

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KÜRESELLEŞME ALGISI VE KÜLTÜREL UYUM YETENEĞİNİN
GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
KAMU ÜNİVERSİTELERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Belma ÜZÜMCÜ

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Programı

EYLÜL 2017

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KÜRESELLEŞME ALGISI VE KÜLTÜREL UYUM YETENEĞİNİN
GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
KAMU ÜNİVERSİTELERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Belma ÜZÜMCÜ

1303817187

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Programı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Tuğba YAŞIN

Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 1303817187 numaralı Yüksek Lisans öğrencisi, Belma ÜZÜMCÜ, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “Küreselleşme Algısı ve Kültürel Uyum Yeteneğinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Kamu Üniversitelerinde Bir Araştırma” başlıklı tezini, aşağıda imzaları olan jüri önünde savunmuş ve oy birliği ile başarılı olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Tuğba YAŞIN
Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Kabul/Red



Jüri Üyeleri : Yrd. Doç. Dr. Kemal TEKİN
Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Kabul/Red



: Yrd. Doç. Dr. M. Fikret ATEŞ
Başkent Üniversitesi

Kabul/Red



: Yrd. Doç. Dr. Tuğba YAŞIN
Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Kabul/Red



Tez Savunma Tarihi: 11 Eylül 2017

ONAY
Yrd. Doç. Dr. Adnan GÜZEL
Enstitü Müdürü
Tarih: 10./10./2017



**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “Küreselleşme Algısı ve Kültürel Uyum Yeteneğinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Kamu Üniversitelerinde Bir Araştırma” adlı çalışmamın, tarafımdan akademik etik ve kurallara aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.



01.09.2017

Belma ÜZÜMCÜ

ÖNSÖZ

Yeni dünya düzeninin kurulmasıyla birlikte sosyal, politik, kültürel ve ekonomik alandaki değişim çabaları; devletlerin, işletmelerin ve toplum ile kişilerin hızla değişimini de beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla, değerler ve eğilimler de bu değişimden etkilenmiştir.

Küreselleşme süreci olarak adlandırılan ve dünyayı baştan değişime zorlayan bu süreç, geçmişte yaratılmış birçok ayrımı ortadan kaldırmıştır. Bu ayrımlardan; gelişmiş, gelişmekte olan veya sanayileşmiş, sanayileşmekte olan ülkeler ayrımı ile merkez, çevre ülkeler ayrımı gibi kavramsal yapılar anlamını yitirmiştir. Geçmişin ekonomik dünyasının boyut, sınır ve ayrım değerleri yerine öz yetenek, birleşme ve yeniden yapılanma gibi kavramları işleyen küreselleşme; “değişimin değişmeyen tek şey” olduğunun sembolleşmesi olmuştur. Kıtlaşan kaynaklar ile artan işçilik harcamaları, işletmelerin üretim tesislerini denizaşırı ülkelere taşıyarak, ekonomik faaliyetlerini yeniden kurgulamalarına neden olmuştur.

Hiç kuşkusuz üniversitelerin bireyler, toplumlar ve uluslararası ilişkilerde ve kalkınmada önemli rolleri vardır. Bugüne kadar üniversitelerin eğitim ve araştırma gibi iki önemli misyonu varken günümüz üniversiteleri üçüncü ve önemli bir misyonu da üstlenmiştir. Bu misyon ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktır. Bizde bu araştırmamızda küreselleşen dünyada kültürel uyumu ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik ile ilgili görüşlerini ortaya koymaya çalıştık. Bu çalışmada yol gösteren ve büyük katkılar sunan danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Tuğba YAŞIN’e şükranlarımı sunarım.

Eylül, 2017

Belma ÜZÜMCÜ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLO LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ	x
KISALTMALAR	xi
ÖZET	xii
ABSTRACT	xiv
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	5
1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	5
1.1 Küreselleşme	5
1.1.1 Küreselleşmenin Kapsamı	6
1.1.2 Küreselleşmenin Tarihi	8
1.1.3 İ.Ö. Dönemde Asur Ticaret Kolonileri Çağı	11
1.1.3.1 Ortaçağ Avrupası'nda Burg dönemi	11
1.1.3.2 Ortaçağ sonrası dönem	12
1.1.4 Küreselleşmenin Temel Özellikleri	15
1.1.5 Küreselleşmenin Yararları	18
1.1.6 Küreselleşmenin Zararları	21
1.2 Kültürel Uyum	23
1.2.1 Küreselleşmenin Kültürel Uyuma Etkisi	23
1.2.2 Popüler ve Sosyal Kültür	29
1.2.3 Kültürel Sinerji	30
1.2.4 Küresel Yozlaşma	34
1.3 Girişim ve Girişimcilik	36
1.3.1 Girişim	40
1.3.2 Girişimcilik Kavramına Genel Bir Bakış	41
1.3.3 Girişimciliğin Türleri	45
1.3.4 Girişimcinin Özellikleri	54
1.3.5 İç Girişimciliğin Davranışsal Boyutları	55
1.3.5.1 Yenilikçilik	57
1.3.5.2 Proaktiflik	58
1.3.5.3 Risk alma	59
1.3.5.4 Özerklik	60
1.3.5.5 Bireysel ağıları genişletme	61
1.3.6 Üniversitelerin Girişimcilik Eğitimi Üzerindeki Etkileri	63
1.4 Türkiye'de Girişimcilik	66
1.4.1 Türkiye'de Girişimciliğin Dünü ve Bugünü	66
1.4.2 Türkiye'de Girişimciliği Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar	69

1.5 Araştırmanın Sayıtları	71
Yoktur	71
1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları	71
İKİNCİ BÖLÜM	72
2. YÖNTEM	72
2.1 Araştırmanın Modeli	72
2.2 Evren ve Örneklem.....	73
2.2.1 Evrenin Sınırları.....	73
2.2.2 Örneklemin Oluşturulması.....	73
2.3 Verilerin Toplanması.....	73
2.3.1 Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi.....	74
2.4 Verilerin Analizi.....	79
2.4.1 Demografik Bilgiler	79
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	106
3. TARTIŞMA	106
KAYNAKÇA	120
EKLER	131
EK-A: Küreselleşme Algısı ve Kültürel Uyum Yeteneğinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Kamu Üniversitelerinde Bir Araştırma.....	132
ÖZGEÇMİŞ	135

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1	: Girişimciliğin tanımı.....	37
Tablo 1.2	: Girişimci ile profesyonel yönetici arasındaki farklar	43
Tablo 1.3	: Girişimcilik teorisinin ve girişimci kavramının gelişimi	44
Tablo 1.4	: Girişimci ve iç girişimcinin özellikleri.....	50
Tablo 1.5	: İç girişimcilikle ilgili tanımlar.....	51
Tablo 1.6	: Başarılı girişimcilerin özellikleri	56
Tablo 2.1	: Girişimcilik ölçeğinin faktör analizine uygunluğuna ilişkin kaiser-meyer-olkin örneklem yeterlilik ve bartlett küresellik testleri sonuçları.....	75
Tablo 2.2	: Girişimcilik ölçeğine ilişkin ifadelerin güvenilirlik katsayıları.....	76
Tablo 2.3	: Faktör analizi ile açıklanan toplam varyans.....	76
Tablo 2.4	: Faktör analizi dönüşümlü faktör yükü (varimax) rotasyon sonucu.....	78
Tablo 2.5	: Girişimcilik Ölçeği Faktör Analizi Sonucu Elde Edilen Alt Boyutların Ortalama Puanları.....	79
Tablo 2.6	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin frekans ve yüzde değerleri.....	81
Tablo 2.7	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin öğrenim gördükleri üniversitelere göre anova sonuçları.....	82
Tablo 2.8	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre T testi sonuçları.....	82
Tablo 2.9	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin konuştıkları dil sayılarına göre ANOVA sonuçları.....	83
Tablo 2.10	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin ailenin yıllık gelirlerine göre ANOVA sonuçları.....	83
Tablo 2.11	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin eğitim alanlarına göre ANOVA sonuçları.....	83
Tablo 2.12	: Öğrencilerin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin öğrenci olarak kaldıkları yere göre ANOVA sonuçları.....	84
Tablo 2.13	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin büyüdükleri yerleşim birimlerine göre ANOVA sonuçları.....	84
Tablo 2.14	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin politik eğilimlerine göre ANOVA sonuçları.....	84
Tablo 2.15	: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin daha önce işletme girişiminde bulunma durumuna göre T testi sonuçları.....	85
Tablo 2.16	: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin frekans ve yüzde değerleri.....	85
Tablo 2.17	: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin öğrenim gördükleri üniversitelere göre ANOVA sonuçları.....	87

Tablo 2.18 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi üniversiteler arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tamhane's T2 testi sonuçları.	87
Tablo 2.19 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre T testi sonuçları.	89
Tablo 2.20 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin konuştıkları dil sayılarına göre ANOVA sonuçları.	89
Tablo 2.21 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin ailenin yıllık gelirlerine göre ANOVA sonuçları.....	89
Tablo 2.22 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi gelir grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Tukey HSD testi sonuçları.....	90
Tablo 2.23 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin eğitim alanlarına göre ANOVA sonuçları.	91
Tablo 2.24 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin öğrenci olarak kaldıkları yere göre ANOVA sonuçları.....	91
Tablo 2.25 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin büyüdüğü yerleşim birimlerine göre ANOVA sonuçları.....	92
Tablo 2.26 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin politik eğilimlerine göre ANOVA sonuçları.....	92
Tablo 2.27 : Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerin daha önce işletme girişiminde bulunma durumuna göre T testi sonuçları.	92
Tablo 2.28 : Bireysel amaç boyutu ile girişimciliğe ilişkin frekans ve yüzde değerleri.	93
Tablo 2.29 : Toplumsal amaç boyutu ile girişimciliğe ilişkin frekans ve yüzde değerleri.....	94
Tablo 2.30 : İş odaklılık boyutu ile girişimciliğine ilişkin frekans ve yüzde değerleri.	95
Tablo 2.31 : Otonomi boyutu ile girişimciliğine ilişkin frekans ve yüzde değerleri.	96
Tablo 2.32 : Küreselleşme algısı ve kültürel uyum yeteneğinin girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları.....	97
Tablo 2.33 : Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin algısının girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan basit regresyon analizi sonuçları.	99
Tablo 2.34 : Kültürel uyum yeteneklerinin girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan basit regresyon analizi sonuçları.	99
Tablo 2.35 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin okudukları üniversitelere göre ANOVA sonuçları.	100
Tablo 2.36 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi üniversite grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Post Hoc testi sonuçları.....	100
Tablo 2.37 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre T-Testi sonuçları.....	101
Tablo 2.38 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin konuştıkları dil sayılarına göre ANOVA sonuçları.	101
Tablo 2.40 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin ailenin yıllık gelirlerine göre ANOVA sonuçları.....	103

Tablo 2.41 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin eğitim alanlarına göre ANOVA sonuçları.	103
Tablo 2.42 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin ğrenci olarak kaldıkları yere göre ANOVA sonuçları.	104
Tablo 2.43 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin büyüdükleri yerleşim birimlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçları.	104
Tablo 2.44 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin politik eğilimlerine göre ANOVA sonuçları.	104
Tablo 2.45 : Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin daha önce işletme girişiminde bulunma durumuna göre T Testi sonuçları.	105
Tablo 3.1 : Hipotez testi sonuçlar.	106



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1 : Küresel rekabet endeksinin belirleyicileri.	21
Şekil 1.2 : Kültürel Sinerjinin Etki Alanı ve Olası Sonuçları	33
Şekil 2.1 : Araştırmanın Modeli.....	72
Şekil 2.2 : Faktör analizi scree grafiği.	77
Şekil 2.3 : Küreselleşmenin ekonomik etkilerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi serpilme grafiği.	98
Şekil 2.4 : Kültürel uyum yeteneklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi serpilme grafiği.	98

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
APEC	: Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
BIS	: Bank for International Settlements
BM	: Birleşmiş Milletler
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EIP	: Entrepreneurship and Innovation Programme
FGF	: Fırsatçı Girişimcilik Faaliyeti
G7	: Grup 7 (Kanada, Almanya, İtalya, Japonya, Birleşik Krallık, Amerika)
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GEM	: Global Entrepreneurship Monitor
GGF	: Genç İşletme Girişimcilik Faaliyeti
GSMH	: Gayri Safi Milli Hâsıla
HDR	: BM İnsani Kalkınma Raporu
IMF	: Uluslararası Para Fonu
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
İ.Ö.	: İsa'dan Önce
KGF	: Kredi Garanti Fonu
KİS	: Kurulu İşletme Sahipleri
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy Ölçekli İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MEKSA	: Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı
MERCOSUR	: Güney Amerika Ortak Pazarı
NAFTA	: Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması
NATO	: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TGF	: Toplam Girişimcilik Faaliyeti
TGV	: Toplum Gönüllüleri Vakfı
TKB	: Türkiye Kalkınma Bankası
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TTGV	: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TURSEFF	: Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Kredisi
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
WEF	: Dünya Ekonomik Forumu
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
YGF	: Yeni Oluşan Girişimcilik Faaliyeti
ZGF	: Zorunlu Girişimcilik Faaliyeti

ÖZET

KÜRESELLEŞME ALGISI VE KÜLTÜREL UYUM YETENEĞİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KAMU ÜNİVERSİTELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

ÜZÜMCÜ, Belma

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Tuğba YAŞIN

Eylül 2017. 135 Sayfa

Bu çalışmanın amacı; küreselleşmenin sonuçlarına ilişkin algının kültürel uyum yeteneğine bağlı olarak değişip/değişmeyeceğini ve bu iki değişken arasındaki etkileşimin girişimcilik üzerinde de etkili olup/olmayacağını analiz etmektir. Küreselleşme algısı, kültürel uyum yeteneğinin ölçülmesi ve Girişimciliğin ortaya konulması bakımından önemlidir. Araştırmanın evrenini Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki 5 devlet üniversitesi (Batman Üniversitesi, Siirt Üniversitesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi) oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Yamane (1967)'nin formülü kullanılarak belirlenen örneklemden (1.059) verilerin elde edilmesinde 5'li likert formunda hazırlanan bir 49 ifadeli anket kullanılmıştır. Ankette Mine Halis (2015) tarafından geliştirilmiş “Küreselleşmenin Ekonomik Etkilerini ($\alpha=.870$) ve Kültürel Uyum Yeteneğini ($\alpha=.720$)” ölçmeye yönelik ölçek ile birlikte bu çalışmada geliştirilen Girişimcilik Hedefleri Ölçeği ($\alpha=.957$) kullanılmıştır. Ayrıca, değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisinin tespiti regresyon analizi, faktör analizi, t-testi, ANOVA testi Levene testi, Kruskal Wallis-H Testi, Turkey HSD ve Tamhane's T2 testi tercih edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre hipotezlerin desteklendiği ve bulguların değerlendirilmesi neticesinde de; küreselleşmenin kaçınılmaz değişimine karşı

katılımcıların direnç refleksinin demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, kültürel uyum, girişimcilik Niyetleri



ABSTRACT

THE EFFECTS OF GLOBALIZATION PERCEPTION AND CULTURAL ADAPTABILITY ON ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS: A RESEARCH IN PUBLIC UNIVERSITY

ÜZÜMCÜ, Belma

Master, Department of Management

Thesis advisor: Assistant Professor Tuğba YAŞIN

September 2017. 135 pages

This study aims to analyse whether the perception of globalization and its consequences change with respect to cultural adaptability, and whether the interaction between these two variables have effects on entrepreneurship. The perception of globalization is important for measuring cultural adaptability and for setting entrepreneurship. The population of the research consists of 5 state universities in Southeastern Anatolia Region of Turkey (Batman University, Siirt University, Kilis 7 December University, Bitlis Eren University and Gaziantep University). In the scope of the research, a survey prepared by using "Economic Impact of Globalization Scale ($\alpha = .870$) and Cultural Compliance Ability Scale ($\alpha = .720$)" developed by Mine Halis (2015) and "Entrepreneurship Scale ($\alpha = .857$)" developed by author for this study. This survey with 49 items was used to obtain data from the sample (1.059) determined using the formula of Yamane (1967). In addition, some statistical methods were used to determine the causal relationship between variables are: regression analysis, factor analysis, t-test, ANOVA test Levene test, Kruskal Wallis-H test, Turkey HSD and Tamhane's T2 test. According to the findings, hypotheses are supported and as a result of the evaluation of the

findings; The inevitable change of globalization has led to the fact that the participants' resistance reflexes differed in their demographic characteristics.

Keywords: Globalization, cultural adaptation, entrepreneurship



GİRİŞ

Problem Durumu

Son dönemlerde, sosyal, ekonomik, politik ve kültürel alanlarda baş gösteren değişim rüzgârı tüm dünyayı etkisi altına alarak, teknolojik ve ekonomik gelişmenin etkisiyle bilgi teknolojileri ve bilişim alanlarında hızlı değişimler yaratmaktadır. Uluslararası sınırları ortadan kaldırmış olan bu değişimin yansımalarının daha net görüldüğü veya açıklandığı, yeni dünya düzeninde ülkelerin, toplumların, firmaların ve kişilerin yaşamlarını sürdürebilmeleriyle ilgili birçok yeni problem de beraberinde gelişmiştir.

Yeni dünya düzeni öncelikle ekonomik alanlarda kullanılıyor ve düşünülüyor olsa da sanat, spor, eğitim, sosyal yaşam, kültür ve sağlık gibi alanları da önemli ölçüde etkilemektedir. İnsan hakları ile demokratik ve liberal ekonominin çok uluslu sermaye boyutu ve serbest piyasa ekonomisinin egemenliğindeki politik ve kültürel boyutları ise kendisine özgü yeni kültürel kimlikleri bir araya toplamaktadır.

Sağlıklı gelişmiş bir kültür, girişimciliğin oluşmasına ve gelişmesine zemin hazırlamakta girişimciliği başlatarak harekete geçirmektedir. Girişimcilik ve yaratıcılığın gelişmesi ve ortaya çıkışını hızlandıran demokratik kültürler kişilerin nasıl yenilikleri denemesini ve geliştirmesini sağlayacağına ilişkin soruların varlığı devam etmektedir.

Küreselleşmenin kazançları kadar kayıplarının da varlığı ile ilgili birçok ekonomik ve politik risk ve beraberinde insanlığı çevreleyen sorunlardan söz edildiği görülmektedir. Küreselleşme kaynaklı bu riskler doğrultusunda verilmek istenen mesajları iletmek isteyen küresel medya imparatorlukları bu sorunların çözümü yerine yenilerini eklemenin habercisi olmaktadır. Batı ve ABD kaynaklı medya ve popüler eğlence ürünlerinin kültürleri etkilediği aşikârdır. Batı ile Türk dünyasını bağdaştırma yolundaki zorlukların göstergesi daha çok, değerlere dayalı kültürleşmeye yansıyan ideolojik tutum, dini ve siyasi fikirler ile sosyal tutum ve davranışlar kapsamında izlenen gelişmelerdir. Kendi kültürüne uymayan toplumsal

yaşam, öncelikle farklı kültürleri içinde tutan toplumlarda gençleri toplum dışına itmekte ve bölünme ile yok oluş tehdidi altında kalmaktadır.

Dünyanın yüz yüze kaldığı değişmelere karşı toplumun iç ve dış dinamikleriyle hareket edip özünü koruyarak yeniliklere cevap vermesi, kişisel özgürlüklerini güven altına alarak, toplumsal etkileşimi güçlendirip, siyasal ve kültürel bütünlükle birlikte farklılıkları koruması gerekmektedir. Sonuçta, küreselleşme karşı konulması oldukça güç olan bir süreçtir.

Küreselleşme ve kültürel uyum etkenlerinin girişimcilik ruhu üzerindeki etkisi üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma ile desteklenerek, ilgililerin ekonomik toplumun aday girişimcileri hakkında bilgilenmesinin sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca bu çalışmada ekonomik açıdan az gelişmiş bir bölgenin ele alınmasından dolayı, alanyazında yapılmış benzer çalışmaları örneklem açısından tamamlayıcı ve destekleyici nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Bu kapsamda çalışmanın amacı; Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki 5 devlet üniversitesi “Batman Üniversitesi, Siirt Üniversitesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi” evreninden Yamane (1967)'nin formülü kullanılarak belirlenen 1103 öğrenciden oluşan örneklemden elde edilen veriler doğrultusunda; “küreselleşmenin olumlu veya olumsuz sonuçlarına ilişkin öğrencilerin algılarının demografik faktörlerin etkisindeki kültürel uyum yeteneğine bağlı olarak değişip/değişmeyeceğini ve bu iki değişken arasındaki etkileşimin girişimcilik niyetleri ve hedefleri üzerinde de etkili olup/olmayacağını” analiz etmek olarak belirlenmiştir.

Problem Cümlesi

Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin küreselleşme algısının kültürel uyum yeteneği üzerinde etkisi var mıdır? Varsa hangi düzeydedir?

Alt Problemler

- a. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin küreselleşme algısı hangi düzeydedir?
- b. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneği hangi düzeydedir?
- c. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetleri nelerdir?

d. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin küreselleşme algısının ve kültürel uyum yeteneğinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisi hangi düzeydedir?

Araştırmanın hipotezleri, aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir.

Hipotez 1: Küreselleşme algısı kültürel uyum yeteneği ve girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.

Hipotez 2: Küreselleşme algısı girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.

Hipotez 3: Kültürel uyum yeteneği girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.

Hipotez 4: Demografik özellikler kültürel uyum yeteneğini olumsuz etkiler.

Hipotez 5: Demografik özellikler küreselleşme algısını olumsuz etkiler.

Hipotez 6: Demografik özellikler girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.

Araştırmanın Önemi

Üniversitelerin kişiler, toplumlar ve uluslararası ilişkilerde ve kalkınmada önemli rolleri vardır. Bugüne kadar üniversitelerin eğitim ve araştırma gibi iki önemli misyonu varken günümüz üniversiteleri üçüncü ve önemli bir misyonu da ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktır. Bu çalışmada küreselleşen dünyada kültürel uyumu ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik ile ilgili bu çalışma küreselleşme, kültürel uyum ve girişimcilik hedefleri olguları arasındaki etkileşimi ortaya koyması bağlamında önem arz etmektedir.

Bu çalışma küreselleşme, kültürel uyum ve girişimcilik hedefleri olguları arasındaki etkileşimi ortaya koyması bağlamında alanyazındaki önemli bir boşluğu doldurulmaktadır. Küreselleşme ve kültürel uyum etkenlerinin girişimcilik ruhu üzerindeki etkisi üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma ile desteklenerek, ilgililerin ekonomik toplumun aday girişimcileri hakkında bilgilenmesi sağlanmaktadır. Özellikle bir bölgenin ele alınmasından dolayı, alanyazındaki yapılmış benzer çalışmaları örneklem açısından destekleyici niteliktedir. Kaldı ki Türkiye'deki akademik yazında Güneydoğu Anadolu Bölgesini ele alan girişimcilik alanyazının oldukça yetersiz düzeyde olduğu değerlendirilmiştir.

Küreselleşme ve kültürel uyumun girişimciliğe etkisi bakımından ayrı ayrı kavramlar olarak değerlendirildiğinde, alanda yapılmış “küreselleşme”, “kültürel uyum” ve “girişimcilik” üzerine yapılmış birçok çalışmayı bir arada görme fırsatı bulacaktır. Özellikle küreselleşme, kültürel uyum ve girişimcilik kavramlarına dayalı olarak yurt içinde ve yurt dışında yapılmış birçok bilimsel çalışma da alanyazın

taraması kapsamında bu araştırmaya katkılar sunmaktadır. Örnek olarak; Halis (2015), Balaban (2008), Cansız (2013), Çentinkaya ve Bozkurt (2011), Dumanlı (2013), Işık (2011) ve Karaman'ın (2010) çalışmaları görülebilir.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1 Küreselleşme

Yaygın etkileri 1980'li yıllarda hissedilmeye başlayan küreselleşme; ekonomik, siyasi ve kültürel birçok alanı etkisi altına alan bir süreç olarak henüz evrimini tamamlamadığından dinamiği ve etkileriyle ilgili tartışılması ve tanımlanması bitmemiş bir olgudur (Aktel, 2000: 193).

Küreselleşme kelimesiyle ilgili alanyazında karşılaşılan tariflere bakıldığında; globalisation (küreselleşme) kelimesinin kökünde “üç boyutlu yuvarlak şekil” anlamında yer küreyi (dünya) ifade eden küre “globe” sözcüğü bulunmaktadır. Küreselleşmenin tanımlanmasına bakıldığında ise etki alanının genişliği nedeniyle birçok disiplin tarafından ele alındığı görülmektedir.

İdeolojik yönüne bakıldığında, ülkelerin ellerinde bulundurdukları milli maddi ve manevi değerleri dünyaya yayma çabası, farklılıkların ayrımcılık değil bütünlük ve uyumu sağlamak amacıyla kullanarak tüm boyutlarıyla dünyanın “küresel bir köy” haline getirilmesidir. Küreselleşme, uluslar üstü olmayı ve üretim maliyetlerinin yüksek kalması nedeniyle fabrikaların üçüncü ülkelere taşınmasını (delokalizasyon) zorlayan bir sistemdir. Bu uluslararası süreç aracılığıyla zenginlikler ortaya çıkarılmakta ve yeniden değerlendirilen tedarik, üretim, dağıtım ve tüketim kanallarında rekabeti savunan bir sistemdir (www.ekodialog.com, 2015).

Küreselleşme, siyasi, ekonomik, kültürel, iletişim ve tüketim biçimleri vb. insana özgü tüm yaşam dinamiklerini ülke sınırlarının dışına taşıyarak ya da zayıflatarak, ülkelerin benzer koşulları (aynılık) yaşamasını savunan bir olgudur (Tamlinson, 1999: 14).

Küreselleşme kavramının tanımlanmasıyla ilgili üç ana sınıflandırma bulunmaktadır (Acar, 2003; Bozkurt, 2005; Halis, 2015):

a) Aşırıcular; küreselleşmenin hızla ülkeleri, toplumları ve kişileri daha fazla etkilemesi gerektiğini öne sürenler.

b) Kuşkucular; küreselleşmenin amacını, dünyayı tek bir uygarlık yapma yerine bölmek için çatışmalara yol açacak ideolojik bir tutum olduğunu düşünen bu nedenle kuşulanılması gerektiğini savunanlar.

c) Dönüşümcüler; küreselleşmenin siyasal, ekonomik ve kültürel değişimleri hızlandırarak yeni dünya düzenine götürdüğünü düşünenler.

1.1.1 Küreselleşmenin Kapsamı

Küreselleşmenin tanımlanmasıyla ilgili anlatımlara bakıldığında, yeni dünya insanı için siyasi, ekonomik ve sosyal alanda sürekli gelişmeyi umutlandıran bir kavram olarak ülkeler için yeni fırsatlar ve üstünlükler yaratmıştır. Ancak, itiraz edilen nokta, bu vaatlerden sadece gelişmiş ülkelerin faydalandığıdır. Küreselleşmeyle beraber Gelişmiş ülkeler kendi ekonomilerini kötü yönde kullanıp gelişmeye çalışan ülkelerin ekonomilerine zarar veren bilinçli istikrasızlıklar ve krizler yaratıldığı ileri sürülmektedir. Arjantin ve Türkiye’de uzun yıllar yaşanan siyasi ve ekonomik krizlerin bu kapsamda olduğu savunulmaktadır.

Küreselleşme gelişen ülkeleri ekonomik yönden gelişini tamamlamış ülkelere bağımlı kılarak bu ülkelerin kendi ekonomiklerini düzenleyemeyecek hale gelmesini sağlamaktadır. Küreselleşme kapsamında, belirli ve kıymetli mal ve hizmetlerin gelişmiş ülkelere üretilip gelişmekte olan ülkelere sunuluyor gösterilmesi bu ülkelerin bağımlılıklarını artırma çabası olarak değerlendirilmektedir. Küreselleşme ile birlikte yeni dünya devletlerinin faydasını kollama amacıyla kurulan ancak görünürde sadece gelişmiş ülkelerin yatırımlarını koruyan yeni uluslararası ekonomik örgütler ve sistemler gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkeler üzerindeki denetimini artırmıştır (www.tasam.org, 14.11.2016).

Küreselleşme ile ilgili her ne kadar gelişmiş ülke çıkarlarının önde tutulmasıyla ilgili eleştiri ve kuşkular bulunsada, meydana gelen her türlü gelişmeden tüm dünya insanları faydalanmakta olduğu da ileri sürülmektedir. Örneğin, küreselleşme kapsamında gelişmiş ülkelere geliştirilen, bulunan ve yapılan her şey dünyaya süratle yayılmaktadır. Bunlar arasında, insanlığın hizmetine sunulan devrim niteliğindeki internet ağlarının kurulması gibi haberleşme uydu sistemlerinin kullanılması bulunmaktadır.

İletişimi artıran ve kesintisiz geliştiren yeni teknolojilerle ülkelerin kendi ulusal kültürlerinin kapalı sınırlarının dışına çıkmaya zorlanması, tüketim ve pazarlamayla ilgili küresel standart ve kuralların geliştirilmesi, yoğun iletişimde olan birlikte yaşam tarzlarının gelişmesini sağlamıştır. Bu etkileşimin sürekliliğinin sağlanmasını güvence altına alan Birleşmiş Milletler (UN) gibi uluslararası örgütlerin kurulması, insanın öneminin kabul edilmesiyle haklarının savunulmaya başlaması da küreselleşmenin üstünlükleri arasında yer almaktadır. Küreselleşmenin kapsadığı alanın genişleyerek artması, ülke ekonomilerinin bağımlı hale gelmesi, soğuk savaş dönemine özgü politik kutuplaşmanın yok olması ve serbest ekonomi kurallarının her alanda güçlendiği görülmektedir (Çapcıoğlu, 2008: 154).

Bu çerçevede, Smith'e göre sosyo-kültürel bir süreç olarak görülen küreselleşmenin üç temel boyutu aşağıdaki gibi sıralamıştır (Smith, 2005: 308):

1) Ekonomik küreselleşme; finans piyasaları ve serbest ticaret bölgelerinin gelişimini ve mal ve hizmetinin küresel takasını, şirketlerin ulus ötesi büyümesi,

2) Politik küreselleşme; ekonomik ve politik ulus üstü örgütlenmelerin (UN, EU) devletlerin yerini alması,

3) Kültürel küreselleşme; bilgi, işaret ve sembollerin küresel anlamda hızlı akışı ve bu değişimler neticesinde sosyo-kültürel dönüşümlerin gerçekleşmesi Dünyaya nizam vermeyi misyon edinen güçlü devletlerin “yeni dünya düzeni” hegemonyası, dünyanın ekonomik ve siyasi olarak tek merkezli bir yapıya dönüştürmeye başlamıştır. Farklı bakış açıları küreselleşmeye farklı tanımlar yapılmasına neden olsa da, bütün tanımların bulunduğu ortak nokta, küreselleşmenin aslında iç içe olan üç (ekonomik, siyasal ve sosyal) olguda değişimine yol açmasıdır.

Ekonomik bağlam; küreselleşmenin ülke ekonomileri ile dünya ekonomilerinin uyumundan söz eden aşamasıdır. Bu görüşe göre, küreselleşme, kesin sınırlar içerisinde, bir devlet veya coğrafi sınırlarla tanımlanmamış olsa da, insanlar arası ilişkilerin yer ve zaman kavramları boyunca nasıl düzenlendiği üzerinde yoğunlaşan bir bakış açısını içerir. Zaman-mekân sıkışması olarak izah edilen bu bakış açısı, küreselleşmenin ortaya çıkardığı temel özelliklerden birisidir. Küreselleşme etkisi altında hızlanan süreçlerin dünyayı küçülttüğü, uzaklıkları azaldığı görülmektedir. Böylece, dünyanın en uzak yerlerini en kısa ve en hızlı şekilde birbirine bağlamak mümkün olmaktadır. Bunlar dışında, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen

ve ekonomik alanda etkileşim yaratan eğilimlerin, sosyal hayata birçok olumsuzluğu taşımıştır (Çapcıoğlu,2008:153).

Siyasal bağlam, ülkelerin politik siyasi ve idari yapılanmalarının mevcut güç ve yetkilerini yok sayan hatta ortadan kaldırılmasını hedefleyen küreselleşme aşamasıdır. Bu görüşe göre, küreselleşme devletlerin tek dil, din, ırk ve millet kavramları etrafında kurulum yönetilmelerinden daha çok dünyanın her ülkesiyle ilişkiler geliştirebilecek hükümetler üstü, siyasi tekliği dışlamış uluslararası şirketler, bankalar veya örgütlerce (NATO, BM, IMF vb.) yönlendirilip yönetilmesini ifade eden siyasal bağlamdır. Diğer anlamda, devletlerin egemenliği uluslararası siyasal ve ekonomik aktörlerin güdümüne girmiştir (Halis, 2015: 4).

Sosyal bağlam, kültürel anlamda egemen batı hegemonyasının tüm dünyada yayılmasını ifade eden sosyal bağlamdır. Bu süreçte, batı kültürü tüm dünyada hâkim kültür olarak ortaya çıkmıştır. Batının gelişmiş toplumlarının giyim tarzı, konuşma dili ve yaşam şekli gibi kültür kodlarının batı dışı az gelişmiş toplumların tüketim alışkanlıkları dâhil tüm yaşam şekillerini değiştiren bir durumun yükselişini göstermektedir (Sarıbay, 2002). Bu nedenle, farklı ülkelerin kendilerine özgü birbirinden farklı kültürel değerlerinin ülkelerin sınırları dışına çıkararak dünyaya dağılması beklenmektedir.

1.1.2 Küreselleşmenin Tarihi

İnsanların ve toplumların belirli ortak amaçlara odaklı hareket etmeleri birbirlerini etkilemesi küreselleşme adımlarının ilk örnekleri olarak görülebilir. Bu bakış açısıyla, toplumsal veya ekonomik bazı süreçlerde yaşanan değişimin yansımaları insanlık tarihinin ilk çağlarından itibaren teknolojideki gelişmeler sayesinde, aslında küreselleşmenin geçmişte de bir şekilde var olduğu ve ülkelerarası etkileşimi etkilediği söylenmektedir (Elçin, 2012: 1).

Küreselleşmenin başladığı zamanın ve geçtiği evrelerin tam olarak bilinmesi mümkün olmasa da insanlığın tarih boyunca binek hayvanlarını evcilleştirerek yaptığı göçler ve ipek yolunun keşfedilmesiyle ticari kervanların kurulması, büyük pazarlara ulaşma çabası ve denizyoluyla yeni kıtaların keşfedilmesine kadar uzanan bir geçmişi doldurmaktadır (Aktel,200:195).

1989 yılında sona eren soğuk savaşın hızı dünyayı engellenemeyen bir değişim sürecinin içine çekmiştir. Üç önemli aşaması olan sürecin birinci aşaması;

Osmanlıların 1453 yılında İstanbul'u fethine kadar Ortaçağ karanlığında kalan Batı'nın yeni keşifleri hedefleyerek yeni yerlere yelken açarak zenginleşmesidir. Sürecin ikinci aşaması ise 1890'da başlayan "Endüstri Devimi" olmuştur. Bu aşamada, Avrupa'nın merkezinde meydana gelen gelişmelerin sağladığı değişimin etkisi birçok yolla dünyaya yayılarak insanlığı etkisi altına almıştır. Bu dönemdeki yayılcılıkla birlikte yaşanan sömürgecilik çabaları artarak devam etmiş ve dönemin küreselleşme çabalarının sonuçlarını yansıtmıştır. 1990'lı yıllarda soğuk savaşın bitmesine kadar devam eden küreselleşme çabaları üçüncü aşamaya ulaşmıştır (www.ekodialog.com, 2015).

Küreselleşmenin ortaya çıkması; çok uluslu şirketlerin dünya ekonomisinde söz sahibi olmaya başladığı 1970'li yıllara kadar gitmektedir (Halis, 2015: 4). 1990 yılından itibaren, içeriği "tek kutuplu güç" kavramıyla şekillenen Rockefeller'ın siyasi ve ekonomik gücün tek elde toplanması arzusunun yansıtan "yeni dünya düzeni" hedefi kurulmuştur. Yeni dünya düzeni kavramının kurallarında yıkılan ve yeniden kurulan sistemler içerisinde gelişen en önemli kazanım, piyasalara ulaşmada mesafe ve zaman kavramının anlamsızlaşmasıdır (www.ekodialog.com, 2015).

Küreselleşme olgusu, 1970'li yılların sonlarında devletlerin arasındaki ilişkileri yönlendirip şekillendirmek kadar, devletlerin içlerindeki sosyo-ekonomik düzenlerde de birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. Bunlardan en önemlisi, "Demirperde ülkeleri" olarak da adlandırılan ve sosyalist yönetim anlayışının hâkim olduğu eski Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinin, kapitalizmin baskılarına dayanamayıp dağılmasıdır. 1990'lı yıllardaki küreselleşmenin en büyük değişimi Mikhail Gorbachev tarafından yönetilen ve "Perestroika" olarak adlandırılan Rusya'nın "yeniden yapılanması" programıdır.

20. yüzyılın sonları sosyalizmin yok oluşunun hızlandığı, milliyetçilik ve muhafazakârlığın liberalizmle birleşerek "Yeni Sağ" kavramı altında neo-liberal politikaların yükseldiği bir dönemdir. Ülkeler arası ekonomik ilişkilerde ulusal kontrolün yok olarak, güçsüz ve dayanıksız ulusal üreticilerin piyasalardan silindiği ve yerlerini dünya çapında rekabetin öncüsü uluslararası şirketlerin aldığı bir süreçtir. Uluslararası ekonomik aktörlerin sermaye, mal ve hizmet piyasalarının kurallarını belirlediği küreselleşmiş bir dünyada devletlerin yapılarında görülen birtakım değişimler artan bir şekilde ulusların devletin egemenliğindeki söz söyleme hakkını ellerinden almıştır (Özdemir, 2004).

Sermaye piyasalarında meydana gelen hareketliliğin tüm dünyada etkilerinin hissedilmesi şeklinde ifade edilebilecek küreselleşme, teknolojik gelişmelerin de katkısıyla dünyanın finans piyasası olmasına neden olmuştur. BM İnsani Kalkınma Raporu'nda belirtildiği üzere dünya piyasalarında günlük el değiştiren paranın 1.5 trilyon dolar olduğu belirtilmektedir (Bozkurt, 2000).

1970'lerin sonlarında küresel ekonomiye ait dinamiklerin sürdürülmesinde en önemli görev ve yetkiyi alan uluslararası şirketlerin en belirgin özelliği sayılarının hızla 40 binli sayılara ulaşmıştır. Bunun dışında, dünyadaki ilk 200 şirketin cirosu dünya ekonomisinin $\frac{1}{4}$ 'ünden daha fazla olduğu görülmektedir (Rambert, 1999: 27).

