımın başvurusu ()

Ticari kredilerden yararlanırım ()

Bir veya birkaç ortakla çalışırım ()

- Aşağıda sizin girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğilimlerinizle ilgili maddeler yer almaktadır. Lütfen her bir maddenin sizin için doğruluk derecesini, karşısındaki seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

Aşağıdaki sorular girişimcilik ile ilgili sorulardır. Belirtilen seçeneklerden hangisini ne derece tercih ederdiniz?

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

	1	2	3	4	5
1. Rekabet, istediğimi elde etmek için daha çok çalışmamı sağlıyor.					
2. Çocukken bağımsız olarak biraz para kazandım.					
3. Yetenekli bir girişimci her zaman kaderini şekillendirebilir.					
4. İşimde genellikle makul olan hesaplanmış riskleri alırım.					
5. Belirsiz koşullar altında bağımsız olarak kolayca çalışabilirim.					
6. Eğer kurduğum iş başarısız olursa, bir diğeriyle yeniden başlarım.					
7. Çok fazla engel veya problemle karşılaştığımda genellikle pes ederim.					
8. İşletmede kar şansa bağlıdır.					
9. Diğer insanların görüşleriyle kolayca ikna olurum.					
10. Bir şeylerin olmasını beklemek yerine gerçekleştirmeyi tercih ederim.					
11. Genel olarak risk almaktan hoşlanırım.					
12. Beklenmeyen zorluklarla yüzleşmekten hoşlanırım.					
13. İletişim kurmada ve görüşmede zorluk çekmiyorum.					
14. Yüksek kar elde etmek için yüksek risk almaya gönüllüyüm.					
15. Kişinin kazandığı ödül ve başarılar, kişinin gösterdiği çabaya bağlıdır.					
16. Rekabetçi faaliyetlerde hiç yer almadım.					
17. Her zaman işimi geliştirmenin yeni yollarını düşünürüm.					
18. Biri beni eleştirirse çok üzülürüm.					
19. Başarma yeteneğime güvenirim.					
20. Ailemin birikimlerini yeni bir girişimde riske atmam.					
21. İşimin her yıl büyümesini isterim.					
22. Yeteneklerimin limitlerini zorlamayı severim.					
23. İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınırım.					
24. Yeni, acayip ve hatta çılgın fikirleri bulmakta zorlanırım.					
25. Belirsiz durumlardan veya sürprizlerden uzak durmaya çalışırım.					
26. İşletmede başarı güçlü insanlardan gelen yardıma bağlıdır.					

27.	Başkaları görmese bile yeni bir iş fırsatını fark edebilirim.					
28.	Ürünlerimi pazarlamanın veya satmanın özgün yollarını ararım.					
Girişimcilik Eğitimi						
29.	Girişimcilikle ilgili bilgilerimin artmasına katkı sağladı.					
30.	Girişimci profilini (girişimcinin özelliklerini) tanımamda katkı sağladı.					
31.	Girişimci olma tercihimin oluşmasına katkı sağladı.					
32.	Girişimci olmak için gerekli becerilerimin gelişmesine katkı sağladı.					
33.	Girişimci olma eğilimimin artmasına katkı sağladı.					

- Aşağıda sizin kariyer eğilimlerinize ilgili maddeler yer almaktadır. Lütfen her bir maddenin sizin için doğruluk derecesini, karşısındaki seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

Kariyer Planlama Ölçeği: Bu ölçekte kariyer planlamasıyla ilgili tanımlayıcı nitelikte 17 ifade bulunmaktadır. Lütfen aşağıdaki maddeleri okuyarak size en uygun seçeneği işaretleyiniz.						
1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum						
		1	2	3	4	5
1.	Kişisel sınırlarımı zorlayabileceğim pozisyonlarda çalışmak benim için önemlidir					
2.	Bu kişi amirim bile olsa başkalarının işime müdahale etmesinden hoşlanmam					
3.	Benim için önemli olan, yeni bir fikir ya da ürünü ortaya çıkarmaktır					
4.	Denetimden uzak, serbest çalışmayı tercih ederim					
5.	Rekabet ve başarı, kariyerimin en önemli ve en heyecan verici öğeleridir					
6.	Kişinin hayatın tüm alanlarında başarılı olabilmesi için öncelikle işine önem vermesi gerektiğini düşünüyorum.					
7.	"Özgür olarak çalışabilme ve inisiyatif kullanabilme" işimde aradığım en önemli durumdur					
8.	Yeni projeler geliştirmeye olanak sağlayan bir alanda kariyer yapmak isterim					
9.	Meydan okuyucu ve heyecan verici bir kariyere sahip olmayı isterim					
10.	İşimle ilgili problemler benim için önceliklidir					
11.	Ortaya koyduğum projelerle fark yaratabileceğim işlerde çalışmayı isterim					
12.	Kendi işimin patronu olabileceğim bir işte çalışabilmek benim için çok önemlidir					
13.	Yarışmacı bir kişiliğe sahibim ve yarışmalarda hep başarılı olurum					
14.	Başarılması güç işlerin yer aldığı pozisyonlarda çalışmayı isterim					

15.	Yaratıcılığımı kullanabileceğim yeni proje ve programlarda çalışmak benim için çok önemlidir					
16.	Rekabet ve kazanma ortamı sağlayan kariyer fırsatlarını her zaman değerlendiririm					
17.	İş hayatındaki başarı, ancak kişinin kendisini işine adanması ile mümkündür					