Küreselleşme kapsamında, uluslararası şirketler sahip oldukları önemli fonksiyonlarından kaynaklanan tedarik, işgücü, üretim ve pazarlama faaliyetlerini dünyaya yayarak dünyanın ekonomik hacimlerini geliştirmektedirler. Uluslararası şirketlerin geliştirdikleri saldırgan ve yayılmacı üretim politikaları birçok ülkenin gayri safi milli gelirlerinin dağılımı da oldukça fazla etkilenmektedir.

Uluslararası firmaların dünya ekonomisinde elde ettikleri bu önemli konum, tepki içerikli akımların gelişmesini sağlamıştır. Beklenin aksine bu tepkisel akımlar, az gelişmiş, insan haklarının ihlal edildiği ülkelere yönelmiştir. Dünya finans piyasalarında önemli etkileri olan küresel ekonomi beraberinde birçok problemi de getirerek çok hızlı ve yıkıcı finansal hareketlere dönüşmüştür (Baştürk, 2001).

Sermayeyi yöneten uluslararası merkezlerin dünyanın herhangi bir finans piyasasında meydana gelen en küçük bir dalgalanmaya yirmi dört saat boyunca hiç durmaksızın tepki verebilmesinin arkasındaki en önemli güç teknolojinin sağladığı olanaklar olarak görülmektedir. Dolayısıyla, finans dünyasındaki dalgalanmaları çok hızlı algılayabilen sermaye merkezleri benzer ekonomik krizlerin olumsuz etkilerini de hissetmeleri hızlı olmaktadır. Bu tür krizlere en iyi örnek Asya krizi gösterilebilir.

Asya krizinin ilk kıvılcımı, uluslararası merkezlerce Tayland gibi bölgesinde çok etkili olmayan bir ülkenin kendi parasıyla ilgili kur ayarlamaları yapmaya zorlanması olmuştur. Sonucu tahmin edilemeyen Tayland kur depreminin öncelikle çevre ülkeler daha sonra tüm dünyanın döviz piyasalarına etkisinin yayılış hızı şaşkınlık yaratmıştır. Öncelikle, Asya ülkelerinden G. Kore, Endonezya, Singapur ve Malezya'da birbirini etkileyen su dalgaları gibi önemli kur değişimleri yayılmış ve dünyanın öbür ucundaki Brezilya hisse senedi borsalarının keskin düşüşler yaşamasına neden olmuştur (Uluagay, 1999: 21).

1.1.3 İ.Ö. Dönemde Asur Ticaret Kolonileri Çağı

Tarih öncesi dönemlerde farklı coğrafya ve farklı kültürde yaşayan insanların diğer bölgelerdeki toplumlarla ticaret yapmalarının etkisiyle, aralarında geliştirdikleri ilişkilerin de çoğaldığı görülmektedir. Kıtaları yakınlaştıran köprü konumundaki Anadolu'nun jeopolitik yapısının iklim ve arazi yapısı olarak geçiş ve göçlere oldukça elverişli olduğu görülmektedir. Tarihte Anadolu'yu ticaret yolu olarak kullanan öncü uygarlıklardan birisi Asur Ticaret Kolonileridir. Anadolu tarihi ile ilgili yazılı ilk kaynakların Orta Tunç Çağı'na kadar uzandığı görülmektedir. Mezopotamya'nın kuzeyinde kalan Asur Devleti ile Anadolu'da yaşayan toplumlar arasında ilk gelişmiş ticaret sistemi İ.Ö. 1960 yıllarında kurulmuştur.

Tarihin o döneminde, Anadolu'da yaşayan en büyük toplum, feodal şehir krallıklarından oluşan Geç Hattiler egemenliğidir. Anadolu topraklarının sahip olduğu zenginliğin Akkad Çağı'nda farkına varan Asur'un öncülük yaptığı Mezopotamyalılar Kuzey'de kalan komşularıyla ilk sistemli ticari işbirliğini geliştirmişlerdir. Mezopotamyalılar sadece ticari malların alış verişini değil, kültürel ve sosyal yapılarını yansıtan kullandıkları dillerini, çivi yazılarını ve geleneklerindeki silindir mührü de taşımışlardır. İ.Ö. 1950 yıllarından başlayarak Anadolu topraklarında yaşayanlarda yazılı tarihle tanışma fırsatı elde etmişlerdir.

O çağlarda insanların kullandığı önemli bir ulaşım ve taşıma aracı olan eşek kervanları tüccarların nakliye ve dağıtımda kullandıkları yegane araçlar olarak görülmektedir. Anadolu'dan geçişte kullanılan ticaret güzergâhları; Diyarbakır-Malatya, Urfa-Maraş ve Adana-Toros girişleri olmuştur. Asur Ticaret Kolonilerinin Anadolu'ya getirerek alış verişini yaptıkları en temel mallar, dokuma, keçi kılı, kumaş, kalay, altın ve gümüş eşya, süs malzemeleri ve kokulardan oluşmaktadır. Asur Ticaret Kolonilerinin politik ve askeri hiçbir amaçları olmadığı ve tek amaçlarının ticaretin sürdürülmesi olduğundan işleri karşılığında ödedikleri kira ve vergi karşılığında Anadolu beylerinin koruma haklarını elde etmişlerdir (www.anadolumedeniyetlerimuzesi.gov.tr, 2009).

1.1.3.1 Ortaçağ Avrupası'nda Burg dönemi

Günümüz dünyasının bölgesel ve küresel siyasi, sosyal, askeri ve ticari birliktelik ve bütünleşmelerinin özellikle toplu göçlerin ve geçişlerin yaygın olduğu

tarih öncesi dönemdeki ticaretle ilişkili olduğu söylenebilir. Asya'dan başlayarak Anadolu üzerinden geçen ticaret yolları Avrupa kıtasına kadar ulaşmıştır. Ortaçağ Avrupa'sında ticaret ve ekonomi, derebeyliklerinin parçası konumda "Burg" olarak adlandırılan ve sınırları sert ve belirgin kasaba büyüklüğündeki yedişer adet siyasi yapılardan oluşan yönetimlerin egemenliğinde de sürdürülmüştür. Artan ticaret hacmi ile birlikte kapasite olarak dar ve yetersiz kalan Burg'lerin sınırları dışına taşımak istemeleri derebeyliklerinin dağılmasının nedenleri arasına girmiştir.

Derebeyliklerinden sonra kurulan krallıkların yayılma çabaları da ticaretin yayılmasına ve gelişmesine katkı sağlamıştır. Krallıklarda gelişen siyasi ve ekonomik birimler ticari kuralların daha belirginleşmesini ve belirli bir düzen içerisinde sürdürülmesini sağlamıştır. Zamanla, derebeyliklerin yaşadığı ekonomik ve ticari daralmanın daha da büyümesi nedeniyle krallığın da ekonomik faaliyetler ve ticaret için yeterliliğini yitirmesine neden olmuş ve tüccarlar sınırlarının dışında yeni pazarlar aramaya başlamıştır. Böylece, tarihsel süreç içerisinde krallık yapılanmaları da görevini tamamlayarak yıkılmış ve yeni bir üst siyasi ve ekonomik sistem olarak görülen ulus devletlerin kurulması hızlanmıştır (DPT, 2000).

1.1.3.2 Ortaçağ sonrası dönem

Ticaret gereksinimi toplumlar arası ilişkilerin gelişmesinde önemli bir neden olarak görülse de küreselleşmenin tanımlanmasında sadece ticari kaygılardan söz etmek yetersiz olacaktır. Bu nedenle, küreselleşmenin birden daha çok boyutunun varlığından söz edilebilir. Küreselleşme olgusunun tüm yaşam alanlarında izlerine rastlanılabileceği ve kültürel ve siyasal içerikli insani yönlerinden de söz edilmesi uygun olacaktır. Dünya tarihinde siyasi, ekonomik ve sosyal yönlerden birer dönüm noktaları olarak değerlendirilecek üç farklı gelişim ve dönüşüm dalgası bulunmaktadır (Elçin, 2012: 10):

- I. Dalga; İstanbul'un fethi 1453 ile 1870 yılları arasındaki dönem,
- II. Dalga; endüstri devriminin başlangıcı 1890 ile I. Dünya Savaşı arasındadır,
- III. Dalga; II. Dünya Savaşı bitişi 1945 ile 1989 arasındaki dönem Berlin duvarının yıkılmasıyla SSCB'nin çöküşüdür

Küreselleşmenin I. Dalgasının başlangıç dönemi olarak da kabul edilen Osmanlı'nın İstanbul'u fethettiği 1453 yılından sonra, Batı ülkelerinin fikir ve arayışlarında farklılıklar olmuştur. Bu arayışlar çerçevesinde yeni coğrafik keşiflerin

yapılması ve yeni pazar ve mal ihtiyaçlarının artması uzun denizaşırı seferlerin yolunu açmıştır. Denizcilikteki gelişmelerle birlikte deniz aşırı ülkelere yolculukların daha da arttığı bu dönemde, Batı'daki ulus devletlerin kendi askeri, siyasi ve ticari etkilerini denizaşırı coğrafyalara yayma çabalarıyla başlayan sömürgecilik kurumsal bir kimlik kazanmıştır. Sömürgecilik altın ve gümüş gibi bazı madenlerin kıymet kazanmasına neden olmuştur. Devletlerin sahip oldukları asıl zenginliğin ellerindeki değerli madenler olduğunu vurgulayarak korumacılığın önemini ve işlevini öne süren “merkantilizm” akımının başlangıcı bu döneme rastlamaktadır.

Avrupa'nın zenginleşmesi ve gelişmesindeki en önemli faktör, sömürgeleştirilen toprakların doğal kaynaklarının denizaşırı seferlerle Avrupa'ya taşınmasıdır. Miktarı ve etkisi her geçen gün artan sömürgecilik faaliyetlerinin ulus devletler nezdinde bir “kolay kaynak üretme politikası” olarak görülmesi emperyalizmin kapıları açmıştır. Böylece, daha da zenginleşen devletlerde sadece ekonomik değil, fikir, bilim ve kültürün de değişiminin hızlanması endüstri devriminin temelini atmıştır (Taylor, 2002).

Küreselleşmenin II. Dalgasının başlangıcını oluşturan Endüstri Devriminin gerçekleştiği 1870'li yıllarda sömürgeci ülkelere gelişen politikalar sayesinde sömürülen ülkelere aktarılan kaynaklar Batı ülkelerini zenginleştirmiştir. 19. yüzyılın sonlarında Endüstri Devriminin etkisiyle “serbest ticaret” kuramları yaygınlaştırılmış ve liberal ekonominin temelleri atılmıştır. Mal alış verişinin sınır tanımadan artarak sürdürülmesinde en büyük faydayı ticarete uluslararası engellerin kalkması sağlamıştır. Böylece, ülkelerarası sermaye, hammadde ve işgücü hareketine ilişkin kısıtlamaların da kalktığı bir dönem başlamıştır.

Endüstri devriminin gerçekleştiği yıllarda hüküm süren yönetim anlayışının fikir ve yöntemlerini belirleyen en önemli unsur, insana ve işgücüne verilen değer olmuştur. Bu nedenle, üretimde maliyetlerin en aza indirilerek kar payını artırmanın ilk yolunun ucuz işgücü çalıştırılması gerektiği anlayışı sanayiciler arasında genel kabul görmüştür. O yıllarda üretim tesislerinin denizaşırı veya sınır ötesi ülkelere taşınması yerine o ülkelere ucuz işgücünün getirilmesi daha düşük maliyetli kabul edilmiştir. Bunda en önemli etkiyi yaratan sömürgeciliğin en kötü yüzünü yansıtan insan ticareti veya köle kullanımı olmuştur.

Bununla birlikte, sanayileşen ülkelerdeki yeni iş olanaklarının artması gelişmemiş ülkelerdeki insan kaynağının her hangi bir engelle karşılaşmadan yer

değiştirmesini sağlamıştır. Endüstri devrimi yarattığı yeni iş olanaklarıyla birlikte nitelikli işgücü ihtiyacını da artırmıştır. İşgücünün sorunsuz yer değiştirmesinin sağladığı olanaklarla ucuz işgücünün sanayicinin yanına gelmesi maliyetlerin azaltılarak elde edilen fazla gelirin sermayeye katılarak yeni yatırımların yapılmasına katkı sağlamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ulaşım (demiryolları ve buharlı gemi vb.) ve haberleşme (telgraf ve telefon) ile ilgili yapılan yatırımlar sayesinde de ülkelerin iletişimi ve alış verişi artmıştır. Zaman içerisinde, değişmeyen tek şeyin değişimin kendisi olduğu ilkesiyle bu gelişmelerin sağladığı kolaylık ve olanaklar mesafeleri azatlığından işgücünün ve sermayenin yer değiştirme hızı ile üretimin hızlı sürekli artışını başlatmıştır.

Küreselleşmenin II. Dalgasına denk gelen 1914 yılından itibaren I. Dünya Savaşı'nın başlamasında da etkisi bulunan büyük sanayi devriminin hızını kaybettiren (Elçin, 2012) sömürgeci devletlerin paylaşım ve çıkar çatışmalarıdır. Özellikle, petrol gibi doğal kaynakları ele geçirme yarışı dünya çapında iki savaş başlatmıştır. Bununla birlikte tek kutuplu kapitalist sistemin karşısına diğer önemli bir güç olarak SSCB ve Doğu Bloğunun doğmasına neden olmuştur. Bu kapitalist ve sosyalist kutup arasında elli yılı geçen bir süre devam eden çekişme "Soğuk Savaş" dönemini oluşturmaktadır. Küreselleşme anlamında hem gelişme hem de sanayileşmenin eski hızını yakalaması açısından en önemli siyasal gelişme Almanya'yı ikiye ayıran "Berlin Duvarı"nın yıkılışı ve Doğu Bloğunun çöküşü kabul edilmektedir. Dünyanın ikinci kutbunu oluşturan Doğu Bloğunun yıkılması, ABD'nin merkezinde bulunduğu güçlü tek kutuplu dünya doğmuştur.

Küresel ekonominin önemli yaşadığı gelişmelerden olan; 1960-1970 yılları ve 1973-1974 yıllarındaki petrol kriziyle küreselleşme yeniden duraklamaya başlamıştır. Krizin beraberinde talep azalması ve yüksek işsizlik oranları gelişmiş, ekonomideki düşük büyümeyle yüksek (paraşışkinliği) yaşanmıştır. Dünyada yaşanan bu ekonomik sorunlar nedeniyle maliyet hesaplamalarında emek gücü harcamaları önemli bir miktarda artmıştır. Daralan pazar ve artan maliyetler nedeniyle verimlilik azalmış, azalan talep ekonomik büyümeyi indirmiş, kamu harcamalarının artışı ise paraşışkinliğine neden olmuştur. Dünyayı etkileyen krizden çıkılması amacıyla üretimin yeniden yapılandırılmasıyla başlayarak verimlilik ile kar payını arttırma ve teknolojik gelişme, rekabet ve iş akış şemaları yeniden tasarlanmıştır (Elçin, 2012: 12).

Küreselleşmenin III. Dalgası; çokuluslu şirketlerin 1970’li yıllardan itibaren çoğalmas ve etkinliklerini artırmasıyla başlayan, 1980’deki iletişim devrimiyle bölgesel ve küresel ortamlarda kazandıkları ivme sayesinde piyasayı etkileme gücü kazanan kuruluşların aktif başrol oynadıkları bir dönemi anlatmaktadır. Bu dalganın kazanımları arasında haberleşme ile ulaşımın kolaylaşmış olmasıyla dünya kaynakları daha rahat kullanılmaya başlamıştır.

Dünyada yaşanan eşitsizliklerin derinleşmesinde ticaret ve rekabetin artışı da söz sahibidir. Küreselleşmenin faydası kadar gelir paylaşımındaki adaletsizlikleri belirginleştirip zengin ve yoksul arasındaki farkı artırmıştır. Teknoloji atılımları açısından bakıldığında ülkeler; teknoloji üreten, teknoloji adapte eden ve teknolojiye ilgisiz olanlar olarak sınıflandırılmaktadır. Genelde büyümenin zayıf olduğu ülkelerde yüksek nüfus artış oranı, yoksulluk ve sosyal çatışmalar ve güvensizliği getirmiştir. Bu dalgada dikkat çeken gelişmeler arasında serbest piyasa ekonomisi kapsamında pazarların küreselleştiği, özelleştirme kapsamında devletin ticaretten çıkartılıp çokuluslu şirketlerin ağırlığı artırılmıştır.

Ayrıca, çokuluslu şirketlerin sermaye yapılarının korunması ve yeni pazarların yatırımlara uygun hale getirilerek desteklenmesi amacıyla uluslararası ekonomik örgütler “Uluslararası Para Fonu (IMF), Ekonomik İşbirliği Örgütü (ECO), İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Uluslararası Yatırım Anlaşmazlıkları Çözüm Merkezi (ICSID), Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Yedi’ler Grubu (G7) vs.” kurulmuştur (Bloom, 2004). Benzer şekilde bölgesel blokların “Avrupa Birliği (EU), Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (NAFTA), Afrika, Karayip, Pasifik Ülkeleri (ACPC), Orta ve Güney Amerika Ortak Pazarı (MERCOSUR), vs.” güç kazanmıştır. İki dünya savaşından da mali ve ekonomik olarak olumsuz etkilenen İngiltere, Amerika, Almanya, İngiltere ve Japonya’nın 1944 yılında ABD’de imzalanan “Bretton Woods” anlaşmasının 1973’de sabit kur sistemi terk edilmesiyle çökmüştür. Bu dönemden sonra işbirliği anlaşmaları yapan devletler koruyucu politikaları terk etmişlerdir (Elçin, 2012: 11).

1.1.4 Küreselleşmenin Temel Özellikleri

Günümüz dünyasında teknolojinin hızlı gelişimi ile etkileyici değişimleri insan yaşamının hem sosyal hem de kamusal alanlarına kadar yayılmıştır. Bu teknolojik değişimler, politik, psikolojik, ekonomik, kültürel ve moral gibi insana özgü tüm

kavramları ve değerleri ince bir çizgiyle birbirinden ayırmıştır. Yeni dünya düzeninin kurguladığı sürekli değişim olgusuna direnmenin ve inkâr etme olasılığının kalmadığı görülmektedir (www.ekodialog.com,2015).

Şirketler üretim ve satış stratejilerini belilerken sadece ulusal veya bölgesel değil, dünya çapında kurgulamalarında yeni dünya düzeninin ekonomik kurallarıyla bütünleşme eğilimi göstermektedir.

Küreselleşme kavramıyla asıl üzerinde durulan konu, sınırları olmayan ve küçülen dünyanın daha rahat kontrol edilebileceği ile dünya vatandaşlığı algısının oluşmasıdır (Robertson, 1999: 21). Dünya vatandaşlığı algısını sağlayan araç ve gereçler ise bilginin yayılmasını sağlayan iletişim ve ulaşım teknolojilerinin hızı ve sürekli değişimi olarak görülmektedir. Sürekli gelişen bugün üretilenin yarın eskidiği bir çağda teknoloji, insanları birbirine bağlayarak küçülen dünyayı çevrelemiştir (Karaman, 2010: 131). Böylece dünya yeni bir dönüşüm sürecine girmiştir.

Küreselleşmenin ekonomi, siyaset ve kültür olmak üzere üç alanda etkileri görüldüğünden değişim ve dönüşüm süreci uluslararası ilişkiler, ticaret ve günlük yaşamı da egemen gücün istekleri doğrultusunda değiştirmiştir. Bu noktada, sürdürülebilirliği üzerinde çalışmaların devam ettirildiği “yönetişim” süreci yeni dünya düzenine uygun yönetim anlayışını şekillendirmektedir (Baykal ve diğ., 2005).

Ekonominin küreselleşmesinin önünde geçmiş yıllarda engelleyici olan dağıtım, ulaşım, posta ve bankacılık işlemlerinde yeni elektronik düzenlemeler geliştirilmiştir. Bunlar arasında, uluslararası ticaretin artan olanakları arasında en önemli olanı elektronik para transferleri (EFT)’nin gerçekleştirilmesini sağlayan bankacılık alt yapısının kurulmasıdır (Bloom, 2004).

Serbest piyasa koşullarına göre şekillenen ekonomik ilişkilerin birbirlerine yaklaştırdığı toplumların paylaşımları da artmaktadır. Bu nedenle, uluslararası ekonomik sistem ve politikaları bütünleştirici bir şekilde tek saat ve tek para birimi gibi araçlarda kullanılmaktadır. Dünyayı internet ağlarıyla birbirine bağımlı hale gelmiştir. Yerel bazda gerçekleşen olumsuz bir ekonomik farklılaşma anında dünyanın diğer ucunda kur dalgalanmalarını etkileyerek, menkul kıymetler borsalarında iniş-çıkışlar yaşanmasına neden olmaktadır. Hatta bir saat içerisinde şirketler yok olmakta veya insanlar zenginleşebilmektedir (Karaman, 2010: 131).

TASAM Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, küreselleşme olgusunu beş farklı boyutta incelenebileceğini ileri sürmüştür. Bunlar, Smith (2005)'in üç boyutuna ilave edilen iki boyutu daha kapsamaktadır;

1. Ekonomik
2. Siyasi
3. Sosyo-Kültürel
4. Coğrafı ve Ekolojik
5. Teknolojik

Küreselleşmenin en belirgin özelliklerinden birisi zengini daha zengin ile yoksulu daha yoksul yapması ve uçurumu genişletmesi olarak görölmüştür. Dünya ölkelerinin en zengin %20 ve en yoksul %20 arasındaki gelir uçurumu: 1960'da 1/30; 1990'da 1/60; 2000'de ise 1/75 olmuştur. Gelişmiş ölkelerde 1995 yılından itibaren yüksek gelir grubunun aldıkları pay artarken, düşük gelir grubundakilerin aldıkları pay daha da azalmıştır. Bu azalışın yansımaları olarak ailelerin ellerindeki sosyal güvenceyi kaybetmiş olmaları ve kazançlarındaki aşırı azalma ile yoksulluğa zorlanmışlardır (<http://www.tasam.org>, 2006: 1).

Küreselleşme ile ilgili alanyazın incelendiğinde, değişimin hızı, katılımcıların artan sayıları, farklılığı, karmaşıklığı ve belirsizliğin varlığı öne çıkmaktadır. Küreselleşmenin en yoğun etkisinin göröldüğu alanlar Özgen ve arkadaşları (****) tarafından aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

1. Küreselleşmenin değişen pazar dinamiklerine rağmen farklı öлке veya bölgelerin tüketici tercih ve davranışları benzer şekilde hareket etmektedir,
2. Üretim faktörlerinin ticareti ve paylaşılmasıyla ilgili tüm dünyada geçerli kural ve koşulların belirlenmesi,
3. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeyle birlikte iletişim sürecinin genişlemesi ölkeler ve işletmeler arası ilişkilerin gelişmesini artıracak örgütlenmelerin kurulması,
4. Dünyanın neresinde hangi mal ve hizmetin üretileceğine ilişkin coğrafik dağılımının yapılmış olması,
5. Yabancı sermayenin nerelere doğrudan yatırım yapacağının belirlenmiş olması,

6. Dünya ekonomisinin hangi sektörlerde nasıl bir gelişme göstereceğinin dünyanın ortak ekonomik stratejisini belirleyen uluslar üstü planlamaya dâhil edilmesi,
7. Dünyanın tamamında tek bir ekonomik sistemin varlığının korunması
8. Örgüt yapılarının değişime ve gelişmelere uygun olarak yeniden düzenlenmesi,
9. Yönetim anlayışı, insan kaynakları ve yönetici profilinde meydana gelen değişimin yaygınlaşması (Yeşil, 2010: 28; www.ekodialog.com, 2015).

1.1.5 Küreselleşmenin Yararları

Küreselleşme hakkında tek bir tanım geliştirilemediği gibi, fayda ve zararları konusunda da birbirine zıt iki tezden söz edildiği görülmektedir (Çeken ve diğ., 2008: 81-82). Küreselleşmenin yararlarıyla ilgili bakış açısını izah eden bu tezlerden:

“1. Tez; küreselleşme çağdaşlaşma ve gelişme demektir, önüne geçilemeyecek ve önüne geçilmemesi, desteklenmesi gereken bir süreçtir”. Bu tezin doğruluğu inanalar, küreselleşme sayesinde uluslararası ticaret ve yatırımların yaygınlaştığına, devletlerin hızlı gelişmesine önemli katkılar sağlayacağına ve insanlığın refahının artacağına da inanmaktadırlar. Böylece, küreselleşme ekonomi, siyaset ve uluslararası düzen açısından oldukça yararlıdır.

a) Ekonomik açıdan: Küreselleşme sayesinde yeryüzü doğal kaynaklarının verimli ve akılcı bir şekilde kullanılmasının kontrol altına alınması sağlanarak dünya ticaretinin gelişmesi hızlandırılacaktır.

b) Siyasal açıdan: Küreselleşme insanların demokratik haklarını kazanma sürecine hız kazandırmaktadır. Batı'nın insan hakları ve demokrasiye dayalı temelleri küreselleşme sayesinde gelişmekte olan ülkelere ulaşmakta ve iletişim teknolojilerindeki ilerleme toplumları anında bilgi sahibi yapmakta, bu nedenle de demokrasi ve özgürlüğü artıran bir etki oluşturmaktadır.

c) Uluslararası düzen açısından: Tüm dünyada “Yeni Dünya Düzeni”nin egemen kılınmasıyla, her türlü kavganın bitmesi ve sürdürülmesi demektir.

Bunlar dışında, küreselleşme sayesinde ekonomide büyüme, canlanma, rekabet ve çokuluslu örgütlerin güçlendiği gibi yararlılardan bahsetmek mümkündür. Bunlar:

1) Ekonomik Büyüme: Öncelikle küreselleşme ticaretin uluslararası boyutlara ulaşmış oluşu ticaretten elde edilen gelirlerinde artmasını sağlamıştır. Yeni üretim

üstlerinin kurulacağı ülkelerin seçimi sürecinde doğrudan yabancı sermayenin gelişmekte olan ülkelere akışı göz önünde bulundurulmaktadır. Küreselleşme nedeniyle yaşanan en önemli üstünlük ise ülkelerin tek başlarına başaramadığı rasyonel kaynak kullanımı ve sürekli istihdamın oluşturulmasıdır.

Dünya finans piyasalarında yaşanan hızlı değişim ve bütünleşmenin sağladığı yüksek üretkenlik ve verimlilikte düşük maliyetlerin büyümeyi de beraberinde getirdiği görülmektedir. Üretim maliyetlerinin düşürülmesi sayesinde, piyasalarda etkililik ve etkinliğin artmasıyla yatırım amacıyla yeni fırsatlar oluşmuştur. Böylece, mal ve hizmetlerin üretimi ve dağıtımındaki sınırları ortadan kalkması uzaklık kavramını ortadan kaldırmıştır (www.ekodialog.com, 2015).

Bilginin gizlenmesinin mümkün olmadığı yeni bilgi teknolojilerindeki değişim sistem altyapılarının da değişimini hızlandırmıştır. Sektördeki aktörleri olumlu etkileyen bu gelişim süreci, yeni piyasalara yeni ürün ve hizmetlerin daha ucuz ve kolay ulaşmasını sağlamıştır. Üretim sürecine dâhil edilen yeni araç ve gereçler sayesinde üretim teknik ve metotlarındaki değişim de küreselleşme sürecinin bir ürünüdür. Böylece, maliyetleri düşürme çabasındaki işletmeler, üretim ve dağıtım konusunda kolay ve daha ucuz ulaşmışlardır. Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeyle birlikte hatalı azalmış ve üretim yöntemleri daha verimli hale gelmiştir. E-Ticaret (elektronik) veya M-Ticaret (mobil) uygulamalarını gelişiminde pazarlama ve satışta yeni ve daha az maliyetli kanallar oluştursa da bu gelişmenin arkasında bilgisayar ve yazılım teknolojilerindeki gelişmeler bulunmaktadır (Elçin, 2012: 14).

2) Dış Ticaret ve Ekonomik Canlanma: Ekonomi ve siyaset dünyasının ortak görüşü doğrultusunda ülkeleri birleştirerek dünyanın geniş bir kent pazarı haline dönüşmesi sağlanmıştır. Tüketiciler tarzları, yaşantıları ve birbirlerine benzemeleri amacıyla manipüle edilmektedirler. Ulusal devletlerin iç denetimleri yerine uluslararası denetim firmalarının verdiği notlar önemsenmektedir. Pazara giriş ve çıkışlar önündeki engellerin ortadan kalktığı ve emek, mal ve hizmetin bedelleri. Gelişen teknoloji dünyadaki tüm üretim ve pazarlama kanallarının birbirine yaklaşmalarını sağlamakta ve finans piyasalarının dünya çapında bağımsız bir güç kalarak rekabeti korumasını sağlamaktadır (Walther, 2002:147).

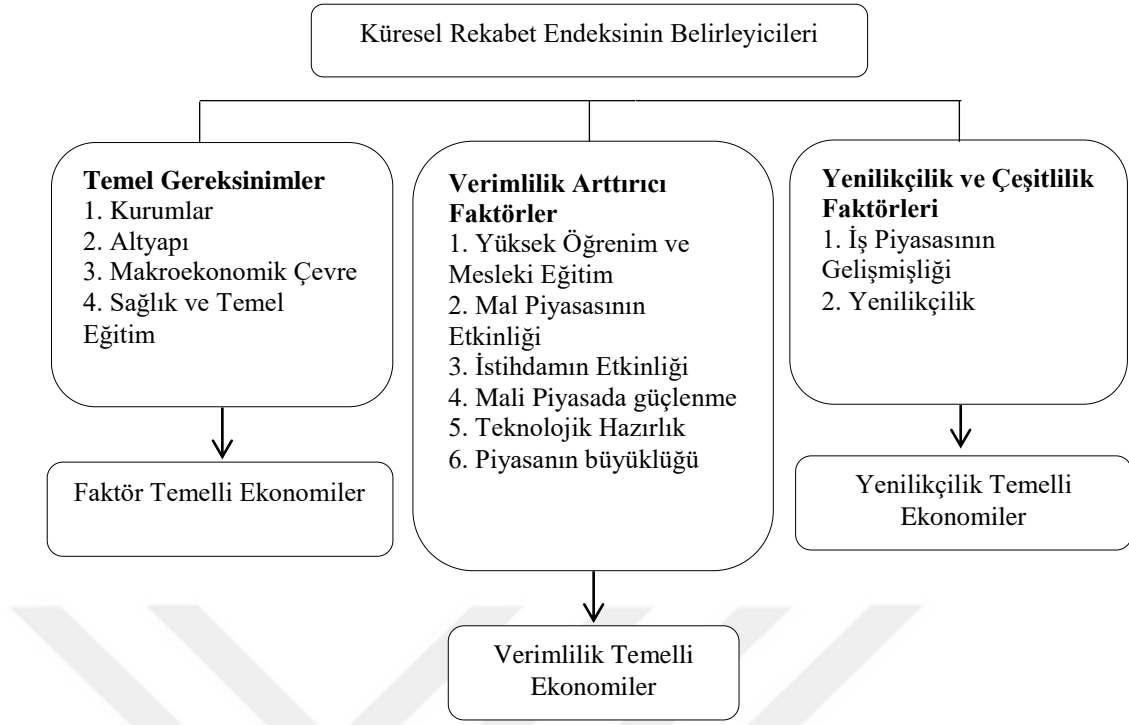
3) Rekabet: Rekabet gücü ile ilgili ölçüm araçlarının sınırlılığı ölçümü güç ve tartışmalı bir hale getirmektedir. Rekabet gücüyle ilgili nitel unsurların ölçülmesi hakkındaki zorluk ve sonuçların tartışmalı olması da yorumlamaların öznelliğe yakın

olması kaynaklıdır. Rekabet gücünün hangi kıstaslarla doğru ölçüleceği ile ilgili farklı uluslararası örgütler rekabet gücünün tanımlanması ve ölçülmesi ile ilgili bazı ölçüm araçları geliştirebilmektedir. Bunun nedenleri arasında, rekabet gücünün birçok disiplinin ilgi alanında olması veya tek bir temelini varlığından söz edilmediği görülmektedir (Ovalı, 2014: 19).

Doğrudan olmayan yatırımlarla riski azaltarak yapılan yabancı sermaye aktarımları ile birleşmeler ya da diğer şubelerinin açılması vb. gibi yıllarca finans piyasalarında rekabeti artırmış böylece yerel firmaları da etkin çalışmaya zorlamıştır. Bu noktada artan rekabetin olumlu yönlerinden daha çok göz önünde bulundurulmaktadır. Küreselleşmenin özellikle finans ve bankacılık sektöründeki yaptırımları arasında; denetim, düzenlenme, disiplin, devlet garantisi, hileli yönlendirmeleri önleme, istikrar, risk alma gibi kavramlar öne çıkartılmıştır.

Küreselleşmenin en önemli özelliği rekabet koşullarının evrensel olmasıdır. Başka bir ifadeyle, gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkelerin firmalarının rekabet edebilmek için uyum sağlamak zorunda oldukları koşullar birbirleriyle aynıdır. Bu nedenle, Amerika ile Asya ekonomilerinin farklı kuralları yoktur. Aksi takdirde birbiriyle ilişkide olmayan ekonomiler söz konusu olacaktır ki bu da küreselleşmeye aykırıdır. Rekabet koşullarının benzerliği her devletin sadece yerel değil tüm dünya ticaretindeki payları büyük miktarda yükselmiştir (www.ekodialog.com, 2015).

Küresel rekabet kapsamında Türkiye'nin yıllar içerisinde geldiği noktada gelişimi değerlendirildiğinde; 2008 yılındaki rekabet gücündeki azalmadan sonra sıralamadaki inişin tekrar artış göstermeye başladığı görülmektedir. Türkiye'nin 2013-2014 WEF Raporu küresel rekabeti 4.5 sıralaması şeklinde gösterildiğinde Türkiye 148 ülke arasında 44. sıraya yükselmiştir (Ovalı, 2014: 23).



Şekil 1.1: Küresel rekabet endeksinin belirleyicileri (2016. 15 Kasım) Reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/methodology/#view/fn-20).

4) Çok Uluslu Şirketlerin Güçlenmesi: Küreselleşmenin etkileriyle küçük olanın yok olduğu büyük olanın ise çok daha fazla büyüdüğü yeni ekonomik sistemin kurallarına uyum sağlayan devletler ve çok uluslu firmaların sermaye kullanım oranları da artmaktadır. Sınır ötesi ülkelerden gelen kaynağı kullanan ve tekrar sınır ötesi ülkelere nihai ürün satan uluslararası firmaların güçleri dikkat çekmektedir. Özellikle, ihracat ve ithalat politikalarındaki devrim niteliğindeki değişimle dünyanın bir ucundan diğer ucuna faaliyetlerini taşıyan firmalar gelişmişliğin göstergelerini geçmektedir. Her ülkenin kendisine özgü pazarı olmasına rağmen, küreselleşmeyle birlikte çok uluslu firmaların bu pazarlara girişi engellenmek yerine rekabet sahnesine dâhil olmaları beklenmektedir. Böylece, yerli üretici ve girişimci firmalar arasında yaşanan rekabet savaşına çok uluslu firmaların da katılımları dünya standartlarına uygun bilgi, ürün, hizmet sağlanmasına aracı olmaktadır (www.ekodialog.com, 2015).

1.1.6 Küreselleşmenin Zararları

Günümüzde nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi ve işletmelerde tutulmasının stratejik önemi daha çok dikkat çekmektedir. Uluslararası firmalar arasındaki

yetişmiş yönetim takımı üyelerinin (CEO, CFO vb.) transfer ücretleriyle sürekli yer değiştiriyor olması hatta ölkeler arasında beyin göçünün gerçekleşmesine kadar ulaşmıştır. Küreselleşmenin tüm dünyayı etkisi altına alan özellikleri bazı risklerin ortaya çıkmasına neden olmakta ve kazananlar kadar kaybedenlerin de olması insanların güvenini sarsmaktadır.

Küreselleşmenin zararları konusunda geliştirilen ve ikinci bir tezden de söz edildiği görölmektedir (Çeken ve diğ., 2008: 81-82):

“2. Tez; küreselleşme emperyalizmin, neo-liberalizmin 21. yüzyıl başındaki adıdır”. Bu görüşü savunanların ortak fikirlerine göre küreselleşme ekonomi, siyaset ve uluslararası düzen açısından birçok sakıncayı da beraberinde getirmektedir.

a) Ekonomik açıdan: Küreselleşme, kapitalist ölkelerin, emperyalist arzuları neticesinde pazar paylarını artırmak çabalarıdır. Böyle bir durumda, dünya genelinde gelir dağılımı adaleti bozulacağından yoksulluk artacaktır. Duyarsızlaşan kapitalist aktörler çevrenin kirlenmesine neden olan birçok problemi ortaya çıkartmaktadır.

b) Siyasal açıdan: Küreselleşmeyle birlikte, egemen güçler demokrasiyi diğer ölkelerin iç işlerine müdahale etmek ve bu ölkeleri zayıflatmak amaçlarıyla kendi çıkarları için kullanmaktadırlar. Gelişmiş ölkeler daha az gelişmiş ölkelerin önemli konularda alacakları kararları ulusal ve uluslararası arenada engelleyerek ölkelerin bağımsızlıklarını bozmaktadırlar.

c) Uluslararası Düzen Açısından: Küreselleşmenin “Yeni Dünya Düzeni”, sloganı arka planında düzensizliği başlatmak asıl amaç olarak görölmektedir. Ölkelerarası anlaşmazlıkların artması, dünya genelinde terörün etkisini artırması ve beraberinde daha yoksul, aç ve sefalet içerisindeki insanların ticaretinin yapılması bu konudaki somut örnekleridir.

Küreselleşmeyle birlikte, bir ölkenin savaş ile işgal edilmesine gerek kalmadan, toplum mühendisliğinin tüm araç gereçleriyle kişilerin manipüle edilerek beyinlerinin yıkanması ve ulusal çıkarların yok edildiği görölmeye başlandıktan çıkmıştır. Gelişimini tamamlamamış toplumları etkileyen en önemli unsurlar fizikî koşullar ile ilgili değil, sosyal sermaye açısından da dikkate değer konulardandır.

Küreselleşmeyle birlikte, gelişmekte olan ölkelerin beyin gücünün gelişmiş ölkelerde eğitim ve işi hayatını sürdürme çabaları nedeniyle beyin göçüne konu olan insan miktarı artmaktadır. İnsan kaynaklarının nitelik olarak gelişmişliği insanların sosyal gelişmişliğinin de belirgin bir göstergesidir (Erkal, 2000: 119).

1.2 Kültürel Uyum

Antropolog Edward B. Taylor (1871) kültürü "insanın bir toplumun üyesi olarak kazanmış olduğu bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek, yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bütün olduğunu" belirterek geniş bir tanım sunmuştur. Dolayısıyla küreselleşme kapsamında kültürel uyumdan söz edildiğinde kültürlerarası ilişkilerin varlığından söz edilmektedir. Kişiler, gruplar, örgütler ve toplumlar arasında yaşanan ilişkilerin zorladığı kültürel değişimin devamında kültürel uyum ortaya çıkmaktadır.

1.2.1 Küreselleşmenin Kültürel Uyuma Etkisi

Sosyal bilimler içeriğindeki tarih, antropoloji, felsefe, sosyoloji ve psikoloji gibi disiplinler sayesinde insanoğlunun nereden, nasıl geldiği ve nereye gittiğinin cevabı tarih boyunca araştırılmıştır. İnsanlar ile birlikte toplumların da bu kapsamda bazı gelişim süreçlerinden geçmesi ve birbirlerine benzemeleri de bu disiplinlerin cevap aradığı konulardandır (Kara, 2015). Tarihin her döneminde, değişimin ve etkileşimin bilincine varmış: “değişmeyen tek şey değişimin kendisidir, aynı ırmağa iki defa girilmez” diyen Yunan filozofu Herakleitos (M.Ö 535-475); “her nefeste dünya yenilenir” diyen Mevlâna (1207-1273); “değişim, değişmeyen tek şeydir” diyen Arthur Schopenhauer (1788-1860); “nehir akışında nasıl bir süreklilik varsa milletlerin hayatında da vardır” diyen A. Hamdi Tanpınar (1901-1962) ve “değişimin yönetimi” konusunda çalışmaları bulunan Peter Drucker gibi ünlü düşünürler bulunmaktadır. Ancak, burada unutulmaması gereken önemli konulardan birisi de değişim ve gelişim önemli olması kadar toplumların bazı değerlerinin de sürdürülmesinin o derece de önemli olmasıdır (Kaplan, 1976).

Küreselleşmenin bazı kültürel sonuçlarıyla ilgili kavramlar bulunmaktadır. Bunlar “homojenleşme”, “kutuplaşma” ve “hibritleşme (melezleşme)” şeklinde üç başlık altında incelenebilir (Holton, 2013). Batı ya da Amerikan kültürünün etkisiyle dünya kültürünün benzeşmesi veya standartlaşması “Kültürel Homojenleşme” tezi etrafında toplanmaktadır. Bazı noktalarda ise, “kültürel kutuplaşma” ile sınırlı olmayan küresel bağlılık veya bağımlı olmak daima kültürel benzeşme veya uyum anlamında değerlendirilemez (Huntington, 2011). İnsan doğasında özgün kavram kültür her zaman ekonomi, teknoloji ve örgütlerden daha zor standartlaştırılmaktadır.

Aslında daha yaygın görülen formu olan “Kültürel Hibritleşme” ise farklı kültürlerin birlerinden alışveriş içerisinde olduğu ve birleştiklerini öne sürerek “melez” veya “senkretik” formlar oluşturduğu ileri sürülmektedir (Curtin, 1984).

Küreselleşme, teknoloji, internet ve medya kökenli görsel kaynakların kültürel homojenleşmeyi belirginleştirdiği öne sürülmektedir. Bunlar içerisinde yaygın tüketim kültürünün yönlendirdiği gibi sadece ihtiyacı karşılamak değil zoraki bir yaptırım gücüne teslim olmak şeklinde gelişmektedir (Aktı, 2008: 64).

Küreselleşmenin etkisiyle kültürlere yansıyan değişimin, devlet yönetimi ve daha özde din ve etik ile ilgili otoritelerin tüm coğrafyalarda birbirine denk gelen ve birbirleriyle çatışmaya giren kimlikler üzerinde etkilerini tüketmektedir. Birleşik kimliklerin sosyal ve kültürel yapıları kendi içlerinde var olan dinamik yapılarını zorladığı görülmektedir. Onlar geçmişi bir belirlilik alanı olarak geleceğe hazırlamak adına yeniden inşa edilmesini sağlamıştır (Halis, 2015).

Küresel çok uluslu medya imparatorlukları ellerindeki ileri teknoloji ürünü internet, basın ve TV gibi iletişim kanalları ile toplumların kültürlerini şekillendirmekte ve kalıcılığını sağlamaktadırlar. Medya imparatorluklarının, toplumun kültürel algılarını değiştirmek veya yönlendirmek amacıyla sergiledikleri film, dizi film şovlar, olaylar, haberler ve reklâmları TV, basın ve internet iletişim kanallarında kullanılmaktadır. İnsanlar kimlikleri üzerindeki bu tür kültürel baskılar nedeniyle beğenilerini, isteklerini ve tercihlerini oldukça fazla değiştirmektedir (Steger, 2006). Daha çok görsellik taşıyan TV programlarının dedikodu dolu magazin piyasalarını oluşturmaları izleyicilerin ünlü kişilerin yaşamları hakkında anlamlı olmayan detayları sunmaktadır. Çokuluslu firmaların popüler kültüre katkı sağlayan ürünleriyle ilişkili Amerikan kültürüne hizmet eden reklam filmleri (pizza-ninja kaplumbağalar, kovboylar_marlbora; fastfoot ve coca-cola içen mutlu insanlar vb.) beklentileri aşılanmaktadır. Kültür ürünlerinin etkileri üzerine ABD’de yapılmış araştırmalarda 2-12 yaşlarındaki çocukların bir yılda izledikleri yirmi bin reklam filmiyle 2 yaşından itibaren marka bağımlılığının gelişmeye başladığı görülmüştür (Çapcıoğlu, 2008).

1960 ile 1980 yılları arasında çağdaşlaşma kuramlarını hedef alan kültürel emperyalizm, II. Dünya savaşı öncesi ekonomi, siyaset ve kültür değerleri kapsamında toplumları denetleyen kalkınmış ülkelerle, gelişmemiş ülkeler arasında gelişen bağıllığı incelemektedir (Sungur, 2008). Batı ve ABD değerlerinin

etkinliğiyle uluslararası alanları kapsamış kapitalist anlayış nedeniyle hukuksal içeriğin evrensel boyutlara taşınması, ulusal devletlerin klasik şekilde analize zorlanması, çok kültürlü, şeffaflığın kişi ile toplumun yaşamını kuşatması, gizliliğin azalması ve etkileşim modelin küreselleşme tanımları içerisinde öne çıkan olgular arasındadır (Gürsoy, 2007). Yine bu modelde, Disney çizgi filmleri gibi, ABD kökenli iletişim eğlence ve medyatik ürünlerin ihraç edilme arzusuna ilgi gösterilerek evrensel kültür tercihlerinin ve sistemlerin kültürel farklılıkları aşındırdığı vurgulanmaktadır (Çapcıoğlu, 2008).

Kültürel emperyalizmin etkilerinin en kolay ve süratli görüldüğü yazılı ve sözlü medya özellikle internet ortamları, gençlerin kültürel ve sosyal yaşantılarında çok yönlü bir değişim süreci başlatmaktadır. Özellikle genç nesillerde, din, ideoloji ve siyasi bakış açısına göre şekillenen kültürel değerler, sosyal tutum ve davranışlarda Batı ve Doğu kültür kalıplarına uyumlandırma ve ilişkilendirilmeleri yolunda zorlandıklarından söz edilmektedir. Dolayısıyla, gençler kimlikleriyle ilişkili oluşturan kültürel ve sosyal gelişimlerini tamamlamaları esnasında, egemen kültür ile yerel kültür çekişmesinin arasında kalmaktadırlar. Kùltürler arasındaki üstünlük sağlama çekişmeleri nedeniyle sürekli baskı altında kalan gençlerin yaşantılarını sürdürme çabaları nedeniyle, dini kuralları devlet yönetiminin içine sokan veya aşırı milliyetçilik akımlarını benimseyen yapılanmalara yakalanmaları eğitim durumlarına göre yön değiştirebilmektedir (Bedirhan, 2009).

İşsizliğe, ayrımcılığa karşı ve kültürlerine uyumsuz yaşam stilleri gençlerde huzursuzluğa neden olmaktadır (Perşembe, 2006). Toplumsallaşma konusunda söz sahibi olunmadan ve çoğunluğa saygı gösterilmeden uyumun sağlanması beklenmemektedir (Bedirhan,2009). Bu nedenle, gençlerin topluma dâhil olma çabalarında, okul hayatının ve aile hayatının ayrı ayrı etkileri bulunmaktadır. Başka bir deyişle, toplumsal gelişim sürecinde, gençlerin ait oldukları toplumsal değerlere, normlara, öğrendikleri yaşam teknikler ile aileden gelen değer yargıları arasında sorunlar görülmektedir.

1960'lı yıllarda Avrupa'ya göç eden, eğitim donanımları düşük ve gelenekselliğe güçlü bağlılıkları olan Türk göçmenlerin, yerleştikleri ÷lkelerin hayatına uyum sağlamada genellikle zorluk yaşadıkları kabul edilmiştir (Türkdoğan, 1977). Bu dönemlerde gelişen "paralel toplumlar" "çok kültürlü" veya "çoğulcu toplum" kavramları, aynı coğrafyada olmalarına rağmen aralarındaki çizginin çok

belirgin olduğu farklı sosyo-kültürel yaşam şekillerine sahip ve tecrit edilmiş etnik homojen grupları ifade etmektedir. Bunun en iyi örneği; 2004'te Hollanda'da gazeteci Theo Van Gogh'un öldürülmesi sonrası 15 günde 80 cami ve Kuran kursunun kundaklanması bu kavramın kırılğanlığını ispatlamıştır (Koçdemir, 2006).

Amerikalı toplum kuramcısı Ritzer (2016) "Toplumun McDonaldlaştırılması" adlı kitabında, çağdaş toplum yaşamının değışen karakteri üzerine yaptığı bir incelemede Ray Kroc'un hazır yemek sektöründe hizmet vermek amacıyla kurduğu McDonald's fast-food restoranlarındaki uygulama, tarz ve stillerden yola çıkarak küreselleşmenin geldiği noktayı açıklamaya çalışmıştır. McDonaldlaştırılma birçok girişime, yaşam tarzına ve dünyanın kayda değeri büyük bir bölümüne tesir etmiş toplumsal, ekonomik ve kültürel bir sistemin işleyiş mantığının sosyo-kültürel süreçlerini ifade etmek için kullanılmıştır. Bu düşünce yapısının ilkeleri "etkinlik", "hesaplanabilirlik", "tahmin edilebilirlik" ve "denetim" olarak özetlenebilir (Çapcıoğlu, 2008). Bununla birlikte McDonaldlaşma, uzun vadede yaratıcılığı durduran ve ikili ilişkileri insani olmaktan çıkartan rutin standartların kabul ettirilmesidir (Steger, 2006).

Küreselleşmeyle birlikte yaşanan hızlı değışimin etkisinde kalan kültürlerin, zorunlu olarak yaşadıkları kültürel yozlaşma, sosyal çatışmalar vb. sıkıntıların yaşanması, toplumun değeri yargılarının değışmesi, toplumun ve ailelerin parçalanmalarını da beraberinde getirmektedir (Kösoğlu, 1996).

Girişimciliğin oluşumu ve gelişimine uygun ortam hazırlayan kültürel boyut (Stone, 2005) birinci aşama girişimciliğin de etkilenmesini etkilemektedir (Zhao ve diğ., 2010). Böylece, girişimciliğin önünü açan kültürel boyut girişimciliği tetikleyen güdüleri de bünyesine almıştır. Demokratik kültürler, yeniliklerin denenmesi ve teşebbüs edilmesi yönünde kişileri teşvik eder. Sonuçta, eşitlikçi ve demokratik özellikleri yerleşmiş toplumlarda girişimci kişilik daha çok yaratıcılığın gösterecektir (Morrison, 2000).

Girişimciliği destekleyen yapıcı kültürleri benimseyen kişi, grup, yapı ve örgütlerde üç boyutla karşılaşılmaktadır. Bu boyutlar; (1) sorumluluk (2) risk alma ve (3) performans olarak belirlenmektedir (Johnson, 1990).

Yaşadığı kültür ortamında, parayı kazanma, işini kurma, fırsat yakalama ve başarılı olma vb. arzu ve isteklerinin olması da girişimcilikle ilişkilendirilmektedir. Girişimcilik güdüsünün oluşması ve girişimciliğın yaygınlaşmasında, değışimci ve

yenilikçi davranan girişimci kişilerin yeniyi ve farklıyı arama çabalarına anlayışlı davranan grup ve örgütler girişimci kişilik oluşumunu artırmaktadır. Bu unsurlar, kişi ile çevresinin girişimci özellikleri gereğince sosyalleşme ortamını sağlamaktadır (Kağıtçıbaşı, 2000).

Diğer yandan küreselleşme süreciyle birlikte tüketim davranışlarının ekonomik yönü dışında, yeri, zamanı ve şekliyle ilgili merak konularının araştırmacıların dikkatini çekiyor olması, tüketimin sosyo-kültürel yapılar üzerine de etkilerinin önemini artırmaktadır. Bu doğrultuda tüketim olgusu, toplumu, kültürünü ve politik yapıyı da etkileyecek işlevlere sahip olmuştur (Aksoy, 2012). Geline bu noktada, tüketim davranışları ve alışkanlıkları insanların kimliği hakkında bilgi vermektedir. Yenedünya düzeni kapsamında sınırsız kârın en üst seviyeye çıkartılmasının zorlanması amacıyla bir takım kamusal görevlerin özel sektöre devredilerek, işgücünün kuralılaştırılması ve yoksulluğun önlenememesi, gelir adaletsizliği ve sosyal krizi büyültmektedir.

Kültürlerarası iletişim kavramı ilk defa Edward T. Hall'ın The Silent Language (1959) eserinde kullanılmıştır (Aksoy, 2012). Kültürel uyumun gerçekleşmesinde önemli etkileri olan kültürlerarası iletişim sayesinde birbirinden ayrı kültürlere dâhil insanların birbirleriyle etkileşimi ve bilgi değiş tokuşları, yabancı olanın algılanışı, tanımlanması ve kültür farklılıkları gibi konuları inceleyen disiplinler arası bir bilim dalıdır. Kültürlerarası iletişimin bilimsel altyapısı, Ruth Benedict (1887-1948)'in II. Dünya Savaşı sonrası Amerikan fikirlerinin Japonlara nasıl anlatılacağı veya onların nasıl anlayacağını tespit etmek amacıyla yürütülen antropolojik çalışmalarla geliştirilmiştir.

Kalvero Oberg (1960) tarafından ilk kez tanımlanan “kültür şoku” kavramı kendi kültürü dışında tanımadığı bir kültür içerisinde neyi, nasıl yapacağını bilememe şeklinde kendisini gösteren sıkıntı, gerginlik ve kaygı dolu ruh hali olarak tanımlanmıştır (Aksoy, 2012).

Kültürel ilişkilerde, tüm insanlığı ilgilendiren ulusal ve toplumsal değerlerdeki değişim ve dönüşümler insanlar ve toplumlar için önemli sonuçlar oluşturmakta ve dünya çapında zihniyet değişikliğine zorlanmakta oldukları görülmektedir (Cairncross,1997). Ekonomik, siyasal ve kültürel anlamda yoğun yaşanan ve kişilerde bir takım bilinç bulanıklığı yaratan bu değişimlerin tüm dünyada

karşılaşılan etkileri genel olarak küreselleşme süreçleri olarak tanımlanmaktadır (Baykal ve diğ., 2005).

Küreselleşme, bir ulus devletin veya bir bölgenin sınırları içerisinde oluşmuş “toplum” düşüncesinden farklı olarak, toplumlardaki yaşamın zamanla ve bulunduğu yerle yoğunlaşarak düzenlenebildiği farklı bir algı ve bakış açısını kapsamaktadır (Giddens, 1998). Bu bakış açısıyla küreselleşmede nihai nokta zaman ve yer sıkışmasıdır. Bu anlamda, küreselleşmenin hızındaki artışla dünyayı küçültmüştür. Mesafeler kıaldıkça ve bilgiye ulaşma hızı arttıkça küreselleşenin etkileri daha da belirginleşmektedir (Harvey,1999).

Küreselleşmeden kaynaklı değişimin etkisiyle yenilenen ekonomik, evrensel ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayamayan toplumlar benliklerini ve kültürlerini yitirmemekte ve egemen kültüre esir olmaktadır. Bu nedenle, küreselleşmenin baskısını hisseden toplumların bireysel anlamda kişiliklerini kaybettikleri söylenebilir (www.tasam.org,2006).

Sonuçta, küreselleşmeye karşı durma olasılığının zorlaştığı günümüz dünyasındaki değişime direnen devletlerin iç dinamikleri uyarınca göstereceği tepkinin temelinde, öz değer yargılarını korumak uğruna yeniliklere karşı çıkmak, kişisel bağımsızlığını güvence altında tutma, toplumsal etkileşimi artırarak siyasi bütünlüğü ve güçlü kültür farklılığını korunması çabaları da artmaktadır (/www.tasam.org, 2006).

Küreselleşme ve ekonomik savaş beraberinde yabancılaşmayı getirmiştir. Kültürel ve kişisel yabancılaşma sosyal bilimciler tarafından kategorilere ayrılmıştır. Bunlar (Tolan, 1980);

- a) Güçsüzlük : Üretim süreci üzerindeki kontrolü kaybetmesidir.
- b) Anlamsızlık : Doğru ile yanlışın, güzel ile çirkinin belirsizleşmesidir.
- c) İlkesizlik :Topluma uymayan davranışların benimsenmesidir.
- d) Tecrit edilme : Aydın kültürün halk ile uyumsuzluğudur.
- e) Yabancılaşma : Kişinin beklentileri ve kendinden uzaklaşmasıdır.

Küreselleşme ile birlikte, birçok otoritenin ortak inancı büyük bir köye dönüşen dünyanın yeni dinamiklere sahip olduğudur (Acar, 2002). Dünyanın bu süreçte yaşadığı ve benzeri hiçbir dönemde görülmemiş etkinlikteki köklü ekonomik, siyasi ve toplumsal değişimler etkilerini durmaksızın sürdürmektedir. Günümüz teknolojileriyle birlikte yeni yaşam stilleri ve kültürler geliştirmekte ve bu toplumsal

yapılar da bu gelişmelere bilginin paylaşımındaki hız ile birlikte çok daha fazla süratle yetiştirilmektedir (Çapcıoğlu, 2008).

Kültürel boyutta yaşanan hızlı değişimin toplumsal anlamda yaşanan birçok faydasına karşın, kişisel anlamda birçok zararının olduğuna ilişkin durumlar söz konusudur. Kendi içsel kültürünü ve kişilik özelliklerini sağlam zeminlerde sağlıklı yapılarla destekleyemeyen kişilerin bu değişimin hızlı dönen çarklarına uyum sağlayamaması oldukça sık görülmektedir. Farklı kültürler arasında kendine güvenin dışında cinsiyet, karakter ve disiplin gibi bir takım rol ve inançların birbirleriyle çatışmaya başlamasıyla çocuklarda ve gençlerde uyum sorunları yaşanabilir. Böylece, çok kültürlü yetişmiş çocukların, farklı kültürlerde yetişenlerle iletişim kurmaları zor olabilir (Bedirhan, 2009). Kültürel farklılıklara sahip toplumlar arasında, ortak yaşam kültürüyle ilgili zenginleştirici ortamlar doğabilir. Bununla birlikte, yaşam tecrübesinin gereği, taraflar arasında ön yargı olmadan istekli ve karşılıklı öz değerlere saygılı olmayı gerektirir (Gökçe, 2006).

1.2.2 Popüler ve Sosyal Kültür

Tarihte ortaya çıkan birbirinden farklı kültürlerin farklı ürünleri çeşitli biçim ve ortamlarda varlıklarını korumuştur. Ancak kültürel ürünlerin uluslararası şirketler tarafından dünya çapında büyük boyutlarda üretilmesi ve pazarlanması ile ilgili çabaların varlığı günümüzde daha çok göze çarpmaktadır (Çelik, 2004).

Türk Dil Kurumu'nun "belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü" olarak tanımladığı popüler kültür kavramı sembolleştirilmiş formları dünyayı anlamlandırmada kullanılmış pratiklerin genel adı olarak ele alınmaktadır (Akçok, 2015). Özellikle, XX. Yüzyıl ile birlikte etkileri daha çok görülen ve toplumun çağdaşlaşma yolunda yaşadığı yan etkiler içerisinde değerlendirilebilecek bir olgudur. .

Küresel ya da yerel düzeyde gelişen popüler kültüre ilişkin belirteçler eşliğinde yer kürede var olan tüm kimlikler birbirleriyle yer değiştirmektedir (Işık, 2001). Ayrıca egemen veya marjinal kültürün sıra dışı ürünleri basılı ve sözlü medyanın körüklemesiyle sık değişerek tüketim toplumunu tetiklenmesini ve günlük yaşam formlarının oluşturulmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda, farklı yerlerde aynı diziye bağımlı hayran kitlelerinin oluşturulması gibi, dünya toplumunu belirli konularda

aynı tepkiyi verecek şekilde melezleşmeye yönlendirecek ortak kültüre yönlendirmesi de ortaya çıkmaktadır.

Tüketim hevesinin öncelikle ekonomik bir arka planı oluşmuş, liberalizmin gelişimiyle yayılıp zamanla toplumda statü göstergesi olmuş ve ihtiyaçları karşılama dışında zorunlu yaptırım çabasına dönüşmüştür. Popüler kültür, klasik beğenin dışına çıkarak kültürel farklılıkları ortaya çıkartmış ve farklı kültürel ürünleri birbiriyle kıyaslayarak birbirleriyle uyum sağlamalarını sağlayacak ortam kurmaya çabalamıştır. Böylece popüler kültür, küreselleşmenin örüntüleri aracılığıyla edindiği bu karakteristiğin, her türlü kültür ortamındaki değişimlerden bağımsız düşünülmesi söz konusu görülmemektedir (Çapcıoğlu, 2008).

Sosyal yaşamı etkileyen popüler kültür unsurları, öncelikle kişilerin beraberinde grup ve toplumları peşinde koşturma ve herkesi birbirine benzetebilme konusunda son derece güçlü durumdadır. Popüler kültürün bir parçası olan ve halkça tutulmuş film, şarkı ve yapımlarla verilen imaj ve mesajlar, sadece istenilen dönemde tüketim toplumlarına hızlı bir şekilde sunulur ve yok olur (Akçok, 2015).

1.2.3 Kültürel Sinerji

Birlikte çalışmak anlamında kullanılan Fransızca kökenli sinerji “synergie” kelimesi, (Harris, 2004) “birden fazla sistem ya da şirketin bir araya gelerek çalışmaları sonucunda bireysel olarak elde edebileceklerinin ötesinde enerji, güç ve başarı elde etmeleri” şeklinde tanımlamaktadır (Williams, 2000). Daha çok doğa bilimcilerin kullandığı kavram, sosyal bilimlerde “birbirinden ayrı bağımsız varlıkların, eş zamanlı faaliyetlerle bir araya gelerek bireysel etkilerinin toplamından daha büyük bir etki oluşturması” olarak kabul edilmektedir. Ayrıca sinerji “bütünün, parçalarının bir araya gelerek tek başlarına ortaya çıkaracağı etkiden daha fazla bir etki ortaya çıkarması” olarak değerlendirmektedir (Ansoff, 1965: 80).

Kültürel sinerji birden fazla kültüre sahip ortamlarda bulunan işgörenlerin birbiriyle iletişim kurduklarında gelişen bir kavram olarak örgütsel faaliyetleri, sistemleri ve süreçleri etkileme özelliğine sahiptir (Kilmann, 1984: 33).

Sinerji kültürler arası etkileşim açısından ele alındığında, tek bir kültüre bağlı başarı yerine birden daha fazla kültüre bağlı olarak daha çok başarıya ulaşılabileceğine, işgörenler ve müşterilerin kültür boyutlarını önemseyen örgütsel

yapıları içermektedir. Kültürel sinerjinin ele alınmasında dikkat çeken özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Harris, 1987: 91-92):

1. Dinamiktir,
2. Karşıt görüşleri içerir,
3. Duyarlı ve empati odaklıdır,
4. Diğerlerini önemser,
5. Öğrenme ve uyumu kapsar,
6. Ortak hareket ve çalışma odaklıdır,
7. Birleştirici ve çözüm odaklıdır,
8. Kaybolmayan bir etkisi vardır,
9. Amaç birliği oluşturur.

Sinerji yaratılması amacıyla gerçekleşmesi gereken şartlar (Harris, 1981: 25);

1. Bütün, parçaların bir araya gelmesiyle oluşmaktadır,
2. Sinerjiyi parçalar değil bütünler sağlamaktadır,
3. Amaçların birbirini desteklemesi beklenmektedir,
4. Faktörlerin çeşitlendirilmesi sinerjiyi oluşturacaktır,
5. Farklı çözüm ve yaklaşımlar kabullenilmelidir,
6. En iyinin tanımlamasında farklı yaklaşımlar benimsenmelidir.

Moran ve Harris (1981) “Kültürel sinerji yönetimi” isimli kitaplarında vurguladıkları gibi “Dünya halkları arasındaki farklılıklar karşılıklı olarak büyüme ve başarıyı getirmektedir. Her bir kültürün kültürler arası etkileşimde yalnız başına sağlayabileceği faydadan çok daha fazla faydaya sahip olması mümkündür. Bu nedenle, işbirliği yaparak daha büyük şeyler üretmek için kendi kültürümüzün farkında olmanın daha da ötesine giderek, farklı kültürleri de dikkate almalıyız”. Benzerliklere dayalı olarak inşa edilmiş “kültürel sinerji” farklılıklar arasında kaynaştırma sağlayarak verimli etkinlikler ve yapılar yaratır. Kişiler arası farklılıklar birlikte davranılarak sorun çözerken olumlu biçimde kullanılabilir (Moran, 1981: 3).

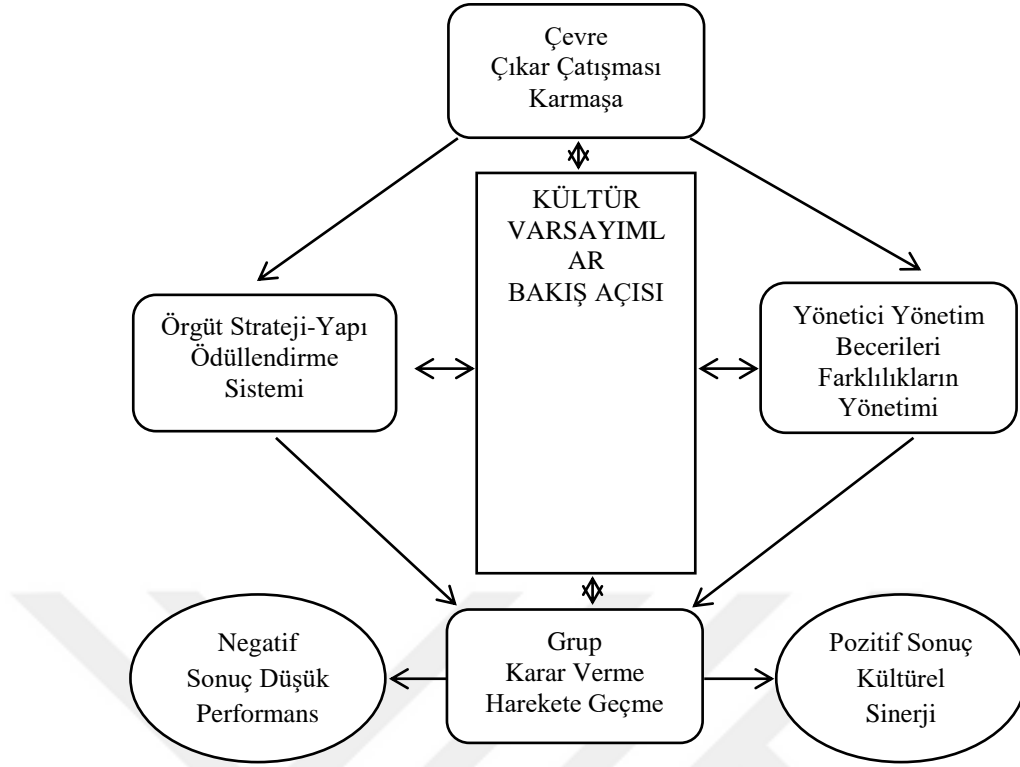
Uluslararası pazarlarda yoğun bir şekilde varlıklarını sürdüren işletmelerin başarımları ciddi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalarda başarımları etkileyen asıl sorunun kültürler arası farklılıklardan kaynaklandığı belirlenmiştir (Tatoğlu,2000: 157). Uluslararası şirketlerin küresel ekonomilerde, rekabet edebilme becerilerinin en önemli unsuru “kültürel farklılıkların yönetilmesi” olarak görülmektedir (Bird ve diğ.,1998: 159).

Borham ve Wills (1992) tarafından yapılan araştırmada, farklı kùltürlerin yönetimindeki başarının sırrı şu şekilde özetlemektedir:

1. Bilinçli strateji geliştirme,
2. Hızlı adaptasyon yeteneği,
3. Farklı kùltürlere hassasiyet,
4. Çok kùltürlülüđe uyum yeteneği,
5. Birden fazla dil yeteneği,
6. Farklı pazarları anlayabilme,
7. Farklılıkları yönetme gayreti.

Başarılı yöneticiler, küresel anlamda ulusal pazarlardaki farklılıkları doğru algılayıp onları kullanarak yerel pazarlara uyum sağlayarak yeni davranışlar geliştirmektedir (Ehtiyar, 2003: 68). Bunun dışında, kùltürel farklılıklar doğru algılanmadığında, kişiler kùltürlerini ve deneyimlerini diğer kùltürlere yansıtmaya ve baskın kılmaya çalışmaktadır. Bu anlamdaki dar görüşlü bir bakış açısı, kişinin kendi kùltüründen farklı kùltürlerin tüm simgeleri ve değerlerini dışlamaktadır. Böylece sağlıksız kişilik örneklere çoğalmakta ve bu zararlı yaklaşımlar insan ilişkilerinde etkileşimin kopmasına neden olmaktadır. Çok kùltürlü olma, farklı kùltürel ortamları algılayabilme günümüzde kazanılması gereken en önemli özelliklerden birisi olarak görölmektedir. Kişilerin tutum, tavır ve davranışlarına yönelik kùltürel yönlendirmeler gözlemlendiğinde, kùltürel anlamda farklı değerlerde meydana gelen küçük değişikliklerin bile hiç de küçük olmayan yansımalarının olduğu görölmektedir (Sargut,1994: 9).

Örgütlerin tüm kùltürel süreçlerini etkisi altına alacak niteliğe kavuşmuş olan farklı kùltürlerin yaratacağı sinerjinin yönetimiyle ilgilenen “kùltürel sinerji yönetimi” şekil 1.2’de görölmektedir. Örgüte ilişkin tüm “iş ortamı, yönetici, işgörenler ve gruplar” kavramlarda kùltürel anlamda ya da doğrudan etkileşim neticesinde gerçekteşen sinerji olumlu çıktılarına neden olabilmektedir.



Şekil 1.2: Kültürel Sinerjinin Etki Alanı ve Olası Sonuçları (Kilmann, R. H. (1984). Beyond the quick: Managing five tracks to organizational success, First Edition, San Francisco: Josey Bass Publishers, California, p. 33).

Örgütlerde süreçlerin etkilenmesi gücüne erişmiş farklı kültürlerin kabul gördüğü iş yerlerinde kültürel sinerji oluşumunun işletmelere sağlayacağı rekabet üstünlüğünü hedefleyen “kültürel sinerji yönetimi”, işgörenlerin katılımıyla gelişen beraberlik gücüne odaklı bir yönetim aracıdır. Genel anlamda “bütünün, parçaların birleşiminden daha fazlası” olduğunu öne çıkartan sinerjiden kültür ve yönetim açısından yararlanan örgütlerin uyguladıkları “kültürel sinerji yönetimi”nin benimsenmesinde birçok neden bulunmaktadır. Genellikle, çokuluslu işletmelerin en önemli adaptasyon konularından birisi olan “kültürel sinerji yönetimi”; farklı kültürlerin etkileşimi ve beraberinde yönetimi, teknolojideki ve çevredeki değişim ve ilerlemeye uyum sağlayacak işgücü yapısını kurabilme ve ülkelerarası birleşmeler ve çok kültürlü çevreyi algılayıp yönetme gibi farklı nedenlerden dolayı kabul görmektedir (Kilmann, 1984; Ouellet, Facal ve Hébert, 2015).

Günümüzde yapılan araştırmalarda, Türkiye’de kültür kavramının tüm boyutlarıyla girişimciliği desteklemesi açısından gelişmiş ülkelere çok da farklı sonuçlar göstermediği belirlenmiştir. Ernst ve Young danışmalık firmasınınca gelişmiş G20 ülkelerinde yapılan bir araştırmada “sahip olunan kültürün girişimciliği

özendirip özendirmediği” sorulmuşların %76 oranındaki katılımcının “kültürün girişimciliği özendirdiği” yönünde görüş bildirdiği görülmüştür. Bu oranın Hindistan’da %98. Çin’de %92. Kanada’da %88. ABD’de %88. Suudi Arabistan %86 ve Türkiye’de %82’dir.

1.2.4 Küresel Yozlaşma

Küreselleşen dünyada bireysel ve toplumsal yozlaşmaya sebep olan önemli faktörler söz konusudur. Bu yozlaşmaya sebep olan faktörleri temel başlıklar atında sıralayacak olursak, Küresel sermaye, kitle iletişim araçları, ekonomik politikalar, Eğitim politikaları, Kültür politikaları, Siyasi rejimlerdir. Küresel yozlaşma beraberinde kişi ve çevresi açısından birçok riski beraberinde getirmektedir? Bu riskler?

Kitle iletişim araçları: Teknolojideki ilerlemelerle birlikte ortaya çıkan yeni buluşların ve iletişim araçlarının insanlar arası ilişkilerin temelini sarsan, yeni bir bakış açısı, yaşam felsefesi, algı, inanç ve değerler bütününlü yönlendiren toplum kültürünü geliştirmiştir. Batı kaynaklı yaşam felsefesinin etkisi altında şekillenen bu kitlesel kültür, ulusal kültürleri etkisi altına almaktadır (Doğan, 1989: 26).

Ekonomik Politikalar: Toplumun sosyal bünyesine uyum sağlamayan ekonomi politikaları, sadece ekonomi kökenli sorunlar değil, daha çok sosyal sorunu da beraberinde getirmektedir. Ekonomi politikalarındaki olumsuzluğun ve istenilmeyen başarısızlıkların elde edilmesi, özellikle enflasyon tarafından etkilenen sosyal yapılar gibi nitelikli sorunlar (Çavdarıcı, 2002: 31):

1. Kültürel normsuzluk,
2. Ahlâkî değer yoksunluğu,
3. Zayıf sosyal ilişkiler,
4. Güvenin yok olması,
5. Kötümserlik art ve alışması,
6. Alkol-uyuşturucu bağımlılığı,
7. Tüketimciliğin artması,
8. Sosyal sorumluluk eksikliği
9. Sınırlı girişimcilik,
10. Tahammülsüzlük ve saldırganlıkta artış,
11. Artan işsizlik,

12. Eğitimli olanların horlanması,
13. Gelir adaletsizliği
14. Zedelenen sosyal barış,
15. Ekonominin kayıt dışına geçmesi,
16. Faiz gelirinin tercih edilmesi şeklindedir.

Kültür Politikası: Ulusların sahip oldukları kültür; ülkelerin dünya görüşü, yaşam şekli, hedefleri, değerleri ve tarihsel süreçlerine göre yenilenir, gelişir ve yok olurlar. Ulusların en önemli ortak noktası olan “ulusal kültür”, ülke değerlerinin yitirilmesi, daha da ileri seviyede büyük bir kültür buhranı içerisine düşmesiyle, ulusun ülküsünü yitirerek, bilinçsiz kalabalık durumuna düşürmesi demektir. Böylece uluslar, öz kültürlerini sahiplenmek, çağdaş düşünceyi kültürlerine adapte etmek, bilgi ve bilim doğrultusunda ulusal değerlere uygun bir kültürü geleceğe ulaştırmak için çabalayıp, yeni önlemlerin alınması beraberinde kültür içerikli politikalar hakkında yeni yönlendirmeler yapılmaktadır (Önder, 1976: 210).

Eğitim Politikası: Ulusal kültürün oluşturulması, geleceğe aktarılması amacıyla ülkelerin elindeki en önemli güç “Ulusal Eğitim Sistemi”dir. Böyle bir misyona sahip eğitimin tercih edilmesinde hem ülkenin geleceğinin emanet edileceği gençlerin bilgi ile donatılması hem de milli değerlerin yansıması olan kültürü de geleceğe taşıyarak ülke ve vatandaşlarının geleceklerinin güvence altına alınmasıyla ilgilidir. Ulusal kültürün geleceğe taşınmasında “dil, edebiyat, tarih, din, örf ve âdetler, folklor, mimarî eserler ve müzik vb.” araçlarla kazandırılmaktadır. Ülkenin her vatandaşı tarafından özümsemiş bu kültür araçlarının korunmaması sömürgeci devletlerin arzuladığı bir ortam oluşturacaktır (İşçi, 1995: 150).

Siyasi Rejim: Gelecekte de var olmayı sağlayacak donanım ve önlemlerle inşa edilen sosyal yaşam, yapı, inançlar, idealler, hedefler ve değerler bütünü “siyasî rejim” kapsamaktadır. Siyasî olarak güçlü olanlar, zorunlu önlemlerle sosyal değer, yargı ve geleneklerin değiştirilmesi girişiminde bulunarak veya iyi niyet ve yüce idealler uğruna yapsalar dahi, böyle yeniliklerin yerleşmesi ve benimsenmesi uzun yıllar alacaktır (Çavdarıcı, 2002: 34). Başka bir deyişle, toplumun tarih boyunca süregelen sosyal yaşamı ve değerler sistemine uygun olmayan siyasi rejimlerin dayatmalarla benimsetilmeye çalışılması mutlak surette geri tepmiştir. Dayatmalarla zorlanan ülkelerin bozulan ve yok olan değerler “ekonomik, dinsel, hukuksal, ahlaki, vb.” sistemi her alanda da anlaşmazlıklara neden olmaktadır (Eliot, 1987: 131).

Kişilerin ve toplumun gelişimine en uygun ortam, hürriyetçi ve demokratik rejimlerle sağlanmaktadır.

1.3 Girişim ve Girişimcilik

Ulusların refahı, modern endüstrilerin kurulmasından istihdamın sağlanmasından, işsizliğin ve yoksulluğun giderilmesinden ve onun da ötesinde milli ihtiyaçları karşılayan, mal ve hizmetleri sağlayan girişimcilerden ve onların işletmelerinden kaynaklanmaktadır. Çağdaş sanayi tesislerinin kurucusu olan girişimcilerin geride bırakılan iki yüz yıllık geçmişte ortaya koydukları tüm ilke ve değerler ekonomilerin hem bünyesinde hem de kalbinde yer alan temel unsurlar olmuşlardır (Top, 2006: 3).

Girişimcilik olgusu, temelinde bilginin hızlı ve kolay paylaşımını deva gören “bilgi çağı” ile destek bulan ve çoğunluğun kabul ettiği bir ilgi ve araştırma alanını oluşturmuştur. Girişimcilik destek görmekte, kabul görmekte, genel ve özel itibar kazanmaktadır. Girişimcilik kavram olarak uzun yıllardan bu yana tanınan bir olgudur. Ancak girişimciliğin popüler olmasının nedeni etki alanının hem gelişmiş ekonomi ve teknolojinin getirdiği değerlerin asıl kaynağı olmasından, hem de değişimin, yeniliğin gerçek özü ve temeli olmasının fark edilmesidir (Top, 2006).

Girişimcilik olgusu; yöneticilik, süreklilik, koordine, organizasyon yapımı, personel ilişkileri, kontrol, karar aşamasıyla yönetim ilminin; arz ve talep ilişkileri, pazar payı, üretim ve hizmet anlayışı olarak da ekonomi ilminin içerisinde. Yenilikçilik, yaratıcılık, özveri, duygusallık, cesaret, kendine güven ve bireyselci yönüyle de psikoloji ilminin içerisinde. Bütün bunları içinde barındıran toplumsal yapı içinde değerlendirilmesi ise sosyolojinin alanına girmektedir. Kavram sadece bir disiplin alanıyla ilgili olmamakta, ayrıca diğer disiplinlerle birlikte değerlendirildiğinde esas anlamını kazanmaktadır (Ertübey ve Özgen, 1992: 22-27).

Girişimcilik kavramı, İngilizce “deenter” (giriş), pre “ilk”, entrepreneur “ilk başlayan” anlamına gelmektedir. Arapça müteşebbis, “şe-bi-se” kökünden geliştirilen teşebbüse vezninden elde edilmiştir. Teşebbüs “bir şeye sıkıca yapışmak” demektir. Türkçe de “gir” kökünden, “girmek” fiiline dönüştürülmüş, daha sonra da geliştirilerek “gir-iş-me” fiiline dönüşmüştür. Fransızca da ise, entre “girmek” kökünden, entree “giriş” ve geliştirilerek enterprenent “girişimci, atılğan” anlamına gelmiştir (ESİAD).

Oxford İngiliz sözlüğü girişimci kelimesini Fransızca olarak *entreprendre* olarak kullanmıştır. Latince *intrare* “yoluyla içinden geçerek” anlamına gelir. Almanca’da “*unternehmen*” sözcüklerinden türetilen bir fiili ifade eder. Başka ulusların kullanmakta olduğu girişimle ilgili olan tanımlara bakıldığında, ortak olan yönleri; herkesin göremediği fırsatların değerlendirilmesi, risk içerisinde fırsatların işe dönüştürülme cesaretleridir (Kuvan, 2007).

Girişimcilik kavramını çeşitli bilim adamları çeşitli zamanlarda aşağıdaki tabloda bulunan tanımlarla anlatmaya çalışmışlardır.

Tablo 1.1: Girişimciliğin Tanımı (Hisrich, R. D. and Peters, Michael P. (1992). *Entrepreneurship starting, developing and managing a new enterprise*, Boston IRWIN, ss.145-170).

Dönem	Yazar	Girişimcilik Kavramı
Ortaçağ		Girişimcilik, büyük ölçekli üretimlerin gerçekleştirilmesidir.
17 yy		Girişimcilik, kamu yönetimiyle sözleşme imzalayarak kar-zarar riskinin alınmasıdır.
1725	Richard Cantillon	Girişimcilik, riskleri üstlenerek kapital sağlama sürecidir.
1797	Beaudeau	Girişimcilik, riskleri üstlenme, planlama, yönetme ve organize etme sürecidir.
1803	Jean Baptiste Say	Girişimcilik, kazançların kapital kazançlardan ayrılmasıdır.
1876	Francis Walker	Sermaye sahibi ve faiz alan kişiyle yönetsel yeteneklerini kullanan arasındaki ayrımıdır.
1934 / 1950	Joseph Schumpeter	Yeni ürün ve kaynak kullanarak teknolojiyi ve eskiyi yeni şekilde kullanarak devrim yapmaktır.
1961	David McClelland	Girişimcilik, enerjik ve risk dolu ortam içerisinde hareket etme sürecidir.
1964	Peter Drucker	Girişimcilik, fırsatları maksimize edilmesidir.
1975	Albert Shapero	İnsiyatif alınarak, sosyoekonomik mekanizmaların organize edilerek başarısızlık riskini kabullenmedir.
1980	Karl Vesper	Girişimcilik; ekonomistleri, psikologları, işadamlarını ve politikacıları içeren bir olgudur.
1983	Gifford Pinchot	Girişimcilik, yeni bir organizasyon kurmadır.
1985	Robert Hisrich	Maddi tatmin karşılığında riskleri üstlenerek, emek verip farklı mal ve hizmet yaratma sürecidir.
1995	Peter Drucker	Girişimci kaynakları yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.
1999	Jeffrey Timmons	Girişimci çağdaş davranış ve düşünceye sahip, dürüst ve samimi doğruların inşasını yapan kişidir.
2001	Philip A. Wickham	Girişimci belirli bir projeyi kendi girişimcilik anlayışı ile geliştiren kişidir.
2002	G. Brenkert	Girişimci piyasa ekonomisinin vazgeçilmez unsurudur.
2003	L. W. Busenitze	Ekonomik refahın oluşmasında başrol oynayan kişidir.

Klasik iktisat anlayışında girişimcilik, sermaye kaynağıyla iş kurabilme olarak algılanmaktaydı. Girişimci “bir karar verme mekanizması” değil, sadece sermaye

sağlayan iktisadi anlamda önemsiz bir kişi olarak nitelendirilmekteydi. Kişi veya grup, sistem içerisinde önemliydi. Arz fonksiyonuna göre bütün ekonomik faaliyetler düzenlenmekteydi. Sanayileşmeyle birlikte girişimci nitelik kazanmaya başladı. Girişimcinin nitelik kazanmasının, hem ekonomik hem de toplumsal değerini değiştirdi (Kuvan, 2007).

Girişimcilik, sadece sanayi toplumuyla gelişmeye başlamadı, bilgi toplumuna geçişle birlikte gelişimini devam ettirdi. Gelişmiş ülkelerde yapılan araştırmalara göre, girişimcilik ile bir yıllık ekonomideki büyüme oranı arasında anlamlı bir ilişkin olduğu tespit edilmiştir. Girişimciliğe küresellik bakış açısıyla bakılarak yapılacak değerlendirme sonucunda, ülke ekonomilerinin gelişmesinde en önemli faktör olduğu bulunmaktadır (Stephan ve Coulter, 2002: 144).

Girişimcilik, üretim faktörlerini bir araya getirmiş girişimcinin amaçladığı üretim eylemi kapsamında, tüm çabalarının, örgütünün ve geliştirdiği yeniliklerdir. Aslında, girişimcinin öncelikle zihninde başlayan girişimcilik, çevreyi algılayarak eksik olanı veya olmayanı var etmeye çare olacak çözümü bulmaktır. Kısaca girişimcinin özellikleri ile birlikte sezgisel anlamda başlayarak bir model, güven ve imaj oluşturup bilinçli duygusallıkla birleşmesi neticesinde sosyal bir başarı ve başarıya odaklanan davranışların biçimlendirildiği bir teknolojidir. Girişimcilik insanların beklentilerine öznel bir farklılık yaratmak amacını taşıyan girişimcileri tarif etmektedir. Aynı zamanda girişimcilik rekabetin stratejik boyutunu dikkate alarak geleceği yaratacak becerileri geliştirip, değer yaratacak fikir ve umut kaynaklarıdır (Top, 2006: 7).

Modern ekonomilerdeki büyümeyi sağlayanlar, artan bir biçimde büyük endüstri şirketleri değil daha ziyade yeni ve küçük işletmelerdir. Esasen bu ekonomik odaklanmada önemli olan yenilikçilik ve esnekliktir.

Drucker'ın bugünün girişimcilik ekonomisiyle Schumpeter'in endüstriyel kapitalist ekonomisinin karşılaştırılmasında, her iki bilim adamının da; yenilikçilik, yaratıcılık ve icatların kullanımı üzerinde durdukları saptanmıştır (Kuvan, 2007).

Ekonomik bakış açısıyla girişimcilik, tüm üretim “sermaye, hammadde, makine teçhizat, işgücü) faktörlerini araya getirerek bir katma değer yaratılmasını ifade ederken; psikoloji için bir şeyi deneyerek ortaya koymanın, başarmanın veya yaratmanın verdiği hazzı yaşayarak güdülenmek anlamındadır. İşletmeler veya sermaye sahipleri için ise rakiplerinin tehditleri ve saldırganlıklarını bertaraf etme

çabasının iç ve dış paydaşların refahı ve mutluluğu için kullanılmasını ifade edilmektedir (Hisrich and Peters,1998: 9).

İş veya girişim, girişimciden hem zihinsel, hem fiziksel, hem ruhsal, hem davranışsal ve hem de tutumsal olarak: sorumluluk, huzur, sevgi, mutluluk, inanç, saygı, güven, öz güven, azim, irade, çalışma, sebat, sabır, hırs, dürüstlük, öngörü, vizyon, hız, tempo, ilişki, iletişim, esneklik, kararlılık, akıl, algı, ahlak, kalite ve pratik zeka ister. İş mevcut ve muhtemel kaynakların (paranın, iş gücünün, bilginin, zamanın, teknolojinin vb.) işe yatırılmasını gerektirir. Bu bağlamda girişimcilik sayesinde birleşen bu iki unsur; uygulanması zahmetli, zevkli, stresli, heyecanlı, tedirgin edici fakat gelecek vaat eden bir olgudur (Top, 2006).

Girişimcinin diğer insanlardan farklı olarak yaptıklarına bakıldığında en önemli özelliğinin; sosyal statü, para vb. değerlerini tehlikeye atmaktan çekinmemesidir. Ayrıca, riski seven kişiliğiyle girişimci, yaratıcılık özelliğiyle yeni oluşturma yarışında hep öncü olmayı tercih edecektir. Girişimcilik, ekonomik, psikolojik ve sosyolojik birçok kavramı bir arada değerlendiren yapısıyla bir takım özel beceri ve çabayla yeni değer yaratma sürecinin adıdır.

Serbest piyasa veya pazar ekonomisini benimsemiş rekabetçi ülke, toplum, örgüt ve kişilerde farklı boyutları görülen girişimciliğin önemi şu şekilde sıralanabilir (Tekin, 2004: 45-53);

1. Özelleştirme, devletin zorunlu (adalet, güvenlik, sağlık, eğitim) kamu alanları dışında kalan pazarların tamamından çekilerek kolaylık, fırsat ve olanak vererek girişimcinin desteklenmesiyle başarıya ulaşacaktır.
2. Özel sektördeki istihdam miktarının artırılarak kamudaki aşırı istihdamın önüne geçilmesi amacıyla vergi ve stopajların indirilmesi ve girişimcilik iklimine bağlıdır.
3. Dünyadaki yeniliklere uyumlu teknolojik gelişmelerin ülkemizde de bulundurulması amacıyla girişimcilere gerekli ithalat ve transfer izinlerinin verilmesiyle gerçekleşebilecektir.
4. Girişimcilerin bilim ve teknolojinin bulgu ve sonuçlarını başarılı bir şekilde kullanıp uyguladıkları sürece dünya genelinde rekabet güçleri artacaktır.
5. Ülke genelindeki işsizliğin azaltılması ve istihdamın artırılmasının en etkili yolu kişilerin kendi işlerini kurmaları yani girişimciliğidir.

6. Ülke genelinde işsizlikten çok daha önemli olan sorun gelir yetersizliğidir. Gelir artışı sağlayabilmenin yolu ise daha çok gelir sağlayacak üretim tesislerinin kurulmasında girişimciliğin gelişmesi ve yaygınlaşmasıdır.

Aslında girişimcilik kavramı sanayi devriminden önce de insan hayatında farklı kavramlar altında tanımlanmaktaydı. Değişimde olsa insanoğlunun ihtiyaçları temelde aynıydı. Sanayi devrimiyle birlikte ihtiyaçların çeşitliliği ve yapısında gelişmeler meydana geldi. Tüccar ve iş adamı kavramları, girişimcilik kavramının gelişimine katkıda bulunan kavramlardır. Bu kavramlar, günümüz girişimcilik kavramına tam olarak karşılık gelmese de temel olarak “organize etme, riskli ortamlarda hızlı karar verme, fırsatları değerlendirme ve kazanç sağlama” anlamlarını taşımaktaydı. Girişimcilik ise eskiden insan ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılan temel kavramların genişletip, geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanmasıyla elde edilen bir kavramdır (Özgener, 2000).

1.3.1 Girişim

Girişim; “kâr veya başka faydalar sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek ya da fonlar sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip, devamlı nitelikte bir örgüt” şeklinde ifade edilmektedir. Girişimin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Tutar ve Küçük, 2003):

1. Kâr ve faydanın artırılması amaçlanmaktadır.
2. Girişim, bir bedelle satılan mal veya hizmetten gelir elde edilmesidir
3. Girişimde üç önemli unsur; finansman, üretim ve satıştır.
4. Girişim, sahip olduğu haklarla yükümlülüklerini yerine getirir.
5. Girişim, sermaye ve varlıklar ile diğer kaynakları da elinde bulundurur.
6. Girişimin devamlılığının sağlanmasında insan unsuru ve materyal unsurunun niteliği oldukça önemlidir.

Girişimcilik kültürünün oluşmasında aile yapısının etkisinin büyük olduğu vurgulanmaktadır. Girişimciliğin kazanılmasında çocuğun ailesinden aldığı eğitim ve görgünün oldukça önemli olduğu görülmektedir (Çetinkaya ve Bozkurt, 2011). Girişimciliğe çevrenin etkisini inceleyen bir araştırmada (Ersoy, 2010), şehir merkezinde yaşayanların %73’ü işletme kurarken yenilikçi, yaratıcı ve teknolojik alanları tercih ederken; kırsal alanda yaşayanların %68’7’si ise dini inançlarının etkisi olacağını belirtirken, şehir merkezli katılımcılarda %36.4 olarak çıkmıştır.

1.3.2 Girişimcilik Kavramına Genel Bir Bakış

Girişimcilik potansiyelinin daha çok kültürel ve sosyo-psikolojik evre ile politik ve ekonomik evre faktörlerinin etkisiyle birlikte kişilerde ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Kişisel boyutta bazı ihtiyaçların tatmin edilmesinin devamında toplumsal çıkarların da karşılanması amacıyla hem sosyal hem de ekonomik değerler yaratabilmenin en iyi yolunun eğitim kaynaklı olduğu kaçınılmaz görülmektedir (etinkaya ve Bozkurt, 2011: 13).

Tarih boyunca birçok devirde örneklere görülen girişimciliğin ilk adlandırılması ortaçağda “entrepreneur” kökünden gelen “iş yapan” anlamında kullanıldığı görülmektedir. 20. yüzyılda “entrepreneur” risk alan, yenilikleri yakalayan, eksiklikleri gören ve olanakları değerlendiren kişilerin fırsatları kaçırmadan süreci başlatması olarak görülmüştür. Bu tanımlamada açıkça görülmektedir ki girişimcilik sadece bir iş kurmak değil, işini geliştirmek veya genişletmek olarak da görülebilir. Bir ürüne yeni özellikler eklenerek geliştirilmesi açık bir girişimcilik örneğidir (www.mebk12.meb.gov.tr, 2013).

Girişimcilik, “risk alınarak ve yüksek düzeyde yaratıcılık kullanılarak ortaya çıkarılabilecek daha üstün durumlara varmak için bir yöntem” olarak tanımlanmaktadır (Aslan ve Atabey, 2015: 1). Başka bir tanımlamayla, girişimcilik, fırsatları gören ve sermayesinin riskini alarak fikirlerini gerçekleştirerek ekonomik bir değer yaratma çabası olarak değerlendirilebilir. Girişimcinin başkaları tarafından görülmeyeni görmesi ve yeni bir düşünce ile hareket ederken riski üstlenmesi en güçlü yönüdür. Kısaca, girişimci yaptığı yeniliklerle değişim ve dönüşümü yönlendiren kişiliktir.

Girişimciliğin temel düşünce yapısını ve uygulamalarını örgütün işgörenlerine özendirme, örgütsel anlamda girişimciliği destekleyecek alt yapının dönüşümünü kurgulama ve endüstri içerisinde öncü yenilikleri geliştirme gibi etkinliklerin i girişimcilik kapsamında değerlendirildiği görülmektedir (Onay ve avuşoğlu, 2010: 48).

Çevresel değişimlere cevap verebilmek için girişimcilik düşüncesine sahip olan, girişimciliğin bir anlamda yaratıcılık olduğunu vurgulayan bir olgudur i girişimcilik. Girişimciliği sadece yeni bir ihtiyacı keşfeden ve bunu sermayesini kullanarak üretilip pazara sunan kişi değil kurulu bir örgüt içerisinde yenilik yaratma

veya var olanı geliştirme şeklinde de algılamak yerinde olacaktır. Bu anlamda kavramın içeriğine bakıldığında;

Girişimci: fikrine, cesaretine, sermayesi ve emeğine güvenerek, kişisel veya toplumsal ihtiyaçları belirli bir kâr oranında karşılayacak ürünlerin üretiminde kullanılacak kaynakları tedarik eden ve uygun bir şekilde birleştiren kişidir. Girişimci, var olan sermayesini artırmak veya belirli bir oranda kâr etmek amacıyla zarar etme tehlikesini de göze alarak hareket eder.

Üretilmesine karar verilen mal ve hizmetlerde kullanılan üretim faktörleri en iyi koşullarda bir araya getirilmediği takdirde riski üzerine alan girişimcinin zarar etmesi kaçınılmazdır. Kişilerin üretim riskini alarak herhangi bir katma değer ortaya koymadan üretilmiş değerleri kâr amacıyla başkalarına ulaştırması bir girişimcilik örneği değildir.

Girişimcinin; işletme, şirket ve fabrika yöneticisi gibi kavramlarla eş anlamda kullanıldığı görülmektedir. Ancak girişimci ile yönetici kavramlarının aralarındaki farka bakıldığında, “yönetim işini kendilerine meslek edinerek işletmenin sahibi haline gelmeden girişimcinin yaptığı işi yapan ve bu hizmetleri karşılığında ücret alan kişiler” (Koçel, 2005) olduğu görülmektedir. Girişimcinin belirgin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Bayrakdar, 2011: 247);

1. Girişimci tek bir kişi olup tüzel bir kişilik (komite, örgüt) değildir.
2. Girişimci konusunda uzmanlaşmıştır.
3. Girişimci iktisat teorisi merkezli kritik bir karar alıcıdır.
4. Girişimci aldığı kararların sonuçlarına kendisi katlanmaktadır.
5. Girişimci kaynakları fayda sağlayacak şekilde koordine etmektedir.
6. Girişimci her zaman bol kıt kaynaklarla çalışamaz.

Tablo 1.2: Girişimci ile profesyonel yönetici arasındaki farklar (Çetinkaya ve Bozkurt, Ö. (2011). Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, Detay Yayıncılık, Ankara, p.9).

Alanlar	Girişimci	Profesyonel Yönetici
İçgüdüsel ve duygusal yönelim	<ol style="list-style-type: none">1. Yaratıcı ve yapıcı2. Başarıyı önemseyen imaj ve çıkarlarını ön planda tutan3. Yeteneklerini geliştiren4. İşine sadık5. Belirli riskleri üstlenmeye hazır6. Kendi sezgilerine güvenen	<ol style="list-style-type: none">1. Birleştirici ve yerleştirici2. Gücü ve etkin olmayı isteyen3. Örgütün imaj ve çıkarlarını ön planda tutan4. Örgütün ve personelin gelişmesine önem veren5. Yönetime saygılı, inisiyatif ve risk üstlenmeye açık6. Analitik ve tedbirli davranan
Analitik yönelim	<ol style="list-style-type: none">1. Uzun vadeli düşünen2. Modelleri bir bütün olarak görme yeteneği olan	<ol style="list-style-type: none">1. İşinin gereği kısa vadeli düşünen2. Detayları ve sonuçları görebilme yeteneği olan
Kişisel yönelim	<ol style="list-style-type: none">1. Kişisel, politik anlamda insanlara yakın davranan2. Kendini sorgulayan ve merkeziyetçi3. Aile bağlarına önem veren4. Duygusal ve sabırsız	<ol style="list-style-type: none">1. Kişisel olmayan, gerçekçi ve insanlara mesafeli duran2. Merkezkaç ve işleri delege eden
Yapısal ve konumdan kaynaklanan faktörler	<ol style="list-style-type: none">1. İşletme sahibi olmanın öncelik ve risklerini taşıyan2. Şirket sahibi olduğu için konumundan emin olan3. Konumuyla dikkat çeken4. Aile çıkarlarıyla şirket çıkarları arasında bir seçim yapmak zorunda olan5. Yöneten	<ol style="list-style-type: none">1. İşletmeye bağımlı olmayan, daha az öncelikler ve riskle karşılaşan2. Kendini kanıtlamak zorunda olan3. Dikkat çekemeyen4. Aile ve şirket çıkarlarını ayrı tutabilen5. Yöneltilen

Girişimci ile sermayeyi elinde bulunduran arasındaki farklılığı kesinlikle vurgulanması gerekmektedir. Girişimci, sermayenin varlığını en son düşünen kişi olarak önceliği fikri, öngörüsü ve hayalleri doğrultusunda yaratmaya karar verdiği ürünün üretim tekniklerine vermektedir. Dolayısıyla, yeterli sermayesi olmayan ancak iyi bir fikri olanların girişimci olma olasılıkları oldukça fazladır (Durukan, 2005: 139). Girişimciliğin kavramının farklı özelliklerinin farklı dönemlerde inceleme konusu yapıldığı görülmektedir. Buna göre;

Tablo 1.3: Girişimcilik teorisinin ve girişimci kavramının gelişimi (Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1985). Entrepreneurship: Starting, developing and managing a new enterprise, Third Edition, Richard D. Irvin Inc., p.11).

Dönem	Yazar	Girişimcilik Kavramının Kullanımı
Ortaçağ		Bu dönemde girişimcilik, büyük ölçekli üretim projelerinin, risk almadan, mevcut kaynakları kullanarak projeyi yönetmektedir.
17 yy		Girişimci kâr ya da zarar etme riskini üstlenerek, devlete mal ya da hizmet tedarikinde bulunan kişidir.
1725	Richard Cantillon	Girişimci aksine risk üstlenen girişimcidir. Girişimci riskle satın aldığı, belirsiz bir fiyattan satan kişidir.
1797	Beaudeau	Girişimci, risk üstlenen, planlayan, idare eden, organize eden ve sahip olan kişidir.
1803	Jean Baptiste Say	Sermaye kârından, girişimcinin kârını ayırt etmiştir.
1876	Francis Walker	Fonları tedarik edip faiz alanlarla, yönetsel becerilerinden dolayı kâr elde edenleri ayırt etmiştir.
1921	Frank H. Knight	Amerikalı ekonomist risk ile belirsizliği (uncertainty) birbirinden ayırmıştır.
1934	Joseph Schumpeter	Girişimci, inovasyon yapan ve denenmemiş teknolojileri geliştiren kişidir
1961	David Mc Clelland	Girişimci, faal, orta düzeyde risk alan kişidir.
1964	Peter Drucker	Girişimci fırsatları maksimize eden kişidir.
1975	Albert Shapero	Girişimci, inisiyatif alan, sosyal ve ekonomik sistemi organize eden ve iflas riskini göze alan kişidir.
1980	Karl Vesper	Girişimciler, ekonomistler, psikologlar, iş adamları ve politikacılar tarafından farklı değerlendirilmektedir.
1983	Giffort Pinchot	İç girişimcilik (intrapreneurship): işletme içerisinde çalışan bireylerin girişimciliğidir.
1985	Robert Hisrich	Girişimcilik, risklerle birlikte parasal ve kişisel tatmin elde ettiği işte, farklı bir değer yaratma sürecidir.

Girişimcilik, ülke refahının artırılmasında yeni iş yerlerinin oluşturulmasında, yeniliklerin ortaya çıkmasında önemli rol oynamaktadır. Girişimcilik, sadece yeni bir iş fikri geliştirmek ile sınırlı değildir. Bunun ötesinde, var olan mal ve hizmetlerin kalitesinin artırılması, ürün çeşitlendirilmesi, yeni pazarların keşfedilmesi gibi bir dizi “inovasyon” niteliğindeki işler girişimciler tarafından gerçekleştirilir. Bunlara ek olarak yeni iş yapma biçimleri, süreç tasarımı, örgütlenme biçimleri de girişimciliğin önemli işlevleri arasındadır.

Günümüzde girişimcilerin ulaşması gereken hedeflerin neler olduğuyla ilgili olarak bazı misyonlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Abdullaeva, 2007; Çelik ve Akgemci, 1998:18-19; TÜSİAD, 2003):

1. Yeni mal ve hizmet üretmek veya bilinen mal ve hizmetlerin niteliklerini geliştirmek: Girişimci, pazardaki boşlukları ve fırsatları görerek yeni mal ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli kaynakları bir araya getirir.
2. Yeni üretim yöntemleri geliştirmek ve uygulayabilmek: girişimciler bu sayede rakiplerinden “farklı” bir iş yapma biçimi oluşturabilirler.
3. Yeni örgütlenme biçimleri geliştirmek: Girişimciler, bu noktada bazen diğer girişimcilerle birlikte yeni örgüt yapıları da oluşturabilirler. Son zamanlarda yaygınlaşan şebeke örgütlenmeler buna bir örnektir.
4. Yeni pazarlar keşfetmek: Girişimciler, sadece var olan pazardan daha yüksek pay elde etmekle yetinmezler.
5. Yeni hammadde ve girdi kaynakları bulmak: Girişimciler yeni kaynaklar bularak bunları kontrol ederler.
6. Girişimcilik eğitimi ana hatlarıyla (Cansız, 2013: 22):
7. Fırsatları belirlemeyi,
8. Bu fırsatları yeni fikirler üreterek ve gerekli kaynakları harekete geçirerek gerçekleştirmeyi,
9. Yeni bir girişim kurma ve yönetmeyi,
10. Yaratıcı ve eleştirel düşünme yeteneklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

1.3.3 Girişimciliğin Türleri

Alanyazında, girişimciliğin sınıflandırmasıyla ilgili çalışmalarda ortaya çıkma şekli, oluşumu, orijinal olma özelliği, örgütlenme ve icra biçimlerine göre sınıflandırılmalar bulunmaktadır. Sınıflandırmalar arasında düşünce, durum,, eylem ve örgütlenme biçimleri kabul görmektedir (Top, 2006: 8). Bununla birlikte Timmons (1999: 312)'a göre girişimcilik, türüne bakılmadan, doğruluk ve dürüstlikle ve samimiyetle yeniliğin kurgulanmasıdır. Girişimcilik türleriyle ilgili sınıflandırmalardan bazıları aşağıda tanıtılmıştır;

Orijinal girişimcilik; girişimcilerin sadece kendilerine ait gücü, yeteneği, algıyı, sezgiyi, bilgiyi, ustalığı, deneyimi ve becerilerini kullanarak kendilerine güvenip düşleri ve hayallerini gerçekleştirmek üzere harekete geçerek ilk kez gerçekleştirdikleri girişimlerdir. Bu girişimcilik sınıflandırmasında, girişimcinin en önemli özelliği bağımsız bir kişilik olarak kendisine özgü yöntem ve varlıkları ilk

defa ve orijinal haliyle kullanması belirleyici ve ayırt edicidir. Bu sınıflandırmada, girişimcilerin işlerinde kullandıkları yöntemi kendileri bulurlar (Top, 2006: 8-9).

Yaratıcı girişimcilik; girişimcilerin yeni bir fikri veya hiç olmayan bir şeyi bulması ya da var olan bir ürünün yeniden kurgulanması veya fiyatı, kalitesi gibi yönlerden iyileştirilmesi ve geliştirilmesidir. Yaratıcı girişimciliğin geleceğin şekillendirilmesinde ağırlıklı olarak öne çıkacağı kaçınılmaz görülmektedir. Yaratıcı girişimciliğin sürekli bir arayış içerisinde meydana getirdiği yenilikler ekonomik gelişimin öncüsü olarak görülmektedir (Bozkurt, 2005). TÜSİAD'ın çalışmasında ise yaratıcı girişimcilik; olağan ve olağan dışı koşullarda öz kaynaklarını kullanıp ayrıntıları fark edebilen, planlayabilen, uygulayan ve sonuca ulaşabilen kişi, şeklinde ifade edilmektedir. Girişimcilik olgusunun özü bu sınıflandırmada yer alır.

Fırsat girişimciliği; pazarın fırsatlarını görüp yakalayarak var olan bir mal ya da hizmeti tüketiciye ulaştırmaktır. Fırsat; pazarda hiç olmayan, pazarda yeterince bulunmayan ya da pazarda var olan ancak tüketicinin beğenisine uygun olmayan kalitede üretim yapıldığında ortaya çıkmaktadır. Bu girişimcilik sınıflandırmasında, girişimcin fırsatları değerlendirme yeteneği ve bakış açısı yanında kaynakları yönlendirme yeteneği de olması gerekir (Bozkurt, 2005). TÜSİAD'ın çalışmasında fırsat Girişimciliğin açıklaması amacıyla boşlukları yakalama ve kaynakları en iyi şekilde kullanarak işleri yürütme ve tam kapasite çalışma imkânlarını yaratma kavramları kullanılmıştır.

Yenilikçi girişimcilik; girişimcilerin yaratıcı özelliklerini kullanarak örgütlerinin yüksek amaçlarına hizmet edecek yenilikleri oluşturma çabalarıyla ilişkili bir fonksiyondur. Bu tür oluşumunda önemli olan en iyi ve doğru fırsatın yakalanması olacağından, ortam uygun olduğunda kaynaklar en yüksek verimi sağlayacak şekilde kullanılır. Yenilikçi girişimcilikte, yenilikler, örgütlerin üretim hatlarında bazı değişimlerin yapılmasını gerektirecek kadar radikal sayılırlar. Drucker, yenilikçi girişimciliğin tanımlanmasında en iyi fırsatı yakalama, başarısızlık riski ve emek ile harcamalardan oluşan faktörlerle ilişkilendirmiştir (Emre, 2007).

Girişimci girişimcilik: Yeniliğin ve farklılığın yaratılması eğilimini tüm ekonomilerde hakim gören girişimciliktir. Bu tür ekonomiler ve girişimcilik özelliklerine göre, ekonomi ve toplumda değişim doğaldır. Girişimcilik yeniyi ve değişimi arayan ve fırsat kabul eden bir süreçtir. Bu anlamda teorik temellere

dayanan girişimci girişimcilik; durağan ekonomilerde şirket evlilikleri veya birleşmeler yoluyla büyümektedir (Dinçer, 1998: 274).

Pozitif girişimcilik veya dinamik girişimcilik yeni pazarların, finansman ve tedarik kaynaklarının bulunması, yeni üretim ve örgütlenme biçimlerinin geliştirilmesiyle ekonomide öncü gelişmeler yaratmaktadır. Dinamik girişimciliğin katkısıyla değişimin ekonomide genişleme sağlamak olağan bir girişimcilik olarak kabul edilmektedir. Pozitif girişimci; özellikle rekabetin yoğun olduğu ortamlarda, yaratıcılığı, yenilikçiliği, rasyonelliği, cesurluğu ile dikkat çekerken aynı zamanda, sorumluluk duygusuna sahip eğitilmiş ve çalışkan bir aksiyon adamıdır. Pazarın dinamik yapısında gelişen fırsatları saldırgan, yaratıcı ve yenilikçi politikalarıyla değerlendirerek uzun dönemli faaliyetleri benimsemektedir (Emre, 2007).

Kadın Girişimciler:

1. Kendisi adına bir işyeri sahipliği,
2. İş sahibi olarak bu işyerinde işçi çalıştıran ve yeni ortaklıklar kuran;
3. Kendi ürünü veya hizmeti ile ilgili üretim, dağıtım, pazarlama ve satış faaliyetlerini yürüten;
4. Kendi işiyle ilgili çevre ile doğrudan ilişki kuran;
5. Kendi işinin her türlü yönetsel kararlarını veren ve uygulayan;
6. Yatırım kararlarında söz sahibi olan kadınlardır.

Kadın girişimcilerin giderek günümüzde daha çok görülmesiyle ilgili olarak sosyal yönden ve kültür anlamında artan değişimin kadınları etkisi altına aldığı söylenebilir. Kadınlar, eğitim ve öğretim seviyelerinin yükselmesiyle daha çok iş hayatındaki yerlerini almışlardır. Ayrıca; işgören azaltılması esnasında öncelikle kadın işgörenlerin işlerini kaybetme güvensizliği nedeniyle daha çok kendi işlerini kurma yoluna gitmeleridir. Üçüncü neden; kadın girişimcilerden başarılı olanların daha sık duyulmasıyla kendilerine örnek oluşturacak insanların artması da sayılabilir. Dördüncü neden; kadın çalışanların çalıştıkları erkek egemen işyerlerinde kariyer ilerlemelerinin belirli bir pozisyona kadar izin verildiği inancının korunmasıdır (Arıkan, 2002: 211).

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden farklılıkları sıralandığında ilk etapta (Top, 2006: 22);

1. Kolay iletişim kurabilmeleri,
2. Kurulan ilişkiyi uzun süre sürdürmeleri,

3. Kafada kalp, kalpte el, elde politika kuran,
4. Düşümleri hızlı ve basit yollarla çözen,
5. Dengeleri önemseyip koruyan,
6. Kendisi ve çevresindeki detayları fark eden,
7. Yüksek hayal gücü olan,
8. Etik ve iş arasındaki bağı kurabilmeleri göze çarpmaktadır.

Genç Girişimcilik: Günümüzde genç girişimcilik adıyla bilinen girişimcilik genel olarak girişimcilikte özel yere sahip olmaktadır. Literatürde genç girişimciliğin diğer girişimcilik türlerinden farklılığını açıklayan çokça tanımlar vardır (Schoof,2006. Blanchflower ve Oswald,1999). Genç girişimciliğin başlıca özellikleri şöyle tanımlanabilir: genç girişimciler yeni ekonomik fırsatlara ve yönelimlere çok duyarlıdır; genç girişimciler mükemmel bilgisayar bilgisine sahiptirler; genç girişimciler girişimcilik bilgilere sahip iyi bir işgücüdür; genç girişimciler hızla yükselen ekonomilere girmeye çalışırlar (Meager,2003). Genç girişimciler kendilerinin istediği bir işi açmaya çalışmaktadırlar ve bu tür girişimcilerin yüksek yaşam doyumuna sahip oldukları bilinmektedir (Blanchflower ve Oswald, 1999).

Genç girişimcilikle ilgili yapılan araştırmalar bu girişimcilik türünün gelişmesini engelleyen faktörleri tespit etmişleridir (Simpson ve Christensen, erişim tarihi: 25.11.2012). Genç girişimciliğin günümüzde ekonominin önemli bir unsuru olmasıyla dünya ekonomisinin küreselleşme yolundaki engellerinin aşılması daha da kolaylaşmıştır. Genç girişimcilerin bulacakları veya yaratacakları yeni kaynaklar sayesinde girişimciliğin üçüncü dalgasının başlamasını temsil etmektedirler. Gençler girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak algıladıkları zaman genç girişimcilik, geniş ölçekte toplumun örgütlenme prensiplerinin dinamiği haline geleceği söylenmektedir. Eskiden girişimcilik etkinliklerde bulunan girişimci gençler için gelenekçi olarak bilinen üst gelir sahibi aile çocuklarının elit uğraşları kabul edilmekteydi.

Her an değişen dünyada yeni buluşlar, standart dışı fikir üreten bilişim teknolojisi kuşağı olarak sayılan gençlere girişimciliği daha geniş düzeyde açmak, piyasa sisteminin güçlenmesini sağlayacak özel bir ortam kurmaya yarayacağı düşünülmektedir. Genç girişimcilere girişimcilik olanakları sağlamak bugünün dünyasına ait ölçeklerde gerçekleşen demokrasi sürecinin kopmaz önemde gelişen bir parçası durumundadır.

Fulbright araştırmacısı olarak Koç Üniversitesi'ne gelerek ‘‘Türkiye’de girişimcilik ve sosyal sorumluluk’’ konusunda alışan Saeb Ahsan, genç Amerikalıların ‘girişimciler kuşağı’ olarak görüldüğünü vurgulamaktadır. Bu kuşak Ahsan’a göre Sanayi Devrimi’nden beri en girişimci kuşak olarak sayılmaktadır. Yine Ahsan’a göre genç girişimcilerin sınırını 18 yaşından büyük ve 34 yaş altı gençler oluşturmaktadır. Genç girişimciliğin önemini kavrayan lkelerde bu kuşağa yönelik destekleyici programlar, teşvikler bulunmaktadır.

Girişimcilik kültür, kişinin sosyal ve kültürel özellikleri onun hayata olan bakış aışını, girişimcilik eğilimini ve girişimcilik kültürünü etkilemektedir (Shoof, 2006). Nasser (2003) Güney Afrika’da girişimcilik kültürünün hiç olmadığını tespit etmiştir. Bir başka araştırmada Sri Lankada’ki gençlerin girişimcilik eğilimlerine sosyo-kültürel davranışların engel olduğu ortaya koyulmuştur. Blokker ve Dallago (2008) kültürel vrenin Orta ve Doğu Avrupa’daki genç girişimciliğin gelişmesinde önemli engel olduğunu belirtmişlerdir.

Girişimcilik eğitimi, resmi olan ve olmayan eğitim sonucunda kazanılmış bilgilerdir. Eğer gençler arasında girişimcilik davranışlar görülürse girişimcilik eğitimine odaklanmalı ve yntembilimciler ‘‘yaparak öğrenme’’ ve ‘‘tam zamanında öğrenme’’ gibi metotları sağlamalıdır. Girişimcilik eğitimi, sadece Genç Girişimciliği teşvik etmek anlamına gelmemektedir, aynı zamanda gençlere girişimcilik davranış ve bilgi kazandırmak demektir.

Ucuz finansal kaynaklara ulaşma, genç insanları kendi işlerini amasında en çok görülen engeldir.

İş geliştirmeyle ilgili hizmetler ve destekler, genç insanların girişimcilik kariyerlerini geliştirmede önemli unsurlardır. İş geliştirmenin ilk aşamalarında ve sonraki aşamalarında da iş ve girişimcilik bilgisiyle ilgili özel eğitimlere ihtiyaç duyulmaktadır. Orta ve Doğu Avrupa’da genç girişimcilere gereken yönetimsel ve resmi bilgi, günlük işlerin nasıl yürütüleceği, bir iş planının nasıl yapıldığı gibi özel desteklerin eksik olduğu tespit edilmiştir.

İ Girişimcilik; rgtsel ağlar dhilinde ya da kurulmuş bir örgüt içerisinde öz yeteneklerini kanıtlamış kişilerin diğer çalışanlarla iletişim geliştirip, ilişki kurup öz yetenekleri ve çabalarıyla kendisine özgü değerler kapsamında değerlendirip kendisini keşfetmesi ya da kendisini tanıyıp kim olduğunun farkına varmasıyla oluşan bir girişimcilik türüdür (Top, 2006: 9). Bunun dışında; girişimcilik felsefesi

ve kültürü kapsamındaki her türlü faaliyetin bir şirket içerisinde yapılması şeklinde tanımlamakta mümkündür (Soyşekerci, 2011).

Pinchot (1983) iç girişimciliği tanımlarken; “herhangi bir iş fikrini uygulama sorumluluğunu işletme içinde yüklenen kişi” olduğunu ileri sürmüştür. Böylece işletmelerin yenilik yaratma kapasiteleri gelişir ve işletme başarımı artar (Emre, 2007). İç girişimcileri girişimcilerden ayırt eden özelliği aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1.4: Girişimci ve iç girişimcinin özellikleri (Öktem ve diğerleri, 2003:175).

	Girişimci	İç girişimci
Girişimciliğin ardındaki motifler	Özgürlük, özgüven, amaca yönelik olma	Kaynaklara erişim, özgürlük, öz güdülü olma
Zaman boyutu	5-10 yıllık vizyon ve artan başarıların aranması	3-15 yıllık vizyon ve işleri zamanında yetiştirme önceliği
Beceriler ve deneyim	İşini iyi bilen ve kaynak toplayan	Girişimciye benzer hiyerarşide çalışabilen kişi
Çevre	Makro ve mikro çevreye odaklanma	Makro ve mikro çevreye odaklanma
Kaynak	Kaynakları dışarıdan toplar	Kaynakları iç fazlalıklardan çıkarır
Başarısızlık ve hatalar	Açık bir şekilde hatalardan ders alma	Cezalandırıcı örgüt kültüründe hataları gizleme
Karar süreci	Azimlidir kararından vazgeçmez	Karar sürecinde uzlaşma arar
Risk tercihi	Para ve saygınlık kazanmaya yönelik	Kariyer ve işe yönelik

Yukarıda girişimciliğin yaygın bilinen başlıca türleri verilmiştir. Girişimcilik türleri çeşitli boyutlara göre de sınıflandırılmaktadır. Girişimcilik bir dinamik olgu olduğu için bu sınıflamalar aynı kalmamaktadır ve sürekli değişime uğrayarak yeni türleri de ortaya çıkmaktadır.

İç girişimciliği modellemek üzere farklı yazarlar tarafından değişik modeller oluşturulmuştur.

Temel İç Girişimcilik Modeli (Guth ve Ginsberg, 1990); Girişimcilik örgüt içi yeni iş yaratma ve anahtar kurumsal fikirlerin stratejik yenilenmesidir.

İnteraktif İç Girişimcilik Modeli (Hornsby ve diğ., 1993); Kişiyi iç girişimci davranma kararı almaya yönelten bir tetikleyici olay bulunmaktadır.

İçsel İç Girişimcilik Modeli (Brazeal, 1993); Kişisel ve örgütsel faktörlerin birleşmesi sonucu oluşan kurumsal müteşebbis hareketin işteki tutum ve davranışları etkilediği bir model ortaya koymuştur.

Kimin iç girişimci olarak değerlendirilmesi gerektiği konusunda değişik yaklaşımlardan bahsedilebilir. Scholhammer (1982) iç girişimciyi kurulu örgüt içindeki girişimci birey olarak tanımlamaktadır. Konuyla ilgili yazında araştırmacıların birbirine yakın kavramlar için geliştirdikleri değişik yaklaşım ve tanımlar Tablo 1.5’de görülmektedir.

Tablo 1.5: İç girişimcilikle ilgili tanımlar.

Yazar	Kavram	Tanım
Pinchot (1985)	İç Girişimcilik	Geniş ve büyük bir örgüt içinde girişimci olarak davranan/çalışan kişi.
Luchsinger ve Bagby (1987)		Var olan ve işleyen bir örgüt içindeki risk ve teşebbüs.
Carrier (1994)		Bir firmanın kontrolünde çalışan bireyin, bir yeniliğin sorumluluğunu alması.
Johnson (2001)		Girişimci yeni teşebbüslerin hem firma içinde hem de dışında yaratılması.
Antoncic ve Hisrich (2003)		Kurulu bir örgüt içindeki girişimcilik.
Kenney ve Mujtaba (2007)		Örgüt içinde, girişimci tutuma sahip olabilecek çalışanların ayırt edilmesi süreci.
Vesper (1990)	Kurumsal Müteşebbislik	Yeni şeyler yapma ve fırsatları kovalamak üzere alışılmışı bırakma.
Johnson (2001)		Sektördeki küçük müteşebbislerle yakın ilişki geliştirerek yenilikçi kapasite oluşturma.
Kenney ve Mujtaba (2007)		Yeni teşebbüslere başlama süreci.
Narayunan ve diğ., (2009)		Yeni alanlara, piyasa veya sektörlerle odaklanan örgütsel sistem, süreç ve uygulamalar bütünü.

Tablo 1.5: İç girişimcilikle ilgili tanımlar.

Yazar	Kavram	Tanım
Kierulff (1979)	Kurumsal Girişimcilik	Yeni ve çekici fırsatları yakalamak için kaynakları temin eden ve üretim ve satışı başlatan kişi ya da grup.
Kanter (1983)		Yenilik sürecini başlatıp yöneltmek, örgütsel hareket için yeni ihtimaller yaratan ve limitleri test eden kişiler.
Stevenson ve Jarillo (1990)		Örgüt içindeki bireylerin, kendi kontrollerindeki kaynaktan bağımsız olarak yürüttükleri girişimcilik süreci.
Zahra (1993a)		Yenilikçilik, müteşebbislik ve stratejik yenilenmeyi içeren, örgütsel süreç.
Sharma ve Chrisman (1999)		Bir bireyin ya da bir grubun, kurulu bir örgüt içinde yeni bir örgüt yarattıkları, yenileştirme veya yenilik ürettikleri süreç.
Schollhammer (1982)	İçsel Girişimcilik	Yenilik geliştirmede kurumsal girişimcilerin inisiyatif alabilmeleri için sağlanan örgütsel onay ve kaynaklar.
Hisrich ve Peters (1984)	Kurum İçi Girişimcilik	Örgüt içindeki girişimcilik ruhu.
Siti-Maiman (1993)	Dışsal Girişimcilik	Fikir ve yenilikleri dış kaynaklardan temin ederek, büyük firmaları yeniden canlandırma süreci.
Johnson (2001)	Yayılmış Girişimcilik	Örgüt çapında girişimcilik ve yenilikçiliği destekleyecek yapı ve kültürü tesis etme

İç girişimcilerin hayat bulabileceği örgüt iklimi belli özelliklere sahip olmalıdır. Hisrich ve arkadaşları (1989) iç girişimciliği destekleyen bir örgütsel iklimin oluşturulabilmesi için aşağıdaki özelliklerin bulunması gerektiğini belirtmektedirler. Çalışanların içlerindeki iç girişimci davranışlarını kolaylıkla ortaya çıkartabilmelerine imkân veren örgütsel çevrede aşağıdaki özellikler bulunmaktadır.

1. Örgüt teknoloji lideri olarak faaliyet gösterir
2. Yeni fikirler cesaretlendirilir
3. Sınama ve yanılma özendirilir
4. Başarısızlığa izin verilir
5. Fırsat parametreleri yoktur
6. Kaynaklar mevcuttur ve ulaşılabilirler
7. Disiplinler arası takım çalışması yaklaşımı vardır
8. Uzun dönemli bakış vardır
9. Gönüllü program vardır

10. Uygun ödül sistemleri mevcuttur
11. Destekçiler bulunur
12. Üst yönetimin desteği vardır.

İç girişimci davranışların karşısındaki temel engel kurumsal kültürden kaynaklanmaktadır. Söz konusu kurumsal kültür bir kısım engelleri sürekli olarak iç girişimcilerin önlerine çıkarmakta ve örgüt içindeki iç girişimci davranışların arzulan seviyenin altında kalmasına sebebiyet vermektedir.

Morris (1998), iç girişimciliğin önündeki kurumsal engelleri; sistemler, yapı, stratejik yön, politika ve süreçler, insanlar ve kültür olmak üzere altı ana başlıkta toplamaktadır. Yazara göre örgütsel hayatın her noktasında iç girişimciliği engelleyen tuzaklar mevcuttur ve eğer örgütsel düzeyde bu engeller kaldırılmazsa, örgüt içinde iç girişimci davranışları görmek mümkün olmayacaktır.

Yine benzer şekilde Eesley ve Longenecker (2006) ABD’de faaliyet gösteren 20 firmanın 179 orta ve üst kademe yöneticileri üzerine yaptıkları araştırmalarında, iç girişimcilik önündeki temel engelleri şöyle sıralamaktadırlar:

1. Risk alma, yeni fikir ve hataların cezalandırılması: Yeni fikirlerin getirdiği hatalar cezalandırıldığında, çalışanlar zaman içinde risk almaktan, yeni fikir üretmekten kaçınmaktadır.

2. Yeni fikirleri dile getirecek süreçleri bulunmaması: Yeni fikirleri olan çalışanların fikirlerine değer verilmediğinde ya da yeni bir fikri olan bir çalışanın fikirlerini karar noktalarına ulaştırabileceği süreçler bulunmadığında zamanla bu fikirler azalır veya çalışanlar firmayı terk ederler.

3. İç girişimciliği cesaretlendirme ve ödüllendirmede başarısızlık: Örgüt içinde iç girişimci davranışlar cesaretlendirilip ödüllendirilmediğinde, daha yüksek bir performans yakalama şansı kaybedilmiş olur.

4. Örgütte koordinasyon eksikliği, politika yetersizliği: Örgüt içinde birimler arasında koordinasyon eksikse hatta bazı durumlarda kıskançlık varsa, izlenen örgütsel politikalar sağlıksızsa, yaratıcılık ve yenilikçilik öldürülmüş olur.

5. Zayıf iletişim: Örgüt içindeki bireyler ya da birimler arası iletişim zayıf, bilgi akışı az ise iç girişimci bir de sürekli bilgi elde etmek için uğraşmak zorunda kalacağından, zamanla bundan bıkip, yenilikçi düşünce ve faaliyetlerden vazgeçecektir.

1.3.4 Girişimcinin Özellikleri

Girişimcilik olgusu eskiden insan yaşamıyla ortaya çıkan bir olgudur ve özellikle bilgi çağının başlaması ile büyük destek görmüş ve ekonominin bütün alanına yayılmıştır. Girişimcilik sayesinde yenilikler ortaya çıkmakta, ülke ekonomisinin refahı artmakta, istihdam sağlanmakta ve yaşam kalitesi artmaktadır. Gelişmekte olan lkeler için girişimciliğin önemi büyüktür. Özellikle KOBİ'ler her çeşit girişimde bulunarak lkenin ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır. Bu işleri yürüten de girişimci ruhu taşıyan insanlardır. Karşısına çıkabilecek engellerden korkmayan, geleceği tahmin edebilen, tehlikeleri atlatarak fırsatları kendi lehine dönüştürebilen insanlardır. Bu yüzden girişimciler girişimci olmayanlardan farklı özelliklere sahip olmaktadırlar. Girişimcinin tanımı ve sahip oldukları özellikleri aşağıdaki bölümlerde ele alınmıştır.

Girişimciliğin en önemli üç faktörüne “yetenek, cesaret ve bilgi” bakılacak olursa bunların ortaya konulmasındaki temel özellikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

1. Kendilerine güven duymaları ve güvenilir olmaları,
2. Yeri geldiğinde ödün verebilmeleri ve yeniden başlama azmi olmaları,
3. Sonuçlar hakkında daha çok detay görebilmeleri,
4. Her türlü riski üstlenebilmeleri,
5. Yaratıcılıkları,
6. Cesaret gösterebilmeleri,
7. Hem kişisel hem de toplumsal çıkarları korumaları,
8. Olumlu düşünce sahibi olmaları,
9. Başarı hedefini korumaları,
10. Fırsatları daha hızlı görebilmeleri,
11. Yeniliğe ve gelişime öncü olmaları,
12. Sürekli ve kuvvetli bir girişim ruhu taşımaları,
13. Bağımsız alışma arzuları,
14. Fırsatları kaçırmamaları,
15. Nereye ne zaman yatırım yapılacağını bilmeleri,
16. Yakın evresinin istihdam edilmelerinde aktif olmaları,
17. Yeteneklerini mücadelelerinde kullanmaları,
18. Hızlı ve gerçek sonuçları gerçekleştirmeleridir.

Maddi kâr amacı ön planda olan girişimciler için zarar etme riskinin de olması kaçınılmazdır. Türkiye benzeri istikrarsız ekonomilerde her zaman kriz faktörünü de göz önüne alırsak işlerin zarar etme riskinin yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle, girişimci özellikle kriz ortamlarında işler kötüye gittiği zaman bile kontrolü kaybetmeyen bir kişiliğe sahip olmaktadır. Girişimci kendisine ait işin hem kurucusu hem patronu hem de işçisi olurken gerektiğinde iyi bir yönetici de olmalıdır.

Girişimci hedeflediği geliri, kurmak isteği işin sermaye oluşumuna göre belirlemektedir. Girişimciler işe başlama öncesinde yapacakları değerlendirmeler, iş planları ve doğru bir öngörüyle riske atacakları sermayeyi belirlemelilerdir.

Girişimcinin riski, öncelikli amaçları olan yenilik, karlılık ve büyüme riskidir. Kalıcı riskin temel belirleyicilerini ise şu şekilde listeleyebiliriz (Coşkun, 2011: 129).

1. Ticarileşme ve teknolojik risk faktörü: İlk örneği geliştirme ve fırsatı üstlenme riski ve onu tüketicilerin kullanmak için para ödeyeceği tamamen fonksiyonel bir ürün veya hizmete dönüştürme.
2. Piyasa risk faktörü: Öngörülen ürün için kârlı ve sürdürülebilir bir piyasanın oluşup oluşmaması.
3. Yönetim risk faktörü: Fırsatların ardındaki girişimci ve onun takımının öngörülen iş stratejilerini başarıyla yürütebilmesi.
4. Finansal risk faktörü: Zamana dayalı öngörülen iş stratejisini uygulama ve sonlandırmada girişimci ve ekibinin ihtiyaç duyulan sermayeyi ortaya koyup koymama riski.
5. Makro risk faktörleri: Düzenleyici ve çevresel riskleri kapsamaktadır.

1.3.5 İç Girişimciliğin Davranışsal Boyutları

Birçok araştırmacı tarafından başarılı girişimcilerin profilini çizmeye çalışan çok sayıda araştırma yapmıştır. İş hayatına yeni başlayan bazı girişimciler gerçekten başarılı olmasına rağmen, bazılarının ise kurmuş oldukları işletmelerin kısa süre içerisinde kapanmasının nedenleri araştırılmaya çalışılmaktadır.

Aşağıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi belirli girişimcilik özelliğine sahip olan bireyler giriştikleri işlerde karşılaşılabilecekleri güçlük ve başarısızlıklardan yılmayan ve hatta bu tür olumsuzluklardan ders çıkarabilen kişiler olarak kendileri için tespit ettikleri amaçlara ulaşma düzeyleri ile kendi başarılarını belirlemeye çalışan bireylerdir (Kuvan, 2007). Bu nedenle başarılı olan girişimcilerin temel özelliklerinin

belirlenmesi konusunda yapılan çalışmalar aşağıdaki özellikleri ortaya koymuştur (Kuvan, 2007).

Tablo 1.6: Başarılı girişimcilerin özellikleri (Kuvan, H. (2007). Türk Girişimcilerin Yaşam ve Çalışma Değerleri).

Tarih	Araştırmacı	Başarılı Girişimcilerin Özellikleri
1848	Mill	Risk alma
1917	Weber	Resmi otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpeter	Yeniliğe öncü olma
1954	Sutton	Sorumluluk alma isteği
1959	Hartman	Otoritenin kaynağı olma
1961	McClelland	Risk alma güdüsü
1963	Dauids	Azim, bağımsızlık, sorumluluk, kendine güven
1964	Pickle	İnsan ilişkileri, teknik bilgi, iletişim becerisi
1965	Litzingır	Riski alma, bağımsız olma, ılımlılık, liderlik
1965	Schrange	Algılama, güç motivasyonu, gerginliği azaltma
1971	Palmar	Risk ölçme
1971	Hornadey ve Abound	Başarı, özerklik, saldırganlık, güç, tanınma
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İşsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1977	Gasso	Kişisel değerlere dönüklük
1978	Timmons	Güdü, güven, amaca dönüklük, orta düzeyde risk alma, kontrol odağı, yaratıcılık/yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk alma eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma/hırs
1981	Mescon-Montanari	Başarı, hâkimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh-White	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, öz güven, mücadele etme, orta düzeyde risk alma
1982	Dunkelberg-Cooper	Büyüme-dönüklük, bağımsızlığa dönüklük
1985	Welsh-Young	Kontrol kaynağı, öz güven, yenilikçilik

Girişimcileri girişimci olmayanlardan ayıran bazı özellikler vardır. Bu özelliklerinden bazıları aşağıdaki gibidir.

1. Risk alma
2. Yenilikçilik

3. Yaratıcılık
4. Bağımsız olma
5. İnsani ilişkiler
6. İyimserlik ve kendine güven
7. Başarı ihtiyacı
8. Problem Çözme Yeteneği

Bu çalışmada, iç girişimci davranışın alt boyutları, Lumpkin ve Dess'in (1996) çizdiği temel çerçeve kapsamında ele alınmış, ancak bir boyut farklı olarak incelenmiştir. Dolayısıyla, aşağıdaki bölümlerde örgüt Bu çalışmada, iç girişimci davranışın alt boyutları, Lumpkin ve Dess'in (1996) çizdiği temel çerçeve kapsamında ele alınmış, ancak bir boyut farklı olarak incelenmiştir. Dolayısıyla, aşağıdaki bölümlerde içi girişimciliğin “yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, özerklik ve bireysel ağları genişletme” boyutları tartışılacaktır.

1.3.5.1 Yenilikçilik

Yenilik bir kavram olarak, bir süreci (yenileme) ya da bir sonucu değiştirme çabası olarak ifade edilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007). Dolayısıyla, yenilik süreci “bir fikri pazarlanabilir bir değere dönüştürecek yapının kurulması ve bu yapının sürdürülmesini” (Zahra, 1995, 1998), sonuç olarak ise “teknolojide gelişme ve yenileşmeyle gerçekleşen, ürün ya da hizmet yeniliğini” ifade etmektedir (Fitzsimmons ve diğ., 2005)

Yenilikçi bir örgütte yaratıcı işgörenlerin mevcut olması gerektiği vurgulanırken, bu konuda öncelikle liderlerin en önemli görevlerinin işgörenlerin hedefleri ile örgüt hedeflerinin uyumlaştırılması gerektiği ifade edilmektedir (Daft (2005). Bunun dışında yaratıcılık yeteneğinin geliştirtmesi amacıyla, işgörenlerin iş tanımları dışında yaratıcı faaliyetlerle de ilgilenmelerinin önündeki engeller kaldırılmalıdır. İşgörenlerin bazı uyarılarla (örgüt dışından konuşmacılar tarafından verilen konferanslar gibi) değişik ve çeşitli fikirler kurgulayabilmeleri sağlanabilecektir.

Günümüzde, özellikle büyük örgütler için yenilikçilik kavramının öneminin vurgulanmasıyla yenilik yapma çabalarının öğrenilmesini sağlamaktadır (Drucker, 1998). Yaratıcılığı ve yenilikçiği başaramayan örgütlerin yoğun yaşanan rekabet şartlarında yaşamlarını sürdüremeyecekleri daha net görülmektedir. Aslında, Koçel

(2005)'in dikkat çektiği bu zorunlulukla ilgili olarak, işletmeler yeniliği takip ettiklerinde değil yarattıklarında daha çok rekabetçi gücü yakalamaktadır. İşletmelerin “sürekli yenilik yapabilme becerilerinin gelişmesi” gerektiği vurgulanmaktadır

Birçok farklı tipte yenilikçilikten söz edilmektedir (Johnson, 2001). Bunlar:

1. AR-GE sayesinde yeni ürünlerin geliştirilmesi ile sıfırdan yeni bir ürün ve hizmet ya da uygulama tasarlayarak ortaya konulmasıdır.
2. Mevcut bir ürün veya hizmetin asıl kullanım amacı dışına çıkarak, yeni bir amaç ve şekilde kullanarak yenilik yapmak.
3. Mevcut bir ürün veya hizmetin asıl pazarının değiştirilmesiyle yapılan yenilik.
4. Mevcut bir ürün veya hizmetin asıl sunumu veya lojistiğinin değiştirilmesiyle yapılan yenilik.
5. Örgütlerin, asıl iş yapma yönteminden daha farklı bir yöntemi kullanmasıyla yapılan yenilik.

AR-GE çalışmalarının arkasındaki itici gücün sürekli olarak gelişen teknolojik yenilikler olduğu (Miller ve Morris, 1999), bunun sonucu olarak da yenilik ve buluş (icat) yapmanın kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Aslında buluş yapmak, yenilik yapma işinin dar anlamda kullanılması gibi görülmektedir. Bu nedenle, yeniliğin, buluş yapmaktan daha üst ve çok boyutlu bir eylem olduğunu söylemek mümkündür (Drucker, 1985).

1.3.5.2 Proaktiflik

Proaktif terimi, işletme terimleri sözlüğünde (Dictionary of Business Terms) “olaylar meydana geldikten sonra tepki göstermek yerine, geleceğe yönelik bir davranışla sorunları önceden görme ve sorunlarla mücadeleye dönük adımlar atma” olarak tarif edilmektedir (Friedman, 1994). Bir iç girişimcilik boyutu olan proaktifliğin, girişimci yönelim – girişimci duruş yaklaşımını benimseyen yazarlarca kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda Miller ve Friesen (1983) proaktifliği “rakipleri takip etmek yerine, onların önünde olma çabası”; Covin ve Slevin (1991) “firmanın sektördeki rakipleri ile agresif ve proaktif olarak rekabeti” ve Lumpkin ve Dess (1996) ise “yeni fırsatları kovalayarak ve sezinleyerek inisiyatifi elde tutma” şeklinde tanımlamaktadır.

Girişimcilik kavramı, öncü olma, ilk olma ve girişkenliğin önemine vurgu yapmaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996). Porter'ın (1985) rekabet üstünlüğü stratejileri kapsamında ele alınan özellikle pazarda öncü olmanın üstünlüklerine sürekli vurgu yapılmaktadır. Pazarda hareketi ilk yapanların daha çok fırsat yakaladığı ve takipçilerinin önünden giderek yüksek kâr elde etme avantajına sahip olmaktadır (Knight, 1997).

Proaktiflik, iç girişimci birey davranışı olarak değerlendirildiğinde, fırsatların keşfedilmesini de içermektedir (Antoncic ve Hisrich, 2003). İnsanlar, sadece mevcut durumu değil, gerçekleşmiş olayları ve hatta gelecek olayları da değerlendirerek çevrelerindeki fırsatları bekleyen bir özellikleri bulunmaktadır (Balakrishnan ve diğ., 1998). Bu nedenle, girişimciler fırsatları yakalamaya odaklı yapıları sayesinde pazarın boşluklarını görüp ihtiyaçları belirleme ve ayırt edebilme ve tüm bunlarla sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü yaratabilmek adına proaktif bir görünüm sergilemektedir. Böylece, bir girişimcinin başarılı olması sadece zeka veya eğitim ile ilgili değil, proaktif bir yapıda fırsatları görebilmesiyle ilgilidir (Darling ve diğ., 2007).

Proaktifliği, Knight (1997) “reaktifin karşıtı” olduğunu bildirirse de Lumpkin ve Dess (1996) buna karşı çıkıp proaktifliğin karşıtının “pasiflik” olduğunu ileri sürmektedir. Reaktiflikte geç de olsa rakiplere karşılık verilirken; pasiflik eylemsizliği ifade etmektedir. Chen ve Hambrick (1995) de “firmalar faaliyet gösterdikleri çevrede teknoloji, yenilikçilik, müşterilerle ilişkiler ve rekabette hem proaktif hem de reaktif olmalıdır” fikrini savunmaktadır.

1.3.5.3 Risk alma

Girişimciliğin temelinde “risk alma” özelliğinin varlığı bulunmaktadır. Yeni bir üründen ya da pazardan, yeni bir politikadan veya yeni süreçlerden söz edildiğinde hem girişimci hem de örgüt açısından muhtemel risklerin varlığından söz etmemek düşünülemez. Girişimcinin veya yöneticilerin verdikleri kararların neredeyse tamamının risk içermek zorunda olduğu bilinmektedir. Girişimcinin her türlü yatırım kararı veya geliştirdiği yeni ürünler belirsizliğe doğru atılan bir adım olması nedeniyle risk içermektedir. Girişimcilik hem kişi hem de kuruluşlar açısından yeni ürünler ya da süreçlerle ilgili belirsizlik veya risk altında verilen kararlar olarak kabul edilmektedir (Cornwall ve Perlman, 1990). Girişimci için riskin

belirgin bir kâr (riskin üst sınırı) ya da belirgin bir zarar (riskin alt sınırı) olarak görülme potansiyeli bulunmaktadır. Bu durumda girişimcinin aldığı risk, yenilikten kaynaklanan bilinçli bir risktir. Dolayısıyla girişimci risk örgüt seviyesinde olabileceği gibi birey seviyesinde de olabilir.

Yenilikçi girişimciliğin kritik bir unsuru olarak değerlendirdikleri “risk alma”yı Miller ve Friesen (1983) “üst yönetimin, yüksek maliyet getirebilecek başarısızlıkları kabul etme derecesi” olarak; girişimci duruşun bir boyutu olarak değerlendiren Covin ve Slevin (1991) ise “yatırım kararlarının ve stratejik hedeflerin belirsizlik altında icrası” olarak nitelendirmektedirler. Belirsizliğin vurgusunu yaparak “risk alma”yı girişimciliğin bir boyutu olarak değerlendiren Lumpkin ve Dess (1996) ise “belirsizlik algısı... kayıp ya da olumsuz çıktı ihtimali” şeklinde görmektedirler. Şu halde riskin örgütsel seviyede çoğunlukla yöneticilerin aldıkları stratejik kararlar ile iç girişimci işgören için ise yeniliğin kaçınılmaz belirsizliğiyle ilişkilendirildiğinden söz edilebilir.

Yeni her zaman bir belirsizlik ve risk içerir (Cornwall ve Perlman, 1990). Karar vericiler bazen, verdikleri kararları (ya da aldıkları riskleri) etkileme ve değerlendirebilme olanağı yakalayabilirler. Ancak çoğunlukla birçok faktör nedeniyle, belirsizlik sonucu göstermemeyi sürdürür. Karar verici konumundakiler belirsizliği delmeye yönelik bazı analitik (piyasa araştırması, anket vb.) araçlara sahip olsalar da her çabanın mutlak bir eksikliği olacaktır.

Girişimciliğin destek görmediği işletmelerde, riskin keskinliği nedeniyle yöneticiler inisiyatif bile kullanmayabilirler (Cornwall ve Perlman, 1990). Risk almanın mutlak engellendiği örgütlerde yöneticilerin karar alabilmeleri ve girişimcilerin yenilik yaratabilmelerinin üst yönetime getirdiği riskin hesabını bile yapmak söz konusu olamaz.

1.3.5.4 Özerklik

Bir kişi ya da grubun bir fikrin veya vizyonun ortaya çıkarılması ve uygulanmasında bağımsız davranabilmesi anlamında kullanılan özerklik (Lumpkin ve Dess, 1996) fırsatları yakalamada kendisini yönlendirebilme olanağı ve isteği anlamını da taşımaktadır. Diğer bir bakış açısıyla, bir işin tasarımı, işin özelliği, işin metotları ve işin programı açısından her şeyin kontrol edilebildiği ve başarıml ölçütünün kişinin kendisi tarafından seçebilmesini anlatmaktadır (Ağca ve Kurt,

2007). Dolayısıyla özerklik bu çalışma kapsamında; kurulu örgüt çalışanının, örgüt içerisinde bir fikir, vizyon veya yenilik ortaya koyarken bağımsız davranabilme eğilimini ifade etmektedir.

İşgörenlerin özerklik derecesi; işletmenin çapı, yönetim tarzı ve sahiplik yapısına göre değişebilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996). Bu durumda, Miller (1983) girişimcilik konusunda başarılı örgütlerin, işgörenlerine en yüksek seviyede özerklik sunan yönetim yapılarına sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu noktada, en fazla iç girişimci davranışların da özerk yapısı olan firmalarda olacağı söylenebilir.

Günümüzde iç girişimciliğin desteklenmesi adına dikkat çeken bir uygulama olarak, örgütsel hiyerarşik düzeylerin azaltıldığından söz edilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996). Bu tip örgüt yapılarında girişimci işgörenlerin hiyerarşik her kademedeki kullandığı yetkinin artırılması anlamına gelmektedir. Özerkliğin artırılması da risk almak kadar yeniliği getirme faaliyetlerinde temel bir özellik olarak görülmektedir. Ancak örgütsel özerkliğin tam olarak sağlanabilmesi, sadece örgütsel yapının değiştirilmesi ile elde edilebilecek bir konu değildir. Bunun yanında örgüt içinde özerkliği özendirerek ve çalışanları bu yöne kanalize edecek yönetsel tedbirlerin alınması gerekir. Çünkü yeniliğin anahtarı girişimcilik ise girişimciliğin anahtarı da özerk hareket edebilen işgörenlerdir.

1.3.5.5 Bireysel ağları genişletme

Psikolojik anlamda kişilerin varlıklarını gösterebilmeleri adına kendilerinin farkında olmaları kadar sosyolojik anlamda da çevrelerinin farkındalığını yaşamaları beklenmektedir. Kişinin kendisini ispatlama ihtiyacının bile bir sosyal çevre ile ilişkili olduğu görülmektedir. Bu anlamda, kişilerin sosyal çevrelerinin incelenmesi ile gelişen “sosyal ağlar” kavramı, günümüzde yönetim biliminin ve diğer disiplinlerle ilişkili bir kavram olmuştur. Bu yaklaşımda, kişilerin birbirleriyle, gruplar veya örgütler içerisinde yine diğerleriyle arasında geliştirdikleri her türlü ilişkileri gösteren çizginin bir bağı temsil ettiği ve bu bağların birleşiminin de “sosyal ağı” oluşturduğu görülmektedir.

Ağ kavramını sosyal yapıları tanımlamak için kullanan Simmel’in (1922) başlattığı akım boyunca daha çok ilgi gören “sosyal ağ” kavramı; Moreno’nun (1934) “sosyogram çizgileri” ve Milgram’ın (1967) “küçük dünyalardaki sosyal

ağların büyüklük derecesi” yaklaşımı ile gelişerek günümüzdeki sosyal bilimlerin ilgi alanına girmiştir (Porter ve Powell, 2006).

Sosyal ağları ve bu ağların etkinliğini değerlendirmede üç yaklaşım kullanılmaktadır. Birinci yaklaşım; yakınlığı koruyan sosyal bağların bazı ortak normlar geliştirerek uyumlaşacağı ve bu durumun güven sağlayacağını öngören Coleman (1988)’nin “güçlü bağların gücü” düşüncesidir (Gargulio ve Benassi, 2000; Burt, 2005). İkinci yaklaşım; nadir ve sosyal olmayan bağlarda, teknik ve profesyonel bilginin daha yoğun ve etkili olarak transfer edilmesini anlatan Granovetter (1973)’in “zayıf bağların gücü” yaklaşımıdır (Granovetter, 1985). Üçüncü yaklaşım ise; bağların özelliklerinden daha çok, kişinin sosyal ağ içerisindeki pozisyonuna odaklanan Burt (1992)’ün “yapısal boşluklar teorisi” olarak adlandırılmaktadır.

Bağımsız veya iç girişimcilik açısından, hangi sosyal ağ yaklaşımı kabul edilirse edilsin, girişimcinin sosyal ağını genişletme çabasının olması gerektiği oldukça açıktır. Girişimci için girişim yapmadan öncesi ve devamında yerine getirmesi gereken davranışlar birisi olan “bireysel ağları genişletme” çabaları önemli faaliyetlerinden birisidir.

Irwin (2000) girişimciliğin, yedi aşamalı bir süreç olduğunu ve başarılı bir girişimcinin her aşamada karşılaşacağı engelleri aşarak, bu basamakları çıkması gerektiğini belirtmektedir. Irwin’e göre girişimcilikteki nihai aşama “proaktif ağ kuruculuğu”dur ve bu noktaya varan girişimci sosyal ağlarını genişletmelidir. Irwin (2000) Uzak Doğuluların sosyal ağları girişimci faaliyetlerde Batılılardan daha fazla kullandıklarını belirtmekte; en başarılı girişimcinin sosyal ağını en iyi kullanan ve sürekli genişleten kişi olduğunu söylemektedir.

Benzer şekilde De Noble ve arkadaşları (1999) da Girişimcilik Öz Yeterliliği Ölçeği geliştirdikleri araştırmalarında, ölçeğin altı boyuttan oluştuğunu ifade etmişler ve boyutları risk ve belirsizlik yönetimi, yenilik ve ürün geliştirme, bireysel ağ yönetimi, fırsatları fark etme, kritik kaynakları temin etme ve yenilikçi bir çevre yaratma olarak sıralamışlardır. Yazarlar, bu altı boyutun, girişimci davranışın başlatılması ve devam ettirilmesi için kritik olduğunu belirtmişlerdir.

1.3.6 Üniversitelerin Girişimcilik Eğitimi Üzerindeki Etkileri

Hızlı bir şekilde artan küreselleşme ile birlikte rekabet, uluslararası boyutta hükümetleri üniversiteler (lisans veya önlisans) için uygun finans kaynakları sağlaması, buralarda nitelikli eğitim kadrosu istihdam edilmesi konusunda zorlamaktadır. Girişimci ihtiyacının artmasıyla birlikte diğer pek çok faktörde de üniversitelerin girişimcileri yetiştiren bir örgütlenme ve misyona dönüşmeleri kaçınılmaz bir hal almıştır.

Üniversitelerin tarih sahnesinde, özellikle endüstri devriminden bu güne kadar sürekli bir evrim geçirerek Katolik din öğretileri ve kapitalist ekonomi felsefenin gereksinimlerini karşılayan kurumlar olmaktan başka görevlerinin de olduğu anlaşılmıştır. Bu yöndeki olumlu gelişmelerin artmasıyla birlikte insanlığın olumlu sosyal ve ekonomik değişim yönüne doğru gelişmesini sürdüren üniversiteler, insanlığa hizmet kurumları niteliğine ulaşmışlardır.

Başarılı gelişmiş ekonomilerin odağında üniversiteler bulunmaktadır. Dünya çapında önde gelen üniversitelerinden birisi olan Amerika'nın California Üniversitesi; bilim ve bilgiyi üretme, yenilik ve buluşları geliştirme, risk sermayesini destekleme, iş olanakları sağlama, kişisel ve kurumsal temelli gelir kaynakları bulma misyonlarını üstlenmiştir. Üniversiteler; toplum sosyal ve kültürel yapısına, ekonominin gelişimine, kişinin yaşam kalitesi ve refah düzeyine, oldukça fazla katkı sağlamayla ilgili bilgi ve uygulama geliştirme rolü üstlenmektedir (Greenspan ve Rosan, 2006: 1).

Üniversitelerdeki girişimcilik eğitim ve öğretimi alanlarında gerçekleştirilen ilk çalışmalarda girişimcilik, daha çok küçük işletmelerin etkisiyle “bir iş yeri satın alma”, “yenilik ihtiyacı ve büyüme ihtiyacı” gibi konularla ilişkilendirilmiştir (Yelkikalan ve diğ., 2010: 53). Ancak daha sonraki yıllarda, girişimcilik eğitiminin arkasındaki asıl amacın kişideki girişimciliğin gizil gücünün ortaya çıkartılmasını sağlamak olduğu fark edilmiştir. Girişimcilerin doğru iş yapmalarını sağlamak, kaynakları verimli kullanmalarını öğretmek daha anlamlı gelmeye başlamıştır. Bu nedenle eğitimin, girişimcilik hakkındaki her türlü gelişmenin arkasındaki ve gelişmesindeki yardımları yadsınamaz bir gerçektir (Heinonen, 2006: 25).

Girişimcilik eğitiminin kurgulanmasında özellikle dikkat edilmesi gereken hususlardan söz ederken; “kişinin kendini tanıma duygusunu edinme” konusundaki yöntemlerin olduğunu söylemekte fayda vardır. Girişimciyi tanımlarken sıkça

kullanılan “cesaret, kararlılık ve zorluklardan yılmama” benzeri özelliklerin ortaya çıkarılmasının arkasında bu yöntemlerden söz edilebilir (Tağraf ve Halis, 2008: 97). Girişimcilik eğitimiyle ilgili kullanılan yöntemlerin ortak amaçlarından bir diğeri ise “kararlılık, başarıma arzusu, hedeflere ve fırsatlara odaklanma, problem çözmede ısrarcılık, iç kontrol odaklılık” gibi girişimci kişilere özgü niteliklerin daha kolay geliştirildiği görülmektedir (Arıkan, 2002: 54).

Birçok konuda sonucu bulunamaz tartışmalardan olan “.....nın doğuştan geldiği” ile ilgili bir çok konuda ileri sürülen görüşlerin çok da gerçeği yansıtmadığı, eğitimden elde edilen başarılar artıkça daha iyi anlaşılmaktadır. Böylece girişimciliğin öğrenilebilir olduğu düşüncesi daha da pekişmektedir (Kağıtçıbaşı, 1990). Böylece, girişimcilik eğitiminin verilebileceği görüşü daha çok kabul görmüştür (Kuratko, 2005: 577).

Hiç kuşkusuz, aile ortamının; girişimci değerlerin kişilere gösterilmesi, girişimcilik uyumlu zihin arka plânının oluşturulması ve kişilere girişimcilik bakış açısının kazandırılması gibi konularda son derece etkili ve işlevsel olduğu söylenmektedir (İlhan, 2005: 217). Birçok konuda, çocukların ve gençlerin aile içi kazanımlarından söz edilirken; “sosyalleşme, meslek ve eş seçimi, eğitim seviyesi, ekonomik durum, yaşayacağı yer ve toplum içi statüsü, dışa dönük, başarı odaklı, atılcı, üretken ve tutumlu olması” gibi konulardaki kazanımları da kişinin girişimcilik oluşumunu etkilemektedir (Aytaç ve İlhan, 2007). Başka bir deyişle, aile veya akrabalık içerisinde “özgürlük, özerklik, kendi kendine yetme” vurguları yüksekse, girişimciliğin artmasına ilişkin özellikler daha net görülebilmektedir (Hisrich ve Peters,1998: 54).

Üniversitelerde girişimcilik eğitimiyle ilgili geliştirilen teorik uygulamalar ve sunulan eğitimlerin etkililiği yönünden yeterli olması, üniversiteler ve meslek eğitimi merkezlerinin bu eğitim ve uygulamalardan ne ölçüde faydalandıklarıyla ilgilidir. Günümüzde iş dünyasının ihtiyaç duyduğu uygulamalı eğitim programlarının oluşturulmasında, girişimcilik eğitiminin teorik ve pratik yönlerinin öğrenciye sunulması ve desteklenmesi gereklidir (Çetinkaya ve Bozkurt, 2011: 27).

Üniversitelerden, toplumun beklentisi; araştırma ve eğitime verilen katkılara ek olarak ekonomik kalkınma uygulamalarının artırılmasıdır (Yelkikalan ve diğ., 2010). Üniversitelerin hiç kuşkusuz, girişimciliğe doğrudan veya dolaylı “araştırmaların ticarileştirilmesi yoluyla ve yeni girişimler için tohum atılarak girişimciliğin

gelişimine doğrudan katkıda bulunurken, girişimci adaylarına verilen eğitimleri ile de dolaylı yoldan fayda sağlamak” olarak birçok katkısının olduğu gerçektir (Çetinkaya, Bozkurt ve Alparslan, 2013).

Üniversiteler, piyasa kuralları ve istemlerine uyan bilgiyi üretebilen ve ürettiği bilgiyi yayma konusunda öncü olarak bu konularda kâr amacı güden özel bir firma gibi çalışan, kâr-zarar dengesine özen gösteren, özel ve kamu sektörlerine proje geliştirebilen, işletmelerin her türlü sorunlarına çözüm üretebilen “girişimci üniversite” ve “şirket üniversiteleri” kapsamında daha işlevsel üniversite örneklerinin artması beklenmektedir (Özdem ve Sarı, 2015).

Üniversitelerde sunulan eğitim programlarına ek olarak; meslek geliştirme kursları veya enstitü programları sayesinde verilen eğitim programlarına uygulama desteği sağlanmıştır. Girişimcilik eğitim programlarının uygulamalı olmasındaki amaç, teorik olarak alınan eğitim bilgisinin uygulamada kullanılmasını destekleyecek programlar sayesinde girişimcilerin beceri ve deneyimlerinin artırılma çabasıdır (Raichaudhuri, 2005: 73).

Girişimcilik ile ilgili bir eğitim programına katılan girişimciler üzerinde Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılan bir araştırmada eğitim alanların eğitim almayanlarla kıyaslanmasında; (Seyfullahoğulları, 2011; Soylu ve Kepenek, 2008):

1. Yeni işlerini kurarken üç kattan daha fazla arzu dolu davrandıkları,
2. Yıllık gelirlerinin % 27,
3. Sermayelerinin % 62 oranında arttığı,
4. İşlerini yaparken daha fazla iş tatmini sağladıkları tespit edilmiştir.

Girişimcilik ile ilgili üniversitelerde veya kamu kurumlarında verilen eğitimlerin; kişi veya işletme temelli oldukça fazla olumlu etkilerinin görülmesinin dışında devletin kazanımları da oldukça fazladır. Özellikle ülke çapında artan istihdam olanaklarının işsizliğe çare olması ve yenilikçilikle birlikte ekonomideki kalkınma hamlelerinin artması ve elde edilecek vergi miktarının artmasında önemli rolü bulunmaktadır (Balaban ve Özdemir, 2008: 137).

Üniversitelerin girişimci yetiştirme eğitimlerinin amaçları arasında; yeni iş yerlerinin kurulması da önemli bir konudur. Bu nedenle, üniversite ortamında sunulan girişimci yetiştirme programları sayesinde, sadece girişimciliğin dinamik hale getirmesi değil, iyi bir girişimcinin nasıl olması gerektiği ile ilgili davranış

normlarının geliştirilmesi ve bilginin ulaştırılmasına yardımcı olunması da bulunmaktadır (Çetinkaya ve Bozkurt, 2011: 27).

Üniversitelerde birçok eğitim alanında olduğu gibi girişimcilik eğitiminde de sadece teorik alt yapının oluşturulmasına yönelik programların küreselleşmeye kültürel uyumun kurulmasıyla Girişimciliğine yaklaşmaya katkısının sağlanması hakkında yeni uygulamaların geliştirilmesinde fayda bulunmaktadır.

Girişimcilik eğitim programlarıyla ilgili olarak gelişmiş ülkelerdeki örnekler bakıldığında; genellikle, öğrenciler girişimcilik faaliyetleri ve araştırma projelerine dâhil edilmektedir. Bu konuda, Türkiye’deki üniversite eğitiminden önceki dönemde de öncü ve iyi örnekler sahipken üniversite düzeyinde de birçok üniversite ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, üniversitelerde sunulan girişimcilik eğitim programları dışında devletin verdiği desteğin uygulayıcısı konumundaki KOSGEB’in önemli katkıları bulunmaktadır. KOSGEB kapsamındaki eğitimlerle ilgili 2013 yılında işbirliği yapan 27 üniversitede başlayan girişimcilik eğitimlerini alanların daha sonraki yıllarda KOSGEB’den girişimcilik destek kredileri alma haklarının olması ve bunu talep edebilme yetkilerinin olması sağlanmıştır (Cansız, 2013: 22).

1.4 Türkiye’de Girişimcilik

1.4.1 Türkiye’de Girişimciliğin Dünü ve Bugünü

Osmanlı İmparatorluğu döneminde her türlü ekonomik faaliyetler devletin kontrolünde yürütülmüştür. Anadolu Selçuklu Devletinde de, üretim yapan zanaatkârlar merkezi otorite içerisinde kalan yarı resmî örgütlerin yönlendirmeleriyle hareket etmiştir. Geliştirilen bu örgütsel yapılanmanın lideri olarak kendi aralarından seçtikleri “Ahi Şeyhi” aynı zamanda dini yönü olan bir önder konumundadır. Ahi teşkilatı ve lideri bazı kamu görevlerinden sorumlu otorite işlevi görmüştür. Ahi teşkilatının 15. yüzyılda da Osmanlı imparatorluğunda “Lonca teşkilatı” adı altında faaliyet sürdüğü görülmüştür (Aktar, 1990). Loncaların birinci amacı; “üye esnaf ve sanatkârlar arasında sosyal eşitliği ve dayanışmayı sağlamak”, ikincisi ise “mesleki faaliyetin uygulanışını düzenlemek ve denetlemek” olarak belirlenmiştir. Loncalar, ellerindeki yaptırım gücü ve siyasi güç ile toplumda sosyal ve mesleki bir otorite kurarak, devlet yönetiminde de büyük bir etkiye sahip olmuşlardır (Tezel, 1994).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde girişimcilerin ve girişimciliğin gelişmesini olumsuz yönde etkileyen loncaların üyelerine “durağan, yeniliklere kapalı, kanaatkâr, ihtiyacı kadar çalışma zihniyeti” yerleştirmiş olmasıdır. Bu nedenle, lonca üyelerinin yenilik arayışları, fazla mal üretmesi ve çok para biriktirmesi benzeri girişimcilik ilkeleri lonca teşkilatınca desteklenmemiştir. Ayrıca loncalar “dükkân ve atölye sayısını sınırlamak, rekabeti yasaklamak, sıkı fiyat kontrollerine tabi tutmak” benzeri girişimcilik ilkelerine ters düşen sınırlamaları ve engellemeleri dayatmıştır (Altıparmak,1993).

Osmanlı İmparatorluğu servet sahibi zengin kişileri iktidar sahibi olmakla özdeşleştirdiği için, statü yükseldikçe zenginliğin de artması kuralı hâkim kılınmıştır. Bu nedenle, Osmanlı sosyal yaşamında paranın ve zenginliğin makam, mevki ve statü gibi güç ve kayırmacılık içeren memurluk kaynaklı olmasının geçerli olduğu kabul edilmiştir. Böylece ekonomi kapsamındaki üretim ve ticaret kaynaklı gelir elde edilerek sermaye edinmek özendirilmemiştir.

Devlette memur olmanın sağladığı gücün çekiciliği, savaş, göç ve kapitülasyon gibi nedenler bahane edilerek üretim ve ticaret kaynaklı ekonomi tamamen gayrimüslim azınlıklara bırakılmıştır. Bu nedenle, Osmanlı İmparatorluğu’ndan Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulduğu ilk zamanlarda sermaye birikimi olan burjuva sınıfı ve girişimcilik ruhuna sahip bir toplumun eksikliği çok fazla hissedilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kurulduğu ilk dönemlerde Ulu önder Mustafa Kemal Atatürk’ün “bağımsız bir ekonomi, sanayi ve girişimci bir sınıf oluşturma” çalışmaları önem kazanmıştır. Bu nedenle, 1. İzmir İktisat Kongresinde, “özel teşebbüse dayalı, himayeci ve millî bir iktisat politikası öngörülmüş ve devletin girişimcileri koruması ve desteklemesi” doğrultusunda önemli kararlar kabul edilmiştir. Cumhuriyet’in ilk yıllarında, yeterli miktarda girişimci ve sermayenin olmaması nedeniyle kaynakları elinde tutmak zorunda kalan devlet; “ihale olanakları, devletle ortaklık kurma, düşük faizli kredi, kamu iktisadi teşekküllerinden ara mal sağlama ve yurtdışı mübadeleye kolay ulaşım olanakları” sağlamak şeklinde girişimciliğin önünü açmaya çabalamıştır (Çokgezen, 2000: 529).

Türkiye’deki ekonomik ve finansal hayatın gelişmesi kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kurulduğu ilk dönemlerden itibaren girişimciliğin gelişimi konusunda tarihsel sürece bakıldığında; 1923-1930 yılları arasında devletin girişimciyi özendirmesiyle 178 anonim şirket kurulmuştur. 1950-1980 yılları

arasında girişimcinin geliştirilmesi ve desteklenmesi çabaları sürdürülmüştür. 1980 sonrasında bir dönüm noktası olarak, serbest piyasa ekonomisi ve özelleştirmelerin etkisiyle ihracata dönük ekonomi politikaları devletin ekonomideki rolünü azaltmıştır. 2001 yılında dünyada da çok büyük etkileri görülen ekonomik krizin etkisiyle Türkiye’de özellikle bankacılık sistemindeki yeniden yapılandırılma çalışmalarıyla girişimcinin önündeki finans kaynaklarının güvence altına olması sorunu ortadan kaldırılmıştır. Böylece sermaye sahibi girişimcilerin önü açılmaya çalışılmıştır.

9. Kalkınma Planıyla (2007-2013) girişimciliğin desteklenmesi kapsamında girişimciliği ve istihdamı garanti altına alan uygulamalar, meslek danışmanlığı ile rehber hizmetleri ve meslek eğitimi kursları vasıtasıyla işgücünün etkili politikalarla eğitilmesi hedeflenmiştir. Girişimcilik anlayışı devletin ekonomideki aktif rolünü azaltmaya hedeflenmekle birlikte özel sektör temelinde kişi temelli girişimcilik faaliyetlerinin artırılmasını yeni teknoloji ile birlikte yenilikçi oluşumların gelişimini hedeflemektedir (Kırım, 2010).

Dünya ekonomisi içerisindeki Türkiye’nin son yıllardaki yükselişi oldukça dikkat çekici bir hal almıştır. Bununla birlikte, Türkiye’de girişimcilerin önemli sorunları bulunmaktadır. Bunlar arasında, özellikle bölgedeki savaş ortamının devam ettirilmesi nedeniyle yabancı doğrudan yatırımların çekilmesi kapsamında dünya ile bilgi ve vizyon paylaşımının önündeki engellerin varlığı bulunmaktadır.

2011-2013 KOBİ Stratejisi Eylem Planı kapsamında girişimcilerin desteklenmesi için önemli bir stratejiler geliştirilmiştir:

1. Olası girişimcilerin başarılı olma ve iş kurma konusunda eğitilmesi gereği,
2. Örgün ve yaygın eğitimde girişimciliğe yer verilmesi,
3. Girişimciliği özendirerek etkinliklerin düzenlenmesi,
4. Girişimcilik faaliyetlerinde bütüncüllüğün sağlanması,
5. Kooperatifleşmenin sağladığı katkıların öneminin vurgulanması,
6. İşyeri bulma ve başlangıç maliyetlerine devlet, oda, birlik kapsamında destek sağlanması,
7. Girişimcilerin güdülenerek başlangıç dönemi kararsızlıklarının giderilmesi,

1.4.2 Türkiye’de Girişimciliği Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar

Türkiye genelinde gerek devlet kurumu gerekse birlik, oda ve dernek temelli kurum ve kuruluşların Türk girişimcisinin desteklenmesi ve engellerinin kaldırılması kapsamında önemli destekleri bulunmaktadır (www.oka.org.tr, 2015).

a. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Destekleri

- 1) Girişimcilik Destek Programı
- 2) Yeni Girişimci Desteği
- 3) İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) Desteği

b. Araştırma-Geliştirme (AR-GE), İnovasyon ve Endüstriyel Destek Programı

- 1) Ar-Ge, İnovasyon Destek Programı
- 2) Endüstriyel Uygulama Destek Programı.

c. Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) Destekleri

İŞKUR’a kayıt olmuş işsizlerden kendi işlerini kurmak isteyenler sağlanacak yardımın kullanılması amacıyla Girişimcilik Programlarının düzenlenmesine yönelik olarak eğitim faaliyetleri ve ders içeriklerinin yüklenici firmalar ile birlikte KOSGEB – İŞKUR’un sağladığı destek ve işbirliği içerisinde belirlenmektedir.

d. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Destekleri

- 1) 1008- Patent Başvurusu Teşvik ve Destekleme Programı.
- 2) 1501- Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı.
- 3) 1503- Proje Pazarları Destekleme Programı.
- 4) AB Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Çerçeve Programı (CIP).
- 5) Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP).

e. TURSEFF Kredisi (Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Kredisi)

Enerji verimlilik ya da yenilenebilir enerji projelerine yatırım yapmak isteyen endüstriyel firmalar, ticari girişimciler ve özel konut sahiplerine yönelik kredi fırsatıdır.

f. Mikro Kredi

Yoksulluğun azaltılması ve malî kaynaklara erişimi çok kısıtlı olan dar gelirli grupların bu kaynaklara erişimini kolaylaştırması için mikro-kredi desteği çeşitli kurumlar tarafından verilmektedir.

g. T.C. Bilim Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Destekleri

1) Tekno Girişim Sermayesi Desteği

2) Girişim Sermayesi

h. İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)

1960 yılında Türkiye ihracatını geliştirmek ve sağlıklı bir yapıya kavuşturmak, bu amaçla araştırma ve çalışmalar yapmak ve ilgili kurumlar arasında koordinasyonu sağlamak ana işlevi ile kurulmuştur. Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

i. Kadın Merkezi (KAMER) Vakfı

1997 yılında kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Hedefi, kadınların hukuksal, ekonomik, siyasal ve toplumsal açıdan güçlendirilmelerine katkı sağlamak ve kadınların uzun dönemli istihdamı ve eğitimi için destek mekanizmaları geliştirmektir.

j. Kredi Garanti Fonu (KGF)

Girişimcilerin ve KOBİ'lerin bankalardan alacakları kredilere teminat sağlamak amacıyla, girişimciliği destekleyen çeşitli devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelmesiyle 1991 yılında kurulmuştur.

k. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı (MEKSA)

1985 yılında kurulmuştur. Türkiye'de iş gücü piyasasının ihtiyaç ve standartlarını dikkate alan, uygulamalı bir meslek eğitimi modelinin benimsenmesi ve yayılması için çaba harcamaktadır.

l. Toplum Gönüllüleri Vakfı (TGV)

2002 yılında gençlerin öncülüğünde toplumsal barış, dayanışma ve değişimi gerçekleştirme vizyonu ile yola çıkan bir sivil toplum kuruluşudur.

m. Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

2002 yılında ülke çapında faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen kadın girişimciliği destekleyen bir sivil toplum örgütü olarak kurulmuştur.

n. Türkiye Kalkınma Bankası (TKB)

Anonim şirket statüsündeki girişimlerin yatırımlarını yurt içi ve yurt dışı kaynaklarla destekleyen, işletmelere iştirak eden ve teknik yardım desteği sağlayan bir yatırım bankasıdır.

o. AB'de Finansmana Erişim Programları

Avrupa Birliğinin 2007-2013 yıllarını kapsayan Rekabetçilik ve Yenilikçilik Çerçeve Programının (CIP) alt bileşeni olan Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP) ile 300.000 KOBİ'nin finansal desteklerden yararlandırılması hedeflenmiştir. 2007-2013 dönemi CIP Finansal araçları için öngörülen bütçe 1.1 milyar Euro seviyesinde olup, bu fonların çeşitli gelişme evresinde bulunan KOBİ'lerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanılması amaçlanmıştır.

1.5 Araştırmanın Sayıtları

Yoktur

1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları

a. Bu araştırma, Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki 5 devlet üniversitesi “Batman Üniversitesi, Siirt Üniversitesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi” evrenini temsil eden örneklemden elde edilen verilerle sınırlıdır.

b. Araştırmada sebep-sonuç ilişkilerinin saptanması olanaksız olduğu durumlarda, sonuçların fonksiyonel ilişkiler halinde açıklanmasıyla yetinilecektir.

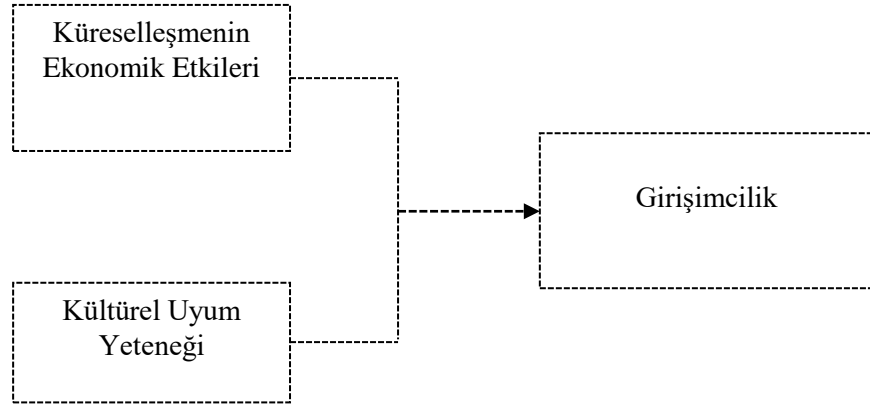
İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Küreselleşmenin sonuçlarına ilişkin algının kültürel uyum yeteneğine bağlı olarak değişebileceğini ve bu iki değişken arasındaki etkileşimin girişimcilik niyetler veya hedefler üzerinde de etkili olup olmayacağını analiz etmek amacıyla planlanan bu araştırma betimsel olup “İlişkisel Tarama Yöntemi” kullanılmıştır. Bu amaca uygun olarak ölçekler aracılığıyla hazırlanmış veri toplama aracı ile katılımcılardan toplanan veriler nicel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmanın şematik modelinde (Şekil 3.1) görüldüğü üzere bu çalışmada genel olarak Bağımlı değişkenler: Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri ile Kültürel Uyum Yeteneği ve Bağımsız Değişken: Girişimcilik değişkenleri model de yerlerini almışlardır. Bu durumu ifade eden araştırma modeli aşağıda sunulmuştur.



Şekil 2.1 Araştırmanın Modeli.

2.2. Evren ve Örneklem

2.2.1. Evrenin Sınırları

Araştırmanın evrenini küreselleşme, kültürel uyum ve girişimcilik konularında belirli bir duyarlılığa ve farklı bakış açısına sahip oldukları varsayılan Güneydoğu Anadolu Bölgesi dâhilindeki 9 ilde bulunan 5 devlet “Batman Üniversitesi (8.500), Bitlis Eren Üniversitesi (7.145), Siirt Üniversitesi (10.000) ve Gaziantep Üniversitesi (42.000), Kilis 7 Aralık Üniversitesi (8.500)” üniversitelerinde öğrenim gören toplam 76.145 (2015-2016 öğretim yılı için Lisans ve Önlisans düzeyinde öğrenim görenler) öğrenci esas alınarak belirlenmiştir.

2.2.2 Örneklem Oluşturulması

Araştırma evreninin bütününe ulaşılacak zaman ve maddi sınırlılıklar nedeniyle olası görülmediğinden, uygun bir örnekleme yöntemiyle seçilen örneklem kullanılmıştır. Araştırmanın örnekleme Yamane (1967)'nin formülü kullanılarak hesaplanmıştır:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2} > n = \frac{76145}{1 + 76145 \cdot (0.03)^2} \Rightarrow n = 1059$$

n = örneklem büyüklüğü,

N = evren büyüklüğü,

e = 0.05 kabul edilebilir hata oranı

* 95% güven seviyesinde

Araştırma evreninin 76.145 olduğu bir durumda %95 güven aralığında, kabul edilebilir hata oranı e = 0.03 kabul edildiğinde örneklem büyüklüğünün 1059 olması yeterli olduğu hesaplanmıştır.

2.3 Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması sürecinde, 5 devlet üniversitesinin Genel Sekreterlikleriyle irtibata geçilerek öğrencilerin ve personelin araştırmaya katkıda bulunmaları için teşvik edilmesi istenmiştir. Bu kapsamda, üniversitelerin Öğrenci İşleri Daire Başkanlıklarınca lisans ve önlisans öğrencilerine hazırlanan ölçek e-posta yoluyla gönderilmiştir.

Örneklem büyüklüğü hesaplamalarına göre istatistiksel olarak uygulanmasında yeterli örneklem sayısı 1059 civarında iken örneklem hatalarını minimize etmek için ulaşılan birim sayısının fazla olmasına özen gösterilmiştir. Bunun için 2000 anket gönderilmiştir. Örneklem kapsamında gönderilen 2000 anketin 782 tanesine cevap verilmezken, 159 anket demografik bilgilerin eksik olması, cevapların gelişigüzel doldurulması, boş bırakılan cevapların çok olması vb. nedenlerle değerlendirmeye alınmamıştır.

Bu araştırmada kullanılan anketin üç bölümü bulunmaktadır. İlk bölüm katılımcıların demografik nitelikleri görmeye yarayacak 13 ifade ile ortaya konulmuştur. İkinci bölümde ise araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik istikrara etkilerine yönelik 15 ifade, kültürel uyum yeteneğini ölçmeye yönelik 9 ifade yer almaktadır. Ayrıca, üçüncü bölümde ise bu çalışma için hazırlanan girişimcilik hedeflere yönelik 25 ifadeden oluşan bir ölçek hazırlanmıştır. Ankette toplam 49 ifade kullanılmıştır.

İkinci grupta “Küreselleşmenin Ekonomik Etkilerini ve Kültürel uyum Yeteneğini” ölçmeye yönelik ifadeleri kapsayan ve Mine Halis (2015) tarafından geliştirilmiş ölçeğin Cronbach Alfa cinsinden güvenilirlikleri “Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri (.870); Kültürel uyum Yeteneğini (.720)” oldukça yüksek bulunmuştur. Ölçeklere uygulanan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda bazı sorular ölçekten çıkarılarak ölçeğin güvenilirliği artırılmıştır.

Ankette kullanılan ölçeklerde yer verilmiş ifadelerin, değişkenleri en iyi şekilde temsil ettiklerinin ortaya konulabilmesi için eşit aralıkları olduğu varsayılan 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır “1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum”.

2.3.1 Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi

Katılımcıların Girişimciliğine ilişkin algılarını ölçmek maksadıyla araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanacak ifadelerin belirlenmesi sürecinin birinci aşamasında değişkenlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ankette kullanılan ifadelerin kontrol edilmesi amacıyla benzer konularda araştırmalar yapmış uzmanların görüşlerine başvurulmuştur.

Üçüncü aşama, ölçek için belirlenen ifadelerin test edildiği, aşamadır.

Araştırmanın tasarlanmasındaki son aşamada; ölçeklerin evreni temsil gücüne sahip olup olmadıkları ve güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin saptanmasında ölçeğin

belirlenen örnekleme uygulanması sonucunda toplanan veriler çerçevesinde araştırma hipotezlerinin test edilmesi, sonuç ve önerilerin sunulması aşaması olarak uygulanmıştır. Girişimcilik hedeflere ilişkin olarak ölçeğin tasarımının ikinci aşamasında belirlenen ifadelerle ilişkin üçüncü aşamada ilk pilot uygulama yapılarak verilerin faktör verilerine uygun olup olmadığına ilişkin Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Testi (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi sonuçlarına bakılmıştır.

Tablo 2.1’de araştırma sonucunda girişimcilik hedeflere ilişkin olarak elde edilen verilerin faktör analizine uygun olup olmadığına ilişkin Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Testi (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları yer almaktadır. Faktör analizinde değişkenler arasında yüksek korelasyon ilişkisi aranmaktadır. Değişkenler arasında korelasyon azaldıkça, faktör analizi sonuçlarına olan güven de o denli azalmaktadır. Bartlett testinin sonucu anlamlı olup “ $p(\text{sign.})=0.000<0.05$ ” değişkenler arasında yüksek korelasyonların mevcut olduğu ve verilerin çoklu normal dağılımdan geldiği görülmüştür. KMO katsayısı 0.957 olduğundan değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun mükemmel seviyede olduğu görülmüştür (0.7-0.8 iyi, 0.5-0.7 arası orta, en az 0.5 olmalı).

Tablo 2.1: Girişimcilik ölçeğinin faktör analizine uygunluğuna ilişkin kaiser-meyer-olkin örneklem yeterlilik ve bartlett küresellik testleri sonuçları.

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Testi.		0.957
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	16811.178
	df	300
	Sig.	0.000

Tablo 2.2’e göre, yapılan faktör analizinde, “Girişimcilik Ölçeği”nde yer alan ifadelerin ortak varyansları hesaplanmış ve faktör yük değerlerinin 0.40 ve daha yüksek olması nedeniyle ölçekteki 25 ifadenin tümü analize alınmıştır.

Tablo 2.2: Girişimcilik ölçeğine ilişkin ifadelerin güvenilirlik katsayıları.

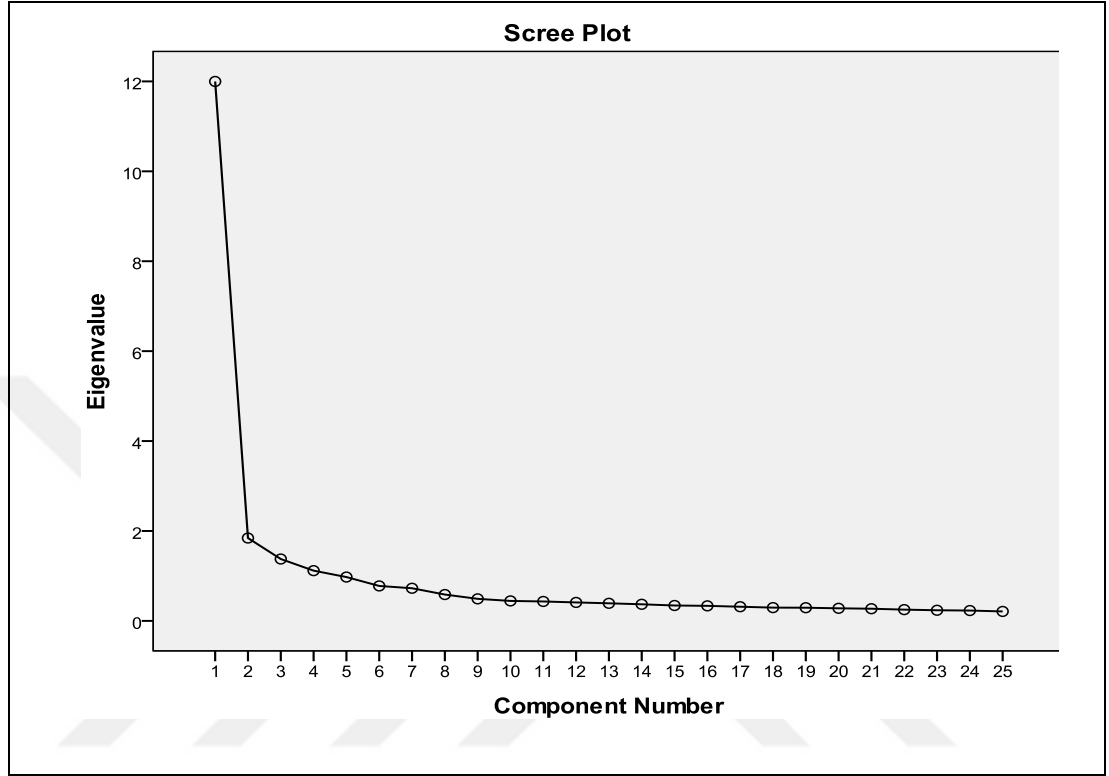
Madde No	Faktör Yük Değerleri	Madde No	Faktör Yük Değerleri
GİH25	0.563	GİH38	0.716
GİH26	0.656	GİH39	0.731
GİH27	0.687	GİH40	0.666
GİH28	0.669	GİH41	0.629
GİH29	0.606	GİH42	0.591
GİH30	0.554	GİH43	0.626
GİH31	0.605	GİH44	0.657
GİH32	0.672	GİH45	0.649
GİH33	0.681	GİH46	0.716
GİH34	0.641	GİH47	0.690
GİH35	0.670	GİH48	0.672
GİH36	0.683	GİH49	0.625
GİH37	0.681		<i>Faktör yük değeri > 0.40</i>

Tablo 2.3'e bakıldığında faktör analizi ile açıklanan toplam varyansların dönüşümden önceki ve sonraki öz değerlerine göre 1'den büyük dört faktörün çıktığı görülmektedir. Faktör sayısının belirlenmesinde özdeğer olarak 1'den büyük olan faktörler anlamlı olarak seçilmiştir. İlk faktör toplam varyansın %21.217'sini, ikinci faktör %15.632'sini, üçüncü faktör %14.774'ünü, dördüncü faktör ise toplam varyansın %13.717'sini açıklamaktadır. Birikimli varyans miktarı, toplam varyansın %65.341'üdür.

Tablo 2.3: Faktör analizi ile açıklanan toplam varyans.

İlk Özdeğerler			Karesi Alınmış Yüklemelerin Çıkarılmış Topamları			Karesi Alınmış Yüklemelerin Dönüşümlü Topamları		
Toplam	Varyans %	Kümülati f %	Toplam	Varyans %	Kümülati f %	Toplam	Varyans %	Kümülati f %
11.998	47.992	47.992	11.998	47.992	47.992	5.304	21.217	21.217
1.843	7.371	55.364	1.843	7.371	55.364	3.908	15.632	36.849
1.377	5.506	60.870	1.377	5.506	60.870	3.694	14.774	51.623
1.118	4.471	65.341	1.118	4.471	65.341	3.429	13.717	65.341
0.975	3.901	69.241						
0.778	3.111	72.352						
.....						
0.211	.842	100.000						

Şekil 2.2’de; 4’ten sonra yatay bir şekil alan faktör analizi scree grafiğinde özdeğerlerin (Eigenvalue) 4 bileşenden sonra 1’in altına indiği, bu sonuca göre elde edilen faktör sayısının 4 olabileceği görülmektedir.



Şekil 2.2: Faktör analizi scree grafiği.

Aşağıdaki Tablo 2.4’de Varimax rotasyonlu (dönüşümlü) faktör yükleri hesaplanan maddelerin yapılan analizleri neticesinde ölçeğin 25 maddeden ve 4 boyuttan oluştuğu görülmüştür. Dönüşümlü faktör yüklerinden faydalanılarak maddelerin taşıdıkları anlamlar da dikkate alınarak elde edilen boyutlara sırasıyla;

- a. *Bireysel Amaç*: GH46, GH48, GH 45, GH47, GH44, GH49, GH43, GH42
- b. *Toplumsal Amaç* : GH38, GH39, GH37, GH36, GH40, GH41.
- c. *İş Odaklılık* : GH33, GH32, GH34, GH31, GH35, GH30.
- d. *Otonomi* : GH27, GH26, GH28, GH25, GH29

Tablo 2.4: Faktör analizi dönüşümlü faktör yükü (varimax) rotasyon sonucu.

	Bileşen			
	1	2	3	4
GH46	0.773	0.205	0.201	0.188
GH 48	0.753	0.180	0.205	0.177
GH 45	0.740	0.208	0.187	0.155
GH 47	0.739	0.219	0.259	0.170
GH 44	0.714	0.247	0.199	0.213
GH 49	0.701	0.186	0.238	0.205
GİH43	0.666	0.299	0.162	0.259
GH 42	0.572	0.437	0.155	0.221
GH 38	0.259	0.750	0.214	0.203
GH 39	0.339	0.727	0.169	0.242
GH 37	0.201	0.686	0.368	0.185
GH 36	0.234	0.637	0.454	0.130
GH 40	0.426	0.632	0.098	0.276
GH 41	0.493	0.564	0.082	0.247
GH 33	0.214	0.242	0.740	0.172
GH 32	0.197	0.154	0.732	0.270
GH 34	0.258	0.375	0.650	0.106
GH 31	0.268	0.137	0.637	0.329
GH 35	0.226	0.490	0.593	0.161
GH 30	0.209	0.040	0.543	0.462
GH 27	0.171	0.234	0.245	0.737
GH 26	0.205	0.233	0.144	0.734
GH 28	0.270	0.165	0.316	0.684
GH 25	0.252	0.216	0.097	0.666
GH 29	0.215	0.125	0.427	0.602

Tablo 2.5'e göre; Bireysel Amaç Faktörü 8.00 ile 40.00 arasında puan almakta olup ortalama puanı 32.21 ± 0.23 'tür. Toplumsal Amaç Faktörü ise 6.00 ile 30.00 arasında puan almakta olup ortalama puanı 23.63 ± 0.18 . İş Odaklılık Faktörü 6.00 ile 30.00 arasında puan almakta olup ortalama puanı 22.95 ± 0.17 ve Otonomi Faktörü 5.00 ile 25.00 arasında puan almakta olup ortalama puanı 19.18 ± 0.15 ' dir.

Tablo 2.5: Girişimcilik ölçeği faktör analizi sonucu elde edilen alt boyutların ortalama puanları.

	Bireysel Amaç	Toplumsal Amaç	İş Odaklılık	Otonomi
F	1059	1059	1059	1059
Ortalama	32.21	23.65	22.95	19.18
Sd.	0.23	0.18	0.17	0.15
Minimum	8.00	6.00	6.00	5.00
Maximum	40.00	30.00	30.00	25.00

2.4 Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin istatistiksel değerlendirmelerini kolaylaştırmak için SPSS programından yararlanılmıştır. Veriler incelenmiş ve numaralandırılarak programa yüklenmiştir.

Araştırma verilerinin değerlendirilmesi esnasında betimleyici istatistik yöntemlerinden faydalanılmıştır. Ayrıca, değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisinin tespiti için basit ve çok değişkenli regresyon analizi, girişimcilik hedeflere ilişkin verilerin tüm katılımcılarca anlaşılabilirliğini değerlendirmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır.

Elde edilen veriler kullanılarak katılımcı gruplar arası karşılaştırmalarda t-testi, ANOVA testi kullanılırken, farklılaşmaya neden olan grubun tespitinde ise; Varyansların homojenliğinin tespiti için Levene testi, bu testin sonucuna göre; Kruskal Wallis-H Testi, Turkey HSD ve Tamhane's T2 testi tercih edilmiştir. Grupların kendi aralarındaki anlamlılığın tespit edilmesinde $p < 0.05$ değeri kullanılmıştır.

2.4.1 Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bilgileri incelendiğinde aşağıda ayrıntısıyla sunulan demografik bilgilere ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlasının (%52.2) Batman ve Siirt Üniversitelerinde öğrenim gördükleri, geri kalan öğrencilerin ise (%47.8) Kilis, Bitlis ve Gaziantep Üniversitelerinde öğrenim gördükleri, cinsiyete göre öğrencilerin 579'u (%52.5) erkek, 524'inin (%47.5) ise kadın oldukları görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin 16'sının (%0.6) kardeşe sahip olmadığı, 638 öğrencinin (%57.8) 1-5 arası kardeşe sahip olduğu, 413 öğrencinin (%37.4) 6-10 arası kardeşe sahip

olduğu, geri kalan 47 öğrencinin (%4.2) ise 11-24 arasında kardeşe sahip oldukları saptanmıştır. Bildikleri dil bakımından öğrencilerinin büyük çoğunluğunun 870 (%78.8) 1 ve 2 dil aralığında kümelendikleri görülmüştür. 3 ve 4 dil bilen öğrenci sayısının 232 (%21.1), 1 öğrencinin (%0.1) ise 5 dil bildiği görülmüştür.

Yıllık gelir olarak öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%65.4) 1-5.000 TL gelir grubunda kümelendikleri görülmüştür. 15.000 TL-20.000 TL ve üstü gelir grubunda ise 115 öğrenci (%11.5) bulunmaktadır. Eğitim alanına göre öğrenciler; 289 kişi ile (%26.2) meslek yüksekokulları, 270 kişi ile (%24.4) sosyal bilimler, 205 kişi ile (%18.6) beden eğitimi ve spor yüksekokulu, 198 kişi ile (%17.9) sağlık bilimleri, geri kalan 143 öğrenci ise (%12.9) mühendislik, fen ve konservatuar alanlarında dağıldıkları saptanmıştır. Kaldıkları yer bakımından çoğunluk (%32.9) devlet yurdunda, %23.6'sı ailesinin yanında, %18.3'ü kiralık evde, %14.3'ü özel yurтта, geri kalan kesimin ise akraba, tanıdık ve diğer yerlerde kaldıkları görülmüştür.

Öğrencilerin yarısına yakınının (%49.1) şehirde, %27.2'sinin büyükşehirde, geri kalan %23.7'sinin ise kasaba ve köylerde büyüdüğü saptanmıştır. Öğrencilerin anne ve baba eğitimi olarak; en çok ilköğretim düzeyinde kümelendikleri (baba %61.4 anne %74.2), en az dağılıma lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine (baba 54.5 anne %3.8) sahip oldukları görülmüştür. Öğrencilerin %30.3'ünün sol politik eğilime, %28.0'nin diğer politik eğilimlere, %21.8'inin sağ politik eğilimlere, geri kalan %16.0'sının merkez politik eğilimine sahip oldukları belirlenmiştir. Politik eğilimi olmayan öğrenci grubu ise %3.9'dur. Öğrencilerin %43.1'lik kesiminin ailesinde ticaretle uğraşan hiç kimsenin olmadığı, %43.5'inin baba ve ağabeylerinin, geri kalan 13.4'nün ise anne, abla ve kardeşlerinin ticaretle uğraştıkları görülmüştür.

Tablo 2.6'ya göre; %54.5'i küreselleşmenin yeni iş imkânları sağlayarak ekonomik etkide bulunduğuna katıldıklarını, %28.9' u ise bu duruma katılmadıklarını belirtmişlerdir. Küreselleşmenin ekonomik etkileri olarak haberleşme ve iletişim imkânlarının daha geniş kitlelere ulaştığına öğrencilerin %55.6'sı katılmakta iken, %23.3 bu ifadeye katılmadıklarını bildirmişlerdir. Küreselleşmenin ekonomik etkisinin yatırımlarda ciddi artışlar meydana getirdiğine %51.2'sinin katıldıklarını, en çok kararsız kalınan ifadelerden ikincisi olarak öğrencilerin %26.4'ünün bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 2.6 incelendiğinde küreselleşmenin olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerine ilişkin öğrenci görüşlerinin ortalama olarak birbirine çok yakın olduğu, öğrencilerin bu konuda fikir birliği içerisinde oldukları söylenebilir. %56.6'sı

küreselleşmenin ekonomik etkisi ile teknoloji transferi ve know-how (teknik bilgi) sağladığını, %54.6'sının eğitim olanaklarının artışına imkân sağladığını, %49.6'sının ise iş ve çalışma koşullarında iyileşmeler sağladığını belirtmişlerdir.

Tablo 2.6: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesimlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesimlikle Katılıyorum	X	ss.
	%	%	%	%	%		
1.Yeni iş imkânları imkân sağlamaktadır.	11.0	17.9	16.6	35	19.5	3.34	1.28
2.Haberleşme ve iletişim imkânları daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.	8.5	14.8	21.1	36.2	19.4	3.43	1.20
3.Yatırımlarda ciddi artışlar meydana getirmektedir.	8.1	14.3	26.4	33.0	18.2	3.39	1.17
4.Teknoloji transferi ve know-how (teknik bilgi) sağlamaktadır.	6.9	14.0	22.5	35.9	20.7	3.50	1.17
5.Eğitim olanaklarının artışına imkân sağlamaktadır.	8.3	13.8	23.4	36.2	18.3	3.42	1.18
6.İş ve çalışma koşullarında iyileşmeler sağlamaktadır.	8.3	16.8	25.1	30.6	19.2	3.36	1.20
7.Hukuk ve insan hakları konusunda duyarlılık artmaktadır.	9.0	15.3	23.1	32.9	19.7	3.39	1.22
8.Sivil Toplum Kuruluşları aracılığıyla sosyal dayanışma ruhu gelişmektedir.	8.6	14.7	23.3	31.5	21.9	3.43	1.22
9.Uluslararası büyük şirketler ekonomik kaynakları sömürmektedir.	9.5	13.1	19.0	32.9	25.5	3.52	1.26
10.Emeği ve yerel kaynakları sömüren çevreyi bozan bir düzen yaratmaktadır.	7.7	11.1	26.9	28.7	25.6	3.53	1.20
11.Kalifiye olmayan iş gücü için ücretlerin azalmasına yol açmaktadır.	8.1	10.9	23.6	32.2	25.2	3.56	1.21
12.Küresel zenginlik kaynakları bir grup mutlu azınlığa akmaktadır.	6.9	11.8	26.3	29.5	25.5	3.55	1.19
13.Dünyada yoksulluk artmaktadır.	7.4	10.0	23.9	31.1	27.6	3.62	1.20
14.Zenginlik kaynakları küresel güçler tarafından kontrol edilmektedir.	7.2	12.1	21.8	30.1	28.8	3.61	1.22
15.Küresel krizler yaratarak kaynaklarının sömürülmesini kolaylaştırmaktadır.	7.1	10.2	23.5	30.7	28.5	3.63	1.20
Toplam						3.48	1.20

Küreselleşmenin ekonomik etkisi ile hukuk ve insan hakları konusunda duyarlılık artmaktadır ifadesine öğrencilerin %52.6'sı, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla sosyal dayanışma ruhu gelişmektedir ifadesine %53.4'ü, katıldıklarını belirtmişlerdir. Tüm bu ifadeler küreselleşmenin ekonomik etkisine yönelik olumlu ifadeler olup, ortalamaya bakıldığında olumlu yaklaşımları görülmüştür.

Küreselleşmenin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik olarak öğrencilerin %58.4'ü uluslararası büyük şirketlerin ekonomik kaynakları sömürdüğüne, %54.3'ü emeği ve yerel kaynakları sömüren çevreyi bozan bir düzen yaratıldığına, %57.9'nun nitelikli olmayan iş gücü için ücretlerin azalmasına yol açtığına, %58.7'si dünyada yoksulluğu arttırdığına, %58.9'unun zenginlik kaynaklarının küresel güçler tarafından kontrol edildiğine ve son olarak da öğrencilerin %59.2'sinin ise küresel krizlerle kaynaklarının sömürülmesini kolaylaştırdığına katıldıklarını belirtmişlerdir.

Demografik değişkenler açısından görüşleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığına yönelik analizlerin sonuçları aşağıdaki Tablo 2.7'de verilmiştir.

Tablo 2.7: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin öğrenim gördükleri üniversitelere göre anova sonuçları.

Üniversite	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Batman	Gruplararası	505.051	4	126.263	0.977	0.419
Bitlis Eren	Gruplarıçi	128523.220	995	129.169		
Siirt	Toplam	129028.271	999			
Gaziantep						
Kilis 7 Aralık						

Tablo 3.7'ye göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında öğrenim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir fark görülmemiştir (F=0.977, p=0.419>0.05).

Tablo 2.8'a göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır (T=1.878, p=0.06 >0.05).

Tablo 2.8: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre T testi sonuçları.

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Erkek	579	52.91	11.13	1.878	0.060
Kadın	524	51.56	11.58		

Tablo 2.9'a göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında konuştukları dil sayısı bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir (F= 2.035, p=0.088>0.05).

Tablo 2.9: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin konuştuıkları dil sayılarına göre ANOVA sonuçları.

Dil Sayısı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
1 Dil	Gruplararası	1046.787	4	261.697	2.035	0.088
2 Dil	Gruplarıçi	127981.484	995	128.625		
3 Dil	Toplam	129028.271	999			
4 Dil						
5 Dil						

Tablo 2.10'a göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.628$, $p=0.643>0.05$).

Tablo 2.10: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin ailenin yıllık gelirlerine göre ANOVA sonuçları.

Dil Sayısı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
1-5.000	Gruplararası	324.926	4	81.231	0.628	0.643
5.001-1.0000	Gruplarıçi	128703.345	995	129.350		
1.0001-15.000	Toplam	129028.271	999			
15.001-20.000						
20.001 üstü						

Tablo 2.11'e göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında eğitim alanları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.000$, $p=0.424>0.05$).

Tablo 2.11: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin eğitim alanlarına göre ANOVA sonuçları.

Eğitim Alanı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Sosyal Bilimler	Gruplararası	775.324	6	129.221	1.000	0.424
Fen Bilimler	Gruplarıçi	128252.947	993	129.157		
Güzel Sanatlar Konservatuar Mühendislik Bil. Sağlık Bilimleri BESYO Meslek Y.O.	Toplam	129028.271	999			

Tablo 2.12'ye göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.220, p=0.294>0.05$).

Tablo 2.12: Öğrencilerin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin öğrenci olarak kaldıkları yere göre ANOVA sonuçları.

Öğrencinin Kaldığı Yer	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Devlet Yurdu Özel Yurdu Ailemin Yanında Akraba Yanında Tanıdık Yanında Kiralık Ev Diğer	Gruplararası	943.804	6	157.301	1.220	0.294
	Gruplarıçi	128084.467	993	128.987		
	Toplam	129028.271	999			

Tablo 2.13'e göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, büyüdükleri yerleşim birimlerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.431, p=0.731>0.05$).

Tablo 2.13: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin büyüdükleri yerleşim birimlerine göre ANOVA sonuçları.

Büyüdüğü Yer	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Büyükşehir Şehir Kasaba Köy	Gruplararası	167.135	3	55.712	0.431	0.731
	Gruplarıçi	128861.136	996	129.379		
	Toplam	129028.271	999			

Tablo 2.14'e göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.659, p=0.621>0.05$).

Tablo 2.14: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin politik eğilimlerine göre ANOVA sonuçları.

Politik Eğilim	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Sol Merkez Sağ Diğer Yok	Gruplararası	340.968	4	85.242	0.659	0.621
	Gruplarıçi	128687.303	995	129.334		
	Toplam	129028.271	999			

Tablo 2.15'e göre üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmamalarına göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($T=0.100$, $p=0.920>0.05$).

Tablo 2.15: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşlerinin daha önce işletme girişiminde bulunma durumuna göre T testi sonuçları.

İşletme Girişimi	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Evet	172	52.36	11.11	0.100	0.920
Hayır	941	52.26	11.41		

Tablo 2.16'ye göre üniversite öğrencilerinin %54.2'sinin kültürel uyum yeteneği ile yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabileceklerine, %51'inin farklı kültürlere ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları bildiklerine, %49.7'sinin diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini bildiklerine ilişkin ifadelerle katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu ifadelerle katılmayan ve kararsız olan öğrenci oranlarının birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir (~ %25).

Tablo 2.16: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X	St.
	%	%	%	%	%		
16.Yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabilirim.	8.2	12.3	25.3	31.7	22.5	3.48	1.20
17.Farklı kültürlere ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum.	6.2	13.8	29.0	31.4	19.6	3.44	1.13
18.Diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini biliyorum.	7.1	15.8	27.4	29.7	20.0	3.40	1.18
19.Diğer dillerin (örneğin, kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum.	7.7	16.9	23.5	30.7	21.2	3.41	1.21
20.Farklı kültürden biriyle etkileşimde kullanacağım kültürel bilginin farkındayım.	7.3	14.3	22.5	32.6	23.3	3.50	1.20

Tablo 2.16 (Devam): Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X	St.
	%	%	%	%	%		
21.Farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bulunduğumda sahip olduğum bilginin doğruluğunu kontrol ederim.	6.5	12.1	21.9	36.4	23.1	3.58	1.16
22.Farklı kültürden biriyle konuştuğumda gerektiğinde sözel davranışlarımı (örneğin, aksan, vurgu, ton) değiştiririm.	7.3	12.0	22.8	33.6	24.3	3.56	1.19
23.Farklı kültürden biriyle iletişim kurarken gerekirse davranışlarımı değiştiririm.	8.2	13.2	19.9	32.8	25.9	3.55	1.23
24.Farklı kültürden insanlarla etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım.	7.5	10.1	19.9	32.5	30.0	3.67	1.21
Toplam						3.51	1.19

Yine öğrencilerin %51.9'u diğer dillerin (örneğin, kelime bilgisi, dilbilgisi) kurallarını biliyorum, %55.9'u farklı kültürden biriyle etkileşimde kullanacağım kültürel bilginin farkındayım, %59.5'i farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bulunduğumda sahip olduğum bilginin doğruluğunu kontrol ederim, %57.9'u farklı kültürden biriyle konuştuğumda gerektiğinde sözel davranışlarımı (örneğin, aksan, vurgu, ton) değiştiririm, %58.1'i farklı kültürden biriyle iletişim kurarken gerekirse davranışlarımı değiştiririm ve son olarak da öğrencilerin %62.5'i farklı kültürden insanlarla etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin bu ifadelerle katılmadıklarını belirten öğrenci oranı yaklaşık %20 olup geri kalan öğrencilerin ise kararsız oldukları görülmüştür. Küreselleşmenin ekonomik etkisine yönelik öğrenci görüşlerinin ortalaması (A.O. 3.48, SD:1.20) ile kültürel uyum yeteneklerine ilişkin öğrenci görüşlerinin ortalamalarının (3.51, SD:1.19) birbirine çok yakın olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin bazı demografik değişkenler açısından görüşlerinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin istatistik sonuçları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 2.17'ye göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında öğrenim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir fark bulunmuştur. (F=6.360, p=0.00*<0.05). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için öncelikle varyansların homojenliği için Levenes testi yapılmış, varyansların homojen olmadığı görüldüğünden (Levene Testi F=;6.002, p=<0.05) Post Hoc istatistik tekniklerinden Tamhane's T2 testi tercih edilmiştir.

Tablo 2.17: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin öğrenim gördükleri üniversitelere göre ANOVA sonuçları.

Politik Eğilim	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Kilis Siirt Batman Bitlis Gaziantep	Gruplararası	1281.676	4	320.419	6.360	0.000*
	Gruplarıçi	50130.755	995	50.383		
	Toplam	51412.431	999			

Tablo 2.18'e göre Kilis Üniversitesi öğrencileri ile diğer üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri kıyaslandığında, Kilis Üniversitesi öğrencilerinin sahip olduğu grup ortalama puanlarının Batman, Bitlis ve Gaziantep Üniversitelerinin sahip olduğu grup ortalama puanları arasında fark olduğu belirlenmiştir (F=6.360, p<0.05*). Kilis Üniversitesi ile Siirt Üniversitesi arasında ise anlamlı bir fark bulunmamıştır (F=6.360, p>0.05*).

Tablo 2.18: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi üniversiteler arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tamhane's T2 testi sonuçları.

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Kilis Üniversitesi	Siirt Ü.	-0.46318	0.63010	0.998
	Batman Ü.	-2.58885*	0.58908	0.000*
	Bitlis Ü.	-2.64116*	0.78685	0.009*
	Gaziantep Ü.	-2.20853*	0.76822	0.043*
Siirt Üniversitesi	Kilis Ü.	0.46318	0.63010	0.998
	Batman Ü.	-2.12567*	0.62102	0.007*
	Bitlis Ü.	-2.17798	0.81104	0.074
	Gaziantep Ü.	-1.74535	0.79298	0.252

Tablo 2.18 (Devam): Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi üniversiteler arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tamhane's T2 testi sonuçları.

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Batman Üniversitesi	Kilis Ü.	2.58885*	0.58908	0.000*
	Siirt Ü.	2.12567*	0.62102	0.007*
	Bitlis Ü.	-0.05231	0.77960	1.000
	Gaziantep Ü.	0.38031	0.76080	1.000
Bitlis Üniversitesi	Kilis Ü.	2.64116*	0.78685	0.009*
	Siirt Ü.	2.17798	0.81104	0.074
	Batman Ü.	0.05231	0.77960	1.000
	Gaziantep Ü.	0.43262	0.92246	1.000
Gaziantep Üniversitesi	Kilis Ü.	2.20853*	0.76822	0.043
	Siirt Ü.	1.74535	0.79298	0.252
	Batman Ü.	-0.38031	0.76080	1.000
	Bitlis Ü.	-0.43262	0.92246	1.000

Bununla birlikte Siirt Üniversitesi öğrencilerinin diğer üniversite öğrencileri ile karşılaştırılması yapıldığında, sadece Siirt Üniversitesi öğrencilerinin grup ortalama puanları ile Batman üniversitesi öğrencilerinin grup ortalama puanları arasında anlamlı fark bulunmuş ($F=6.360$, $p<0.05^*$), diğer üniversite öğrencilerinin grup ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0.05$).

Yine Tamhane's testi sonucuna göre; Batman Üniversitesi öğrenci grup ortalamaları ile Kilis ve Siirt Üniversiteleri öğrenci grubunun ortalamaları arasında anlamlı fark görülmüştür ($F=6.360$, $p<0.05^*$). Batman Üniversitesi öğrenci grubunun ortalamaları ile Bitlis ve Gaziantep Üniversiteleri öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0.05$). Yine bir diğer üniversite olan Bitlis Üniversitesi öğrenci grubunun ortalaması ile sadece Kilis üniversitesi öğrenci grubu ortalaması arasında anlamlı fark görülmüştür ($F=6.360$, $p<0.05^*$). Bitlis üniversitesi öğrenci grubu ortalaması ile diğer üniversite öğrenci grubu ortalamaları arasında anlamlı fark görülmemiştir ($p>0.05$). Son olarak Gaziantep Üniversitesi öğrenci grup ortalama puanları diğer 4 üniversite öğrencileri grubu ortalamaları ile kıyaslandığında sadece Kilis Üniversitesi öğrenci grubu ortalaması arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F=6.360$, $p<0.05^*$). Diğer üniversite grubu öğrencileri arasında anlamlı bir fark

görülmemiştir ($p>0.05$). Tablo 2.19'a göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($T=0.678$. $p=0.498 >0.05$).

Tablo 2.19: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre T testi sonuçları.

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Erkek	579	31.73	7.10	0.678	0.498
Kadın	524	31.42	7.25		

Tablo 2.20'ye göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında konuştıkları dil sayıları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 2.16$. $p=0.930>0.05$).

Tablo 2.20: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin konuştıkları dil sayılarına göre ANOVA sonuçları.

DilSayısı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
1 Dil	Gruplararası	44.595	4	11.149	0.216	0.930
2 Dil	Gruplariçi	51367.836	995	51.626		
3 Dil	Toplam	51412.431	999			
4 Dil						
5 Dil						

Tablo 2.21'e göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmüştür. ($F= 3.001$. $p=0.018*<0.05$). Farkın hangi gelir grupları arasında olduğunu tespit etmek için öncelikle varyansların homojenliği testi yapılmış, varyansların homojen olduğu (Levene Testi $F=3.001$. $p=0.600>0.05$) görülünce Post Hoc istatistik tekniklerinden Tukey HSD testi tercih edilmiştir.

Tablo 2.21: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin ailenin yıllık gelirlerine göre ANOVA sonuçları.

Yıllık Gelir Durumu	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
1-5.000	Gruplararası	612.892	4	153.223	3.001	0.018*
5.001-1.0000	Gruplariçi	50799.539	995	51.055		
1.0001-15.000	Toplam	51412.431	999			
15.001-20.000						
20.001 üstü						

Tablo 2.22'ye öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi gelir grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Tukey testi sonucuna göre; iki grupta anlamlı fark görülmüştür. Birinci grup olan 1-5.000 TL arası gelir grubuna sahip öğrenci ortalaması ile gelir grubu 5.001-10.000 TL arasında olan öğrenci grubu ortalaması arasında, ikinci olarak 5.001-10.000 TL gelir grubu ortalaması ile 1-5.000 TL gelir grubu ortalaması arasında anlamlı farklar bulunmuştur (F=3.001. p=0.011*<0.05). Her iki gelir grubu ortalaması ile diğer gelir grubu ortalaması arasında anlamlı bir fark oluşmamıştır (p> 0.05).

Tablo 2.22: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi gelir grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Tukey HSD testi sonuçları.

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	P
1-5.000	5.001-10.000	-2.21226*	0.68179	0.011*
	10.001-15.000	-0.33852	0.77057	0.992
	15.001-20.000	0.51035	1.02951	0.988
	20.001 üstü	0.47677	0.94258	0.987
5.001-10.000	1-5.000	2.21226*	0.68179	0.011*
	10.001-15.000	1.87374	0.94999	0.280
	15.001-20.000	2.72261	1.16987	0.137
	20.001 üstü	2.68903	1.09415	0.101
10.001-15.000	1-5.000	0.33852	0.77057	0.992
	5.001-10.000	-1.87374	0.94999	0.280
	15.001-20.000	0.84887	1.22374	0.958
	20.001 üstü	0.81530	1.15156	0.955
15.001-20.000	1-5.000	-0.51035	1.02951	0.988
	5.001-10.000	-2.72261	1.16987	0.137
	10.001-15.000	-0.84887	1.22374	0.958
	20.001 üstü	-0.03358	1.33874	1.000
2.0001 üstü	1-5.000	-0.47677	0.94258	,987
	5.001-10.000	-2.68903	1.09415	0.101
	10.001-15.000	-0.81530	1.15156	0.955
	15.001-20.000	0.03358	1.33874	1.000

Tablo 2.23'e göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, eğitim alanları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir (F=1.633. p=0.135>0.05).

Tablo 2.23: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin eğitim alanlarına göre ANOVA sonuçları.

Eğitim Alanı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Sosyal Bilimler	Gruplararası	502.347	6	83.725	1.633	0.135
Fen Bilimler	Gruplarıçi	50910.084	993	51.269		
Güzel Sanatlar Konservatuar Mühendislik Bil. Sağlık Bilimleri BESYO Meslek Y.O.	Toplam	51412.431	999			

Tablo 2.24'e göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir (F= 1.876. p=0.082>0.05).

Tablo 2.24: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin öğrenci olarak kaldıkları yere göre ANOVA sonuçları.

Öğrencinin Kaldığı Yer	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Devlet Yurdu	Gruplararası	576.292	6	96.049	1.87	0.082
Özel Yurdu					6	
Ailemin Yanında	Gruplarıçi	50836.139	993	51.195		
Akraba Yanında	Toplam	51412.431	999			
Tanıdık Yanında						
Kıralık Evde						
Diğer						

Tablo 2.25'e göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, büyüdükleri yerleşik birimlerine göre anlamlı fark bulunmamıştır (F= 3.024. p=0.494>0.05).

Tablo 2.25: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin büyüdüğü yerleşim birimlerine göre ANOVA sonuçları.

Büyüdüğü Yer	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Büyükşehir	Gruplararası	464.035	3	154.678	3.024	0.494
Şehir	Gruplarıçi	50948.396	996	51.153		
Kasaba	Toplam	51412.431	999			
Köy						

Tablo 2.26'ya göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı fark görülmemiştir (F=1.427. p=0.223>0.05).

Tablo 2.26: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin politik eğilimlerine göre ANOVA sonuçları.

Politik Eğilim	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Sol	Gruplararası	293.159	4	73.290	1.427	0.223
Merkez	Gruplarıçi	51119.272	995	51.376		
Sağ	Toplam	51412.431	999			
Diğer						
Yok						

Tablo 2.27'ye göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmama durumlarına göre anlamlı fark görülmemiştir (T=-0.162. p=0.871>0.05).

Tablo 2.27: Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerin daha önce işletme girişiminde bulunma durumuna göre T testi sonuçları.

İşletme Girişimi	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Evet	172	31.50	6.98	-0.162	0.871
Hayır	941	31.60	7.21		

Tablo 2.28'e göre, Bireysel amaç boyutunda girişimcilik hedeflere ilişkin olarak öğrencilerin %72.3'ü zamana daha çok değer vermeliyiz, %71.9'u toplumda yetkiye sahip birisi olmak benim için önemlidir, %72.6'sı yenilik ve teknolojik

gelişmelerde öncü olmak benim için önemlidir ifadelerine büyük çoğunluk olarak katıldıkları, geri kalan öğrencilerin ise bu ifadelere ya katılmadıkları ya da kararsız oldukları görülmüştür. Öğrencilerin %72.4'ü değer verdiğim ve örnek aldığım insanlara benzemek isterim, %75.7'si kendi statü ve prestijimi, ailemin statüsünü arttırmak benim için önemlidir, %77.9'u kendime, eşime ve çocuklarıma güven veren birisi olmak isterim ve son olarak %80'i en büyük çoğunluk olarak başarılı ve tanınmış birisi olmak isterim ifadelerine katıldıkları görülmüştür. Öğrencilerin bireysel amaç boyutunda Girişimciliğine ilişkin görüşlerinin ortalamasına (A.O; 4.02. SD:1.17) bakıldığında bu hedeflere olumlu yaklaştıkları söylenebilir.

Tablo 2.28: Bireysel amaç boyutu ile girişimciliğe ilişkin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		X	Ss.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
42. Zamana daha çok değer vermeliyiz	54	5.4	63	6.3	160	16.0	298	29.8	425	42.5	3.98	1.15
43. Toplumda yetkiye sahip birisi olmak benim için önemlidir	70	7.0	65	6.5	146	14.6	293	29.3	426	42.6	3.94	1.21
44. Yenilik ve teknolojik gelişmelerde öncü olmak benim için önemlidir	54	5.4	68	6.8	152	15.2	288	28.8	438	43.8	3.99	1.16
45. Değer verdiğim ve örnek aldığım insanlara benzemek isterim	71	7.1	78	7.8	127	12.7	287	28.7	437	43.7	3.94	1.23
46. Kendi statü ve prestijimi, ailemin statüsünü arttırmak benim için önemlidir	64	6.4	56	5.6	123	12.3	292	29.2	465	46.5	4.04	1.18
47. Kendime, eşime, çocuklarıma güven veren birisi olmak isterim	58	5.8	54	5.4	109	10.9	274	27.4	505	50.5	4.11	1.16
48. Başarılı ve tanınmış birisi olmak isterim	56	5.6	66	6.6	111	11.1	296	29.6	471	47.1	4.06	1.16
49. Yaratıcı birisi olmak isterim	62	6.2	46	4.6	92	9.2	270	27.0	530	53.0	4.16	1.16
Toplam											4.02	1.17

Tablo 2.29'a göre; Toplumsal amaç boyutu ile girişimcilik hedeflere ilişkin olarak öğrencilerin %71.3'u kurum içinde insanları yöneterek başarılı görevler yapmayı önemsiyorum, %72.7'si kendi fikirlerimi gerçekleştirmede özgür olmak

benim için önemlidir, %73.3'ü Kendimi sürekli geliştirmem önemlidir, %73.7'si toplumun refahını arttırmada katkıda bulunmak benim için önemlidir, %72.3'ü toplumda saygılı birisi olmak önemlidir, %70.1'i yeni iş yerleri kurmak isterim ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir. Toplumsal amaç boyutu ile öğrencilerin girişimcilik niyetlerine ilişkin görüşlerinin ortalamasına (A.O:3.94. SD:1.17) bakıldığında gerek bireysel amaç boyutunda olsun gerekse toplumsal amaç boyutunda olsun öğrencilerin girişimcilik niyetlerine ilişkin ifadelerle çoğunlukla olumlu yaklaşıtları, her iki boyut ortalaması karşılaştırıldığında girişimcilik hedeflere ilişkin olarak bireysel amaç boyutunun, toplumsal amaç boyutuna göre daha önde olduğu söylenebilir.

Tablo 2.29: Toplumsal amaç boyutu ile girişimciliğe ilişkin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		X	Ss.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
36. Kurum içinde insanları yöneterek başarılı görevler yapmayı önemsiyorum	70	7.0	73	7.3	144	14.4	337	33.7	376	37.6	3.88	1.20
37. Kendi fikirlerimi gerçekleştirmede özgür olmak benim için önemlidir	55	5.5	67	6.7	151	15.1	345	34.5	382	38.2	3.93	1.14
38. Kendimi sürekli geliştirmem önemlidir	51	5.1	68	6.8	148	14.8	313	31.3	420	42.0	3.98	1.14
39. Toplumun refahını arttırmada katkıda bulunmak benim için önemlidir	65	6.5	58	5.8	140	14.0	303	30.3	434	43.4	3.98	1.18
40. Toplumda saygılı birisi olmak önemlidir	56	5.6	77	7.7	143	14.3	293	29.3	431	43.1	3.97	1.18
41. Yeni iş yerleri kurmak isterim	64	6.4	70	7.0	165	16.5	288	28.8	413	41.3	3.92	1.20
Toplam											3.94	1.17

Tablo 2.30'de iş odaklılık boyutuyla öğrencilerin girişimcilik niyetlerine ilişkin görüşlerine bakıldığında; %65.9'u tanınmış herhangi bir kuruluşta çalışmayı başka bir kuruluşta çalışmaya tercih ederim, %65.4'ü uzmanlık gerektiren görevlerde çalışmayı tercih ederim, %67.9'u toplumda saygı duyduğu bir kurumda çalışmak

benim için çok önemlidir, %68.9'u işten atılma ihtimali olmayan bir kurumda çalışmayı tercih ederim, %69.7'si rekabet ve kazanma ortamı sağlayan iş imkânlarını her zaman değerlendiririm ve %71.2'si işimde ilerleyebilmek için, bilgimi ve yeteneklerimi kullanabileceğim işleri tercih ederim ifadelerine katıldıkları, öğrencilerin yaklaşık %16'sı bu ifadelere ya katılmadıkları ya da kararsız kaldıkları görülmüştür. Öğrenci görüşlerinin ortalamasına bakıldığında (A.O:3.82. SD:1.20) iş odaklılık boyutuyla girişimcilik niyetlerine ilişkin ifadeler öğrencilerin çoğunluğunun olumlu yaklaştıkları, iş odaklılık boyutunda girişimcilik hedeflere öğrencilerin bireysel ve toplumsal amaç boyutuna göre daha az katıldıkları, bir başka ifade ile öğrencilerin girişimcilik niyetlerine bakış açısında iş odaklılıktan ziyade bireysel ve toplumsal amacın etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 2.30: İş odaklılık boyutu ile girişimciliğine ilişkin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		X	Ss.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
30. Tanınmış herhangi bir kuruluşta çalışmayı başka bir kuruluşta çalışmaya tercih ederim	70	7.0	103	10.3	168	16.8	311	31.1	348	34.8	3.76	1.23
31. Uzmanlık gerektiren görevlerde çalışmayı tercih ederim	75	7.5	113	11.3	158	15.8	303	30.3	351	35.1	3.74	1.25
32. Toplumda saygı duyduğu bir kurumda çalışmak benim için çok önemlidir	61	6.1	76	7.6	184	18.4	308	30.8	371	37.1	3.85	1.18
33. İşten atılma ihtimali olmayan bir kurumda çalışmayı tercih ederim	63	6.3	95	9.5	153	15.3	331	33.1	358	35.8	3.83	1.20
34. Rekabet ve kazanma ortamı sağlayan iş imkânlarını her zaman değerlendiririm	59	5.9	88	8.8	155	15.5	309	30.9	389	38.9	3.88	1.19
35. İşimde ilerleyebilmek için, bilgimi ve yeteneklerimi kullanabileceğim işleri tercih ederim	59	5.9	74	7.4	155	15.5	340	34.0	372	37.2	3.89	1.16
Toplam											3.82	1.20

Tablo 2.31'e göre öğrencilerinin otonomi boyutu ile Girişimciliğine ilişkin görüşleri incelendiğinde; %66.1'i kendi işimin patronu olmak benim için önemlidir, %68.6'sı iş garantisi olan bir meslekte çalışmak benim için önceliklidir, %70.1'i işimin sosyal yaşantıma fırsat vermesi benim için önemlidir, %70.6'sı rekabet ve başarı,

kariyerimin öncelikleridir ve %70.4'ü işim, bana inisiyatif kullanabilme imkanı sağlamalıdır ifadelerine çoğunluk düzeyinde katıldıkları, bu ifadelere öğrencilerin %15.2'sinin katılmadıkları, %16.2'sinin ise bu ifadelerle ilişkin olarak kararsız kaldıkları görülmüştür.

Tablo 2.31: Otonomi boyutu ile girişimciliğine ilişkin frekans ve yüzde değerleri.

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum		X	Ss.
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
25. Kendi işimin patronu olmak benim için önemlidir	78	7.8	88	8.8	181	18.1	306	30.6	355	35.5	3.79	1.21
26. İş garantisi olan bir meslekte çalışmak benim için önceliklidir	69	6.9	84	8.4	161	16.1	301	30.1	385	38.5	3.85	1.22
27. İşimin sosyal yaşantıma fırsat vermesi benim için önemlidir	65	6.5	83	8.3	151	15.1	319	31.9	382	38.2	3.87	1.20
28. Rekabet ve başarı, kariyerimin öncelikleridir	58	5.8	83	8.3	153	15.3	327	32.7	379	37.9	3.89	1.17
29. İşim, bana inisiyatif kullanabilme imkanı sağlamalıdır	74	7.4	83	8.3	167	16.7	329	32.7	347	34.7	3.79	1.21
Toplam											3.83	1.20

Öğrencilerin Girişimciliğine yönelik olarak ortalamaya bakıldığında, otonomi boyutu ile iş odaklılık boyutunda görüşlerinin hemen hemen aynı olduğu söylenebilir. Yine girişimcilik hedeflere ilişkin faktör analizi sonucunda belirlenen alt boyutlar incelendiğinde ilk iki boyut olan; Bireysel ve toplumsal amaç boyutları ile üçüncü ve dördüncü boyut olan iş odaklılık ve otonomi boyutlarında öğrenci görüşlerinin kendi aralarında birbirine çok yakın oldukları söylenebilir. Öğrencilerin küreselleşmenin ekonomik etkileri ile kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin dört boyutlu girişimcilik üzerindeki etkisinin hangi düzeyde olduğunun ve bu görüşlerinin bazı demografik değişkenlerine bağlı olarak farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin olarak yapılan test sonuçları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 2.32'ye göre; Güneydoğu Anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin küreselleşme algısı ve kültürel uyum yeteneklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkileri için yapılan çoklu regresyon

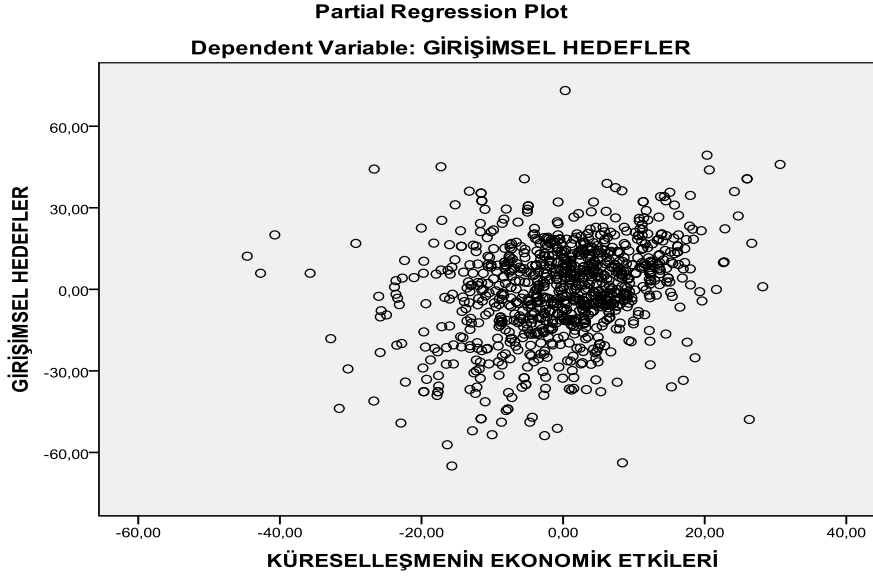
analizinde, küreselleşmenin ekonomik etkileri ile kültürel uyum yeteneklerinin, girişimcilik niyetleri üzerinde %35 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 2.32: Küreselleşme algısı ve kültürel uyum yeteneğinin girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları.

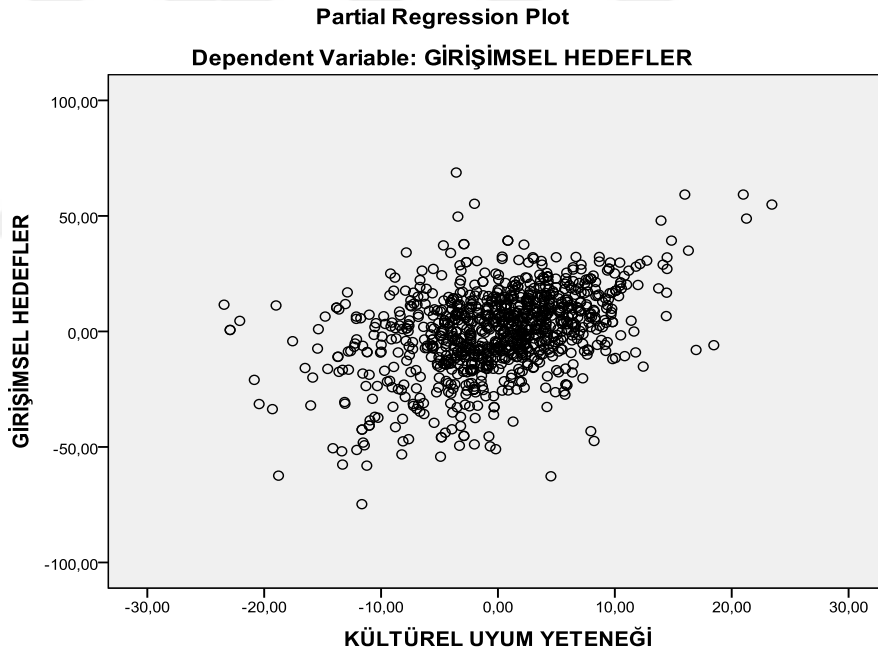
	B	β	t	R	R²	F	p
Regresyon Katsayısı	34.687		12.489	0.597	0.356	276.093	0.000*
Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri	0.502	0.277	9.488				0.000*
Kültürel Uyum Yeteneği	1.176	0.410	14.048				0.000*

($p < 0.05$. Bağımlı değişkenler: Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri ve Kültürel Uyum Yeteneği, Bağımsız Değişken: Girişimcilik Niyetleri)

Diğer bir ifadeyle Güneydoğu Anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin %35 oranında bu faktörlere bağlı olarak şekillendiği ($R^2:0.356$), öğrencilerin girişimcilik hedefleri ile küreselleşme algıları ve kültürel uyum yetenekleri arasındaki ilişkinin $p < 0.005$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Beta değerinin pozitif olması ilişkinin aynı yönlü olduğunu göstermektedir. Yani, öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin algısı ve kültürel uyum yetenekleri arttıkça algılanan girişimcilik hedefleri de artmaktadır. İlişki orta şiddette bir ilişkidir ($R=0.597$). Anlamlılık düzeyi $p < 0.005$ 'dir. Regresyon analizine ilişkin grafikler aşağıda Şekil 3.3 ve Şekil 3.4 gösterilmiştir.



Şekil 2.3: Küreselleşmenin ekonomik etkilerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi serpilme grafiği.



Şekil 2.4: Kültürel uyum yeteneklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi serpilme grafiği.

Tablo 2.33'e göre; çoklu regresyon analizi sonucunda öğrencilerinin girişimcilik hedefleri üzerinde etkili olan küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin algıları ile kültürel uyum yeteneklerinin ayrı ayrı etkisi için yapılan basit regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 2.33: Küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin algısının girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan basit regresyon analizi sonuçları.

	B	β	t	R	R ²	F	P
Regresyon katsayısı	52.746		19.584	0.479	0.229	296.508	0.000*
Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri	0.867	0.479	17.219				0.000*

($p < 0.05$. Bağımlı değişken: Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri, Bağımsız Değişken: Girişimcilik Hedefler)

Yukarıdaki tabloda, küreselleşmenin ekonomik etkilerinin, öğrencilerin girişimcilik hedefleri üzerinde %22.9 oranında etkili olduğu görülmektedir. Beta değerinin pozitif olması ilişkinin aynı yönlü olduğunu göstermektedir. Yani, küreselleşmenin ekonomik etkileri arttıkça, girişimcilik hedeflerde artmaktadır. İlişki orta altı düzeyde bir ilişkidir ($R=0.479$). Anlamlılık düzeyi $p < 0.005$ 'dir.

Tablo 2.34'e göre; öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerinin öğrencilerin girişimcilik hedefleri üzerinde %29.8 oranında etkili olduğu görülmektedir. Beta değerinin pozitif olması ilişkinin aynı yönlü olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin kültürel uyum yetenekleri arttıkça, girişimcilik hedefleri de artmaktadır. İlişki orta düzeyde bir ilişkidir ($R=0.546$). Anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ 'dir. Öğrencilerin girişimcilik hedefleri üzerinde kültürel uyum yeteneklerinin etkisinin, küreselleşmenin ekonomik etkisine oranla daha etkilidir denilebilir.

Tablo 2.34: Kültürel uyum yeteneklerinin girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan basit regresyon analizi sonuçları.

	B	β	t	R	R ²	F	P
Regresyon katsayısı	48.558		19.702	0.546	0.298	424.315	0.000*
Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri	1.567	0.546	20.599				0.000*

Tablo 2.36'ya göre; öğrencilerin Girişimciliğin alt boyutlarında öğrenim gördükleri üniversiteye göre görüşleri arasında anlamlı farklılaşma belirlenmiştir ($F=4.919$. $p=0.001 < 0.05$ *). Anlamlı farklılaşmanın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Dunnett T3 testi sonucu Tablo 32'de verilmiştir.

Tablo 2.35: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin okudukları üniversitelere göre ANOVA sonuçları.

Alt Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Bireysel Amaç Toplumsal Amaç İş Odaklılık Otonomi	Gruplararası	8130.505	4	2032.626	4.919	0.001
	Gruplarıçi	411131.239	995	413.197		
	Toplam	419261.744	999			

Tablo 2.37 incelendiğinde; Siirt ve Batman üniversitelerinde okuyan öğrenci grupları arasında Girişimciliğin tüm alt boyutlarında görüşlerinin farklılaştığı belirlenmiştir (F=4.919. p=0.000*<0.05).

Tablo 2.36: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi üniversite grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Post Hoc testi sonuçları.

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Kilis	Siirt	3.60031	2.04320	0.557
	Batman	-4.01225	1.80593	0.238
	Bitlis	1.89253	2.18548	0.992
	Gaziantep	-0.07983	2.26585	1.000
Siirt	Kilis	-3.60031	2.04320	0.557
	Batman	-7.61256*	1.80545	0.000*
	Bitlis	-1.70778	2.18508	0.997
	Gaziantep	-3.68014	2.26547	0.668
Batman	Kilis	4.01225	1.80593	0.238
	Siirt	7.61256*	1.80545	0.000*
	Bitlis	5.90478	1.96502	0.079
	Gaziantep	3.93242	2.05404	0.439
Bitlis	Kilis	-1.89253	2.18548	0.992
	Siirt	1.70778	2.18508	0.997
	Batman	-5.90478	1.96502	0.079
	Gaziantep	-1.97236	2.39458	0.995
Gaziantep	Kilis	0.07983	2.26585	1.000
	Siirt	3.68014	2.26547	0.668
	Batman	-3.93242	2.05404	0.439
	Bitlis	1.97236	2.39458	0.995

Ortalamalar kıyaslandığında Batman Üniversitesi öğrenci grubunun girişimcilik hedeflere ilişkin tüm alt boyutlara daha olumlu yaklaştıkları söylenebilir. Diğer üniversite grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 2.38'e göre Girişimciliğin boyutlarına ilişkin görüşler arasında cinsiyetlere göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($T=1.431$, $p=0.153 >0.05$).

Tablo 2.37: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre T-Testi sonuçları.

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Erkek	579	98.897	20.29	1.431	0.153
Kadın	524	97.042	20.67		

Tablo 2.39'a göre girişimcilik hedeflere ilişkin tüm boyutlarda konuştuıkları dil sayısı bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.967$, $p=0.425>0.05$).

Tablo 2.38: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin konuştuıkları dil sayılarına göre ANOVA sonuçları.

Dil Sayısı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
1 Dil	Gruplararası	1623.31	4	405.829	0.967	0.425
2 Dil	Gruplarıçi	417638.42	995	419.737		
3 Dil	Toplam	419261.74	999			
4 Dil						
5 Dil						

Tablo 2.40'a bakıldığında; öğrencilerin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi eğitim alanları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre, Sosyal Bilimler ile Meslek Yüksekokulu öğrenci görüşleri arasında ($p=0.013*<0.05$) ve Sağlık Bilimleri ile Meslek Yüksekokulu öğrenci görüşleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmüştür ($p=0.015*$, $p<0.05$). Her iki eğitim alanı grubundaki öğrenci görüşlerinin ortalamasına bakıldığında Sosyal ve Sağlık Bilimleri alanına dâhil öğrenci grubu ortalamasının Meslek Yüksekokulu öğrenci grubu ortalamasından yüksek olduğu, bu gruplara dâhil öğrencilerin Meslek Yüksekokulu öğrenci grubuna göre Girişimciliğin tüm alt boyutlarına daha olumlu yaklaştıkları söylenebilir.

Tablo 2.39: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi eğitim alanları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testi sonuçları.

Alanlar	Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$
Sosyal Bilimler	Fen Bilimleri	2.79231	2.87882	0.988
	G.S. Konservatuar	1.34517	3.61391	1.000
	Mühendislik Bilimleri	4.05037	3.85954	0.981
	Sağlık Bilimleri	0.56848	1.99202	1.000
	BESYO	-1.02490	1.97028	1.000
	Meslek Yüksekokulu	-7.25682*	1.80084	0.013*
Fen Bilimler	Sosyal Bilimler	-2.79231	2.87882	0.988
	G.S. Konservatuar	-1.44713	4.24141	1.000
	Mühendislik Bilimleri	1.25806	4.45256	1.000
	Sağlık Bilimleri	-2.22382	2.98284	0.997
	BESYO	-3.81720	2.96837	0.948
	Meslek Yüksekokulu	-10.04913	2.85871	0.055
Güzel Sanatlar Konservatuar	Sosyal Bilimler	-1.34517	3.61391	1.000
	Fen Bilimleri	1.44713	4.24141	1.000
	Mühendislik Bilimleri	2.70520	4.95964	1.000
	Sağlık Bilimleri	-0.77669	3.69731	1.000
	BESYO	-2.37007	3.68564	0.999
	Meslek Yüksekokulu	-8.60199	3.59791	0.456
Mühendislik Bilimleri	Sosyal Bilimler	-4.05037	3.85954	0.981
	Fen Bilimler	-1.25806	4.45256	1.000
	G.S. Konservatuar	-2.70520	4.95964	1.000
	Sağlık Bilimleri	-3.48189	3.93774	0.993
	BESYO	-5.07527	3.92678	0.947
	Meslek Yüksekokulu	-11.30719	3.84456	0.195
Sağlık Bilimleri	Sosyal Bilimler	-0.56848	1.99202	1.000
	Fen Bilimler	2.22382	2.98284	0.997
	G.S. Konservatuar	0.77669	3.69731	1.000
	Mühendislik Bilimleri	3.48189	3.93774	0.993
	BESYO	-1.59338	2.11938	0.997
	Meslek Yüksekokulu	-7.82530*	1.96285	0.015*
BESYO	Sosyal Bilimler	1.02490	1.97028	1.000
	Fen Bilimler	3.81720	2.96837	0.948
	G.S. Konservatuar	2.37007	3.68564	0.999
	Mühendislik Bilimleri	5.07527	3.92678	0.947
	Sağlık Bilimleri	1.59338	2.11938	0.997
	Meslek Yüksekokulu	-6.23192	1.94078	0.113
Meslek Yüksekokulu	Sosyal Bilimler	7.25682*	1.80084	0.013*
	Fen Bilimler	10.04913	2.85871	0.055
	G.S. Konservatuar	8.60199	3.59791	0.456
	Mühendislik Bilimleri	11.30719	3.84456	0.195
	Sağlık Bilimleri	7.82530*	1.96285	0.015*
	BESYO	6.23192	1.94078	0.113

Tablo 2.41'e göre üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.324$. $p=0.259>0.05$).

Tablo 2.40: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin ailenin yıllık gelirlerine göre ANOVA sonuçları.

Yıllık Gelir Durumu	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
1-5.000	Gruplararası	2220.053	4	555.013	1.324	0.259
5.001-1.0000	Gruplarıçi	417041.691	995	419.137		
1.0001-15.000	Toplam	419261.744	999			
15.001-20.000						
20.001 üstü						

Tablo 2.42'ye göre üniversite öğrencilerinin Girişimciliğine ilişkin görüşleri arasında, eğitim alanları bakımından anlamlı fark bulunmuştur ($F= 5.047$. $p=0.000*<0.05$). Farkın hangi eğitim alanları arasında olduğunu belirlemek için varyansların homojenliği testi yapılmış, varyanslar homojen olduğundan Post-Hoc test yöntemlerinden Scheffe testi kullanılmıştır (Levene Testi, $F=5.047$. $p=0.075$).

Tablo 2.41: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin eğitim alanlarına göre ANOVA sonuçları.

Eğitim Alanı	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Sosyal Bilimler	Gruplararası	12408.03	6	2068.006	5.047	0.000*
Fen Bilimler						
Güzel Sanatlar	Gruplarıçi	406853.70	993	409.722		
Konservatuar	Toplam	419261.74	999			
Mühendislik Bil.						
Sağlık Bilimleri						
BESYO						
Meslek Y.O.						

Tablo 2.43'e göre üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F=1.710$. $p=0.115>0.05$).

Tablo 2.42: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin öğrenci olarak kaldıkları yere göre ANOVA sonuçları.

Öğrencinin Kaldığı Yer	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Devlet Yurdu Özel Yurdu, Ailemin Yanında, Akraba Yanında, Tanıdık Yanında, Kiralık Evde, Diğer.	Gruplararası	4287.714	6	714.619	1.710	0.115
	Gruplarıçi	414974.03	993	417.899		
	Toplam	419261.74	999			

Tablo 2.44'e göre öğrencilerin Girişimciliğine ilişkin görüşleri arasında yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucuna göre büyüdükleri yerleşim birimlerine göre anlamlı fark bulunmamıştır ($p=0.252>0.05$).

Tablo 2.43: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin büyüdükleri yerleşim birimlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonuçları.

Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	X ²	sd	P
Büyükşehir	272	503.70	4.090	3	0.252
Şehir	491	513.31			
Kasaba	91	453.56			
Köy	146	480.72			

Tablo 2.45'e göre üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı fark görülmemiştir ($F= 0.819$. $p=0.513>0.05$).

Tablo 2.44: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin politik eğilimlerine göre ANOVA sonuçları.

Politik Eğilim	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Sol Merkez Sağ Diğer Yok	Gruplararası	1375.906	4	343.977	0.819	0.513
	Gruplarıçi	417885.83	995	419.986		
	Toplam	419261.74	999			

Tablo 2.46'ye göre Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmama durumlarına göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($T = -0.647$, $p = 0.518 > 0.05$).

Tablo 2.45: Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin daha önce işletme girişiminde bulunma durumuna göre T Testi sonuçları.

İşletme Girişimi	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Evet	172	96.92	23.08	-0.647	0.518
Hayır	931	98.21	19.99		

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TARTIŞMA

Bu çalışmanın ilk iki bölümünde kavramlarla ilgili verilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere; tarihsel evrimi içerisinde küreselleşmenin getireceği yararları kadar sorunları da olduğu konusunda ortak bir kararın olduğu söylenebilir. Küreselleşmenin en önemli yararlarından birisinin de girişimcilerin önlerine yeni ufukları açmasıdır. Böylece, bu çalışmanın çıkış noktası olan girişimcilerin küreselleşen dünyada kültürel uyumun nasıl sağlanacağına tespit edilmesine cevap bulunması son derece önemli kabul edilmektedir.

Küreselleşme olgusuna kişisel ve toplumsal direnç refleksinin çok da fazla bir anlamının kalmadığı görülmektedir. Küreselleşmeye, siyaset veya ideolojik bakış açısıyla (emperyalizm) karşı olmak ile toplumsal ve kültürel pek çok sürecin değişmesi anlamında karşı olmak arasında farklılığın olduğu kabul edilmekle birlikte bu değişim kaçınılmaz görülmektedir.

Tablo 3.1: Hipotez testi sonuçları.

Hipotez 1: Küreselleşme algısı kültürel uyum yeteneği ve girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.	Desteklenmiştir
Hipotez 2: Küreselleşme algısı girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.	Desteklenmiştir
Hipotez 3: Kültürel uyum yeteneği girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.	Desteklenmiştir
Hipotez 4: Demografik özellikler kültürel uyum yeteneğini olumsuz etkiler.	Desteklenmiştir
Hipotez 5: Demografik özellikler küreselleşme algısını olumsuz etkiler.	Desteklenmiştir
Hipotez 6: Demografik özellikler girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.	Desteklenmiştir

Küreselleşmeye taraf ya da karşı olmak yerine, yeni durumdan hangi getirilerin elde edileceği veya olası olumsuzluklardan nasıl korunacağına tespit edilmesi daha gerçekçi olacaktır. Ayrıca, nihilist bir tavırla sürekli küreselleşmenin

olumsuzluklarını öne sürmek ve karamsarlığı beslemenin nafîle olduğu görülmektedir. Gelecek hakkında umudunu yitirmiş insanların yaşamlarına anlam katacak değerleri kaybetmeleri söz konusu olduğundan küreselleşmenin insanlık için yeni umutlar doğurma olasılığının varlığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %52.2'sinin Batman ve Siirt Üniversitelerinde öğrenim gördükleri, %47.8'sinin Kilis, Bitlis ve Gaziantep Üniversitelerinde öğrenim gördükleri, %52.5'sinin erkek, %47.5'sinin ise kadın oldukları görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin %0.6'sının kardeşi olmadığı, %57.8'sinin ise 1-5 arası kardeşe sahip olduğu, %37.4'sinin 6-10 arası kardeşe sahip olduğu, geri kalan %4.2'sinin ise 11-24 arasında kardeşe sahip oldukları saptanmıştır.

Bildikleri dil bakımından öğrencilerinin büyük çoğunluğunun (%78.8) 1 ve 2 dil aralığında kümелendikleri görülmüştür. 3 ve 4 dil bilen öğrenci sayısının 211 (%21.1), 1 öğrencinin (%0.1) ise 5 dil bildiği görülmüştür.

Yıllık gelir olarak öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%65.4) 1-5.000 TL gelir grubunda kümелendikleri görülmüştür. 15.000 TL-20.000 TL ve üstü gelir grubunda ise 115 öğrenci (%11.5) bulunmaktadır.

Eğitim alanına göre öğrenciler; 262 kişi ile (%26.2) meslek yüksekokulları, 244 kişi ile (%24.4) sosyal bilimler, 186 kişi ile (%18.6) beden eğitimi ve spor yüksekokulu, 179 kişi ile (%17.9) sağlık bilimleri, geri kalan 129 öğrenci ise (%12.9) mühendislik, fen ve konservatuar alanlarında dağıldıkları saptanmıştır.

Kaldıkları yer bakımından öğrencilerin çoğunluğunun (%32.9) devlet yurdunda, %23.6'sının ailesinin yanında, %18.3' ünün kiradadıkları evde, %14.3'ünün özel yurttta, geri kalan kesimin ise akraba, tanıdık ve diğer yerlerde kaldıkları görülmüştür.

Öğrencilerin yarısına yakınının (%49.1) şehirde, %27.2'isinin büyükşehirde, geri kalan %23.7'sinin ise kasaba ve köylerde büyüdükleri saptanmıştır. Öğrencilerin anne ve baba eğitimi olarak; en çok ilköğretim düzeyinde kümелendikleri (baba %61.4 anne %74.2), en az dağılıma lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine (baba 54.5 anne %3.8) sahip oldukları görülmüştür.

Öğrencilerin %30.3'ünün sol politik eğilime, %28.0'nin diğer politik eğilimlere, %21.8'inin sağ politik eğilimlere, geri kalan %16.0'sının merkez politik eğilimine sahip oldukları belirlenmiştir. Politik eğilimi olmayan öğrenci grubu ise %3.9'dur. Öğrencilerin %43.1'lik kesiminin ailesinde ticaretle uğraşan hiç kimsenin

olmadığı, %43.5'inin baba ve ağabeylerinin, geri kalan 13.4'nün ise anne, abla ve kardeşlerinin ticaretle uğraştıkları görülmüştür.

Öğrencilerin %54.5'i küreselleşmenin yeni iş imkânları sağlayarak ekonomik etkide bulunduğu katıldıklarını, %28.9' u ise bu duruma katılmadıklarını belirtmişlerdir. Küreselleşmenin ekonomik etkileri olarak haberleşme ve iletişim imkânlarının daha geniş kitlelere ulaştığına öğrencilerin %55.6'sı katılmakta iken, %23.3 bu ifadeye katılmadıklarını, %51.2'sinin küreselleşmenin ekonomik etkisinin yatırımlarda ciddi artışlar meydana getirdiğine katıldıklarını, tablo incelendiğinde en çok kararsız kalınan İfadelerden ikincisi olarak öğrencilerin %26.4'ünün bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.

Yine öğrencilerin %56.6'sının küreselleşmenin ekonomik etkisi ile teknoloji transferi ve know-how (teknik bilgi) sağladığını, %54.6'sının eğitim olanaklarının artışına imkân sağladığını, %49.6'sının ise iş ve çalışma koşullarında iyileşmeler sağladığını belirtmişlerdir.

Küreselleşmenin ekonomik etkisi ile hukuk ve insan hakları konusunda duyarlılık artmaktadır ifadesine öğrencilerin %52.6'sı, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla sosyal dayanışma ruhu gelişmektedir ifadesine %53.4'ü, katıldıklarını belirtmişlerdir. Tüm bu ifadeler küreselleşmenin ekonomik etkisine yönelik olumlu ifadeler olup, öğrencilerin ortalamasına bakıldığında olumlu yaklaşıtları görülmüştür.

Küreselleşmenin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik olarak öğrencilerin %58.4'ü uluslararası büyük şirketlerin ekonomik kaynakları sömürdüğüne, %54.3'ü emeği ve yerel kaynakları sömüren çevreyi bozan bir düzen yaratıldığına, %57.9'nun kalifiye olmayan iş gücü için ücretlerin azalmasına yol açtığına, %58.7'si dünyada yoksulluğu arttırdığına, %58.9'unun zenginlik kaynaklarının küresel güçler tarafından kontrol edildiğine ve son olarak da öğrencilerin %59.2'sinin ise küresel krizler yaratarak kaynaklarının sömürülmesini kolaylaştırdığına katıldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo analiz edildiğinde küreselleşmenin olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerine ilişkin öğrenci görüşlerinin ortalama olarak birbirine çok yakın olduğu, öğrencilerin bu konuda fikir birliği içerisinde oldukları söylenebilir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında öğrenim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F=0.977$, $p=0.419>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($T=1.878$, $p=0.06 >0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında konuştukları dil sayısı bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 2.035$, $p=0.088>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.628$, $p=0.643>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında eğitim alanları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.000$, $p=0.424>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.220$, $p=0.294>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, büyüdükleri yerleşim birimlerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.431$, $p=0.731>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 0.659$, $p=0.621>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmamalarına göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($T=0.100$, $p=0.920>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin %54.2'sinin kültürel uyum yeteneği ile yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabileceklerine, %51'inin farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları bildiklerine, %49.7'sinin diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini bildiklerine ilişkin ifadelere katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu ifadelere katılmayan ve kararsız olan öğrenci oranlarının birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir (~ %25).

Yine öğrencilerin %51.9'u diğer dillerin (örneğin, kelime bilgisi, dilbilgisi) kurallarını biliyorum, %55.9' u farklı kültürden biriyle etkileşimde kullanacağım kültürel bilginin farkındayım, %59.5'i farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bulunduğumda sahip olduğum bilginin doğruluğunu kontrol ederim, %57.9'u farklı kültürden biriyle konuştuğumda gerektiğinde sözel davranışlarımı (örneğin, aksan, vurgu, ton) değiştiririm, %58.1'i farklı kültürden biriyle iletişim kurarken gerekirse davranışlarımı değiştiririm ve son olarak da öğrencilerin %62.5' i farklı kültürden insanlarla etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

Kültürel uyum yeteneklerine ilişkin bu ifadelere katılmadıklarını belirten öğrenci oranı yaklaşık %20 olup geri kalan öğrencilerin ise karasız oldukları görülmüştür.

Tablo 3.18'e göre üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında öğrenim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir fark bulunmuştur. ($F=6.360$. $p=0.00^*<0.05$).

Kilis Üniversitesi öğrencileri ile diğer üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri kıyaslandığında, Kilis Üniversitesi öğrencilerinin sahip olduğu grup ortalama puanlarının Batman, Bitlis ve Gaziantep Üniversitelerinin sahip olduğu grup ortalama puanları arasında fark olduğu belirlenmiştir ($F=6.360$. $p<0.05^*$).

Yine Tamhane's testi sonucuna göre; Batman Üniversitesi öğrenci grup ortalamaları ile Kilis ve Siirt Üniversiteleri öğrenci grubunun ortalamaları arasında anlamlı fark görülmüştür ($F=6.360$. $p<0.05^*$). Batman Üniversitesi öğrenci grubunun ortalamaları ile Bitlis ve Gaziantep Üniversiteleri öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0.05$).

Yine bir diğer üniversite olan Bitlis Üniversitesi öğrenci grubunun ortalaması ile sadece Kilis üniversitesi öğrenci grubu ortalaması arasında anlamlı fark görülmüştür ($F=6.360$. $p<0.05^*$). Bitlis üniversitesi öğrenci grubu ortalaması ile diğer üniversite öğrenci grubu ortalamaları arasında anlamlı fark görülmemiştir ($p>0.05$).

Son olarak Gaziantep Üniversitesi öğrenci grup ortalama puanları diğer 4 üniversite öğrencileri grubu ortalamaları ile kıyaslandığında sadece Kilis Üniversitesi

öğrenci grubu ortalaması arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F=6.360$. $p<0.05^*$). Diğer üniversite grubu öğrencileri arasında anlamlı bir fark görülmemiştir ($p>0.05$)

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($T=0.678$. $p=0.498 >0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında konuştukları dil sayıları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 2.16$. $p=0.930>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmüştür. ($F= 3.001$. **$p=0.018^*<0.05$**).

Öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin hangi gelir grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Tukey testi sonucuna göre; iki grupta anlamlı fark görülmüştür. Birinci grup olan 1-5.000 TL arası gelir grubuna sahip öğrenci ortalaması ile gelir grubu 5.001-10.000 TL arasında olan öğrenci grubu ortalaması arasında, ikinci olarak 5.001-10.000 TL gelir grubu ortalaması ile 1-5.000 TL gelir grubu ortalaması arasında anlamlı farklar bulunmuştur ($F=3.001$. **$p=0.011^*<0.05$**).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, eğitim alanları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.633$. $p=0.135>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir ($F= 1.876$. $p=0.082>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, büyüdükleri yerleşik birimlerine göre anlamlı fark bulunmamıştır ($F= 3.024$. $p=0.494>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı fark görülmemiştir ($F= 1.427$. $p=0.223>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmama durumlarına göre anlamlı fark görülmemiştir ($T=-0.162$. $p=0.871>0.05$).

Bireysel amaç boyutunda girişimcilik hedeflere ilişkin olarak öğrencilerin %72.3'ü zamana daha çok değer vermeliyiz, %71.9'u toplumda yetkiye sahip birisi

olmak benim için önemlidir, %72.6'sı yenilik ve teknolojik gelişmelerde öncü olmak benim için önemlidir ifadelerine büyük çoğunluk olarak katıldıkları, geri kalan öğrencilerin ise bu ifadelere ya katılmadıkları ya da karasız oldukları görülmüştür.

Yine öğrencilerin %72.4'ü değer verdiğim ve örnek aldığım insanlara benzemek isterim, %75.7'si kendi statü ve prestijimi, ailemin statüsünü arttırmak benim için önemlidir, %77.9'u kendime, eşime ve çocuklarıma güven veren birisi olmak isterim ve son olarak %80'i en büyük çoğunluk olarak başarılı ve tanınmış birisi olmak isterim ifadelerine katıldıkları görülmüştür.

Öğrencilerin bireysel amaç boyutunda Girişimciliğine ilişkin görüşlerinin ortalamasına (A.O; 4.02. SD:1.17) bakıldığında bu hedeflere olumlu yaklaştıkları söylenebilir.

Toplumsal amaç boyutu ile girişimcilik hedeflere ilişkin olarak öğrencilerin %71.3'u kurum içinde insanları yöneterek başarılı görevler yapmayı önemsiyorum, %72.7'si kendi fikirlerimi gerçekleştirmede özgür olmak benim için önemlidir, %73.3'ü Kendimi sürekli geliştirmem önemlidir, %73.7'si toplumun refahını arttırmada katkıda bulunmak benim için önemlidir, %72.3'ü toplumda saygılı birisi olmak önemlidir, %70.1'i yeni iş yerleri kurmak isterim ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

Toplumsal amaç boyutu ile öğrencilerin girişimcilik hedeflere ilişkin görüşlerinin ortalamasına (A.O:3.94. SD:1.17) bakıldığında gerek bireysel amaç boyutunda olsun gerekse toplumsal amaç boyutunda olsun öğrencilerin girişimcilik hedeflere ilişkin ifadelerine çoğunlukla olumlu yaklaştıkları, her iki boyut ortalaması karşılaştırıldığında girişimcilik hedeflere ilişkin olarak bireysel amaç boyutunun, toplumsal amaç boyutuna göre daha önde olduğu söylenebilir.

İş odaklılık boyutuyla öğrencilerin girişimcilik hedeflere ilişkin görüşlerine bakıldığında; %65.9'u tanınmış herhangi bir kuruluştaki çalışmayı başka bir kuruluştaki çalışmaya tercih ederim, %65.4'ü uzmanlık gerektiren görevlerde çalışmayı tercih ederim, %67.9'u toplumda saygı duyduğu bir kurumda çalışmak benim için çok önemlidir, %68.9'u işten atılma ihtimali olmayan bir kurumda çalışmayı tercih ederim, %69.7'si rekabet ve kazanma ortamı sağlayan iş imkânlarını her zaman değerlendiririm ve %71.2'si işimde ilerleyebilmek için, bilgimi ve yeteneklerimi kullanabileceğim işleri tercih ederim ifadelerine katıldıkları, öğrencilerin yaklaşık %16'sı bu ifadelere ya katılmadıkları ya da karasız kaldıkları görülmüştür.

Öğrenci görüşlerinin ortalamasına bakıldığında (A.O:3.82. SD:1.20) iş odaklılık boyutuyla girişimcilik niyetlerine ilişkin ifadeler öğrencilerin çoğunluğunun olumlu yaklaştıkları, iş odaklılık boyutunda girişimcilik hedeflere öğrencilerin bireysel ve toplumsal amaç boyutuna göre daha az katıldıkları, bir başka ifade ile öğrencilerin girişimcilik niyetlerine bakış açısında iş odaklılıktan ziyade bireysel ve toplumsal amacın etkili olduğu söylenebilir.

Öğrencilerinin otonomi boyutu ile Girişimciliğine ilişkin görüşleri incelendiğinde; %66.1'i kendi işimin patronu olmak benim için önemlidir, %68.6'sı iş garantisi olan bir meslekte çalışmak benim için önceliklidir, %70.1'i işimin sosyal yaşantıma fırsat vermesi benim için önemlidir, %70.6'sı rekabet ve başarı, kariyerimin öncelikleridir ve %70.4'ü işim, bana inisiyatif kullanabilme imkânı sağlamalıdır ifadelerine çoğunluk düzeyinde katıldıkları, bu ifadeler öğrencilerin %15.2'sinin katılmadıkları, %16.2'sinin ise bu ifadelerle ilişkin olarak kararsız kaldıkları görülmüştür.

Öğrencilerin Girişimciliğine yönelik olarak ortalamaya bakıldığında, otonomi boyutu ile iş odaklılık boyutunda görüşlerinin hemen hemen aynı olduğu söylenebilir. Yine girişimcilik niyetlerine ilişkin faktör analizi sonucunda belirlenen alt boyutlar incelendiğinde ilk iki boyut olan; Bireysel ve toplumsal amaç boyutları ile üçüncü ve dördüncü boyut olan iş odaklılık ve otonomi boyutlarında öğrenci görüşlerinin kendi aralarında birbirine çok yakın oldukları söylenebilir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Sonuçlar:

Güneydoğu Anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin küreselleşme algısı ve kültürel uyum yeteneklerinin Girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan çoklu regresyon analizinde, küreselleşmenin ekonomik etkileri ile kültürel uyum yeteneklerinin, Girişimcilik üzerinde %35 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Küreselleşmenin ekonomik etkilerinin, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde %22.9 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerinin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde %29.8 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin Girişimciliğin alt boyutlarında öğrenim gördükleri üniversiteye göre görüşleri arasında anlamlı farklılaşma belirlenmiştir ($F=4.919$, $p=0.001<0.05^*$).

Öğrencilerin Girişimciliğin Alt Boyutlarına İlişkin Görüşlerinin Hangi Üniversite Grupları Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Dunnett T3 testi sonucuna göre; Siirt ve Batman üniversitelerinde okuyan öğrenci grupları arasında Girişimciliğin tüm alt boyutlarında görüşlerinin farklılaştığı belirlenmiştir ($F=4.919$, $p=0.000^*<0.05$.) Grup ortalamaları karşılaştırıldığında Batman Üniversitesinde okuyan öğrenci grubunun girişimcilik hedeflere ilişkin tüm alt boyutlara daha olumlu yaklaştıkları söylenebilir.

Öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğine ilişkin tüm alt boyutlarında görüşleri arasında konuştukları dil sayısı bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğine ilişkin görüşleri arasında, eğitim alanları bakımından anlamlı fark bulunmuştur.

Öğrencilerin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi eğitim alanları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre, Sosyal Bilimler ile Meslek Yüksekokulu öğrenci görüşleri arasında ($p=0.013^* < 0.05$) ve Sağlık Bilimleri ile Meslek Yüksekokulu öğrenci görüşleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir.

Öğrencilerin Girişimciliğine ilişkin görüşleri arasında yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucuna göre büyüdükları yerleşim birimlerine göre anlamlı fark bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmama durumlarına göre anlamlı bir fark görülmemiştir.

Küreselleşme algısı kültürel uyum yeteneği ve girişimcilik hedefleri olumsuz etkilemektedir.

Güneydoğu Anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin küreselleşme algısı ve kültürel uyum yeteneklerinin Girişimcilik üzerindeki etkileri için yapılan çoklu regresyon analizinde, küreselleşmenin ekonomik etkileri ile kültürel uyum yeteneklerinin, Girişimcilik üzerinde %35 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Küreselleşmenin ekonomik etkilerinin, öğrencilerin girişimcilik hedefleri üzerinde %22.9 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerinin öğrencilerin girişimcilik hedefleri üzerinde %29.8 oranında etkili olduğu görülmektedir.

Küreselleşme algısı girişimcilik niyetlerini olumsuz etkiler.

Küreselleşmenin ekonomik etkilerinin, öğrencilerin girişimcilik hedefleri üzerinde %22.9 oranında etkili olduğu görülmektedir. Beta değerinin pozitif olması ilişkinin aynı yönlü olduğunu göstermektedir. Yani, küreselleşmenin ekonomik etkileri arttıkça, girişimcilik hedeflerde artmaktadır. İlişki orta altı düzeyde bir ilişkidir ($R=0.479$). Anlamlılık düzeyi $p < 0.005$ 'dir.

Kültürel uyum yeteneği girişimcilik niyetleri olumsuz etkiler.

Öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerinin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde %29.8 oranında etkili olduğu görülmektedir. Beta değerinin pozitif olması ilişkinin aynı yönlü olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin kültürel uyum yetenekleri arttıkça, girişimcilik niyetleri de artmaktadır. İlişki orta düzeyde bir ilişkidir ($R=0.546$). Anlamlılık düzeyi $p<0.05$ 'dir. Öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde kültürel uyum yeteneklerinin etkisinin, küreselleşmenin ekonomik etkisine oranla daha etkilidir denilebilir.

Demografik özellikler kültürel uyum yeteneğini olumsuz etkiler.

Üniversite öğrencilerinin %54.2'sinin kültürel uyum yeteneği ile yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabileceklerine, %51'inin farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları bildiklerine, %49.7'sinin diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini bildiklerine ilişkin ifadeler katıldıklarını belirtmişlerdir.

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında öğrenim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir fark bulunmuştur.

Kilis Üniversitesi öğrencileri ile diğer üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri kıyaslandığında, Kilis Üniversitesi öğrencilerinin sahip olduğu grup ortalama puanlarının Batman, Bitlis ve Gaziantep Üniversitelerinin sahip olduğu grup ortalama puanları arasında fark olduğu belirlenmiştir.

Batman Üniversitesi öğrenci grubunun ortalamaları ile Bitlis ve Gaziantep Üniversiteleri öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşlerinin grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0.05$). Yine bir diğer üniversite olan Bitlis Üniversitesi öğrenci grubunun ortalaması ile sadece Kilis Üniversitesi öğrenci grubu ortalaması arasında anlamlı fark görülmüştür ($F=6.360$, $p<0.05^*$). Bitlis Üniversitesi öğrenci grubu ortalaması ile diğer üniversite öğrenci grubu ortalamaları arasında anlamlı fark görülmemiştir ($p>0.05$).

Üniversite öğrencilerinin kültürel uyum yeteneklerine ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmüştür.

Demografik özellikler küreselleşme algısını olumsuz etkiler.

Öğrencilerin küreselleşmenin ekonomik etkilerinin demografik özelliklerine göre dağılımı aşağıdaki gibidir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında öğrenim gördükleri üniversitelere göre anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında konuştuıkları dil sayısı bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında ailelerinin yıllık gelirleri bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında eğitim alanları bakımından anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında kaldıkları yere göre anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, büyüdüğü yerleşim birimlerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, politik eğilimlerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir.

Üniversite öğrencilerinin küreselleşmenin ekonomik etkilerine ilişkin görüşleri arasında, daha önce herhangi bir işletme girişiminde bulunup bulunmamalarına göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Öğrencilerin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi üniversite grupları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Dunnett t3 testi sonucuna göre; Siirt ve Batman üniversitelerinde okuyan öğrenci grupları arasında Girişimciliğin tüm alt boyutlarında görüşlerinin farklılaştığı belirlenmiştir ($f=4.919$, $p=0.000^* < 0.05$). Grup ortalamaları karşılaştırıldığında batman üniversitesinde okuyan öğrenci grubunun girişimcilik niyetlerine ilişkin tüm alt boyutlara daha olumlu yaklaşımları söylenebilir.

Üniversite öğrencilerinin Girişimciliğine ilişkin görüşleri arasında, eğitim alanları bakımından anlamlı fark bulunmuştur.

Öğrencilerin Girişimciliğin alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin hangi eğitim alanları arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre, Sosyal Bilimler ile Meslek Yüksekokulu öğrenci görüşleri arasında ($p=0.013^* < 0.05$) ve Sağlık Bilimleri ile Meslek Yüksekokulu öğrenci görüşleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmüştür.

Olumlu veya olumsuz yanları ile birlikte tartışılan bir konu olan küreselleşme nedeniyle tüm dünya aynı kalıplar içerisine sokulmaya çalışılmaktadır. Başka bir deyişle, kişilerin vizyonları daraltılarak çok boyutlu bir kültürel kimliğe sahip olmaları engellenmektedir. Küreselleşme nedeniyle, kültürel kimlikleri etkilenen kişilerin popüler kültürün zorlamasıyla benzeşmeye başlaması, diğer yandan da ulusal kimlikleri önemsememesi gibi sonuçları birçok araştırmacı tarafından ileri sürülmektedir. Küreselleşmenin en büyük etkisi şüphesiz ki iş dünyası ve girişimci davranışları üzerindedir. Bu yönüyle küreselleşme farklı kültürlerle tanışma ve işbirliğinde bulunma gibi nedenlerle girişimcilerin kültürel uyumları kadar kültürel uyumsuzluklarını da önemli kılmaktadır. Bu anlamda kültürel uyum yeteneği olan ve farklı kültürlerle ilişki kurma konusunda başarılı ve istekli olan girişimcilerin Girişimcilik ile ilişkili olacağı veya Girişimciliğin kültürel uyum yeteneğine göre farklılık göstereceği varsayılabilir.

Öneriler:

Araştırma sonucu öneriler şu şekilde tespit edilmiştir;

1. Küreselleşme ile birlikte yeni iş olanaklarının sağlandığı ve ekonomik etkilerde bulunduğu göz önüne alınarak küreselleşmenin olumlu yönlerinden yeterince faydalanılması gerektiği,
2. Küreselleşme ile birlikte haberleşme ve iletişim olanaklarının daha geniş kitlelere yayılmasının gerektiği,
3. Küreselleşmenin ekonomik etkilerine bağlı olarak yatırımlara daha fazla önem verilmesi gerektiği,
4. Küreselleşmenin ekonomik etkilerine bağlı olarak teknoloji transferi ve teknik bilgilere ulaşmada daha fazla yarım yapılması gerektiği,
5. Hukuk ve insan hakları konusunda daha duyarlı olunması gerektiği,
6. Sivil toplum kuruluşları ve sosyal yardımlaşma konularına daha fazla önem verilmesi gerektiği,
7. Uluslararası büyük şirketlerin toplumları ekonomik kaynaklarını sömürmesinin önüne geçilmesi gerektiği,
8. Emeğin ve yerel kaynakların sömürülmesinin önüne geçilmesi ve buna bağlı olarak kalifiye iş gücü kaybının önüne geçilmesi gerektiği,

9. Küreselleşme ile birlikte yoksulluğun artışının önüne geçilmesi ve zengin kaynakların küresel güçler tarafından adaletsizce kullanılmasına izin verilmemesi gerektiği,
10. Araştırmanın sonucuna göre ailelerin yıllık gelirlerinin öğrencilerin kültürel uyum yeteneklerini etkilediği, bu sonuca göre öğrencilerin küreselleşmenin ekonomik etkilerinden olumlu veya olumsuz etkilendikleri, olumsuz etkilenmelerin önüne geçilmesi gerektiği,
11. Girişimcilik üzerinde zamana daha fazla önem verilmesi gerektiği,
12. Girişimcilik niyetlerine bağlı olarak bireylerin saygınlık, sosyal statü ve ailelerinin statüsünü artırması gerektiği,
13. Girişimcilik niyetlerine bağlı olarak bireyin kendisine, ailesine ve çevresine karşı güven veren birisi olması gerektiği,
14. Araştırmaya katılanların verdiği cevaplara bağlı olarak ileride kendi işlerini kurma imkânına sahip olma isteklerinin önemsenmesi gerektiği,
15. Bireylerin girişimcilik niyetlerine bağlı olarak gelecekte tanınmış firmalarda çalışma isteğinin önünün açılması gerektiği konularında geleceğe dönük ciddi tedbirler ve yatırımlar yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2002). *Ekonomik, Siyasal ve Sosyo-Kültürel Boyutlarıyla Küreselleşme: Tehdit mi, Fırsat mı?* Liberal Düşünce Küreselleşme Özel Sayısı, s.15.
- Acar, M. (2003). *21.Yüzyılı Şekillendirecek İki Ana Kavram Olarak Küreselleşme ve Sivil toplum*, Sivil Toplum Dergisi, Sayı 4. 2003. İstanbul.
- Aksoy, Z. (2012). *Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 5 Sayı: 20. s.292-303.
- Aktar, A. (1990). *Kapitalizm, Az Gelişmişlik ve Türkiye’de Küçük Sanayi*, Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Aktel, M. (2001). *Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:6. Sayı:2. s.193-202. Isparta.
- Aktı, Ü. (2008). *Sosyolojik Açıdan Küreselleşme ve Din*, Basılmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Alpugan, O. (1994). *Küçük İşletmeler Kavramı: Kuruluş ve Yönetimi*, Der Yayınları, Ankara.
- Altay, A. (2005). *Beşeri Sermayenin Karşılaştırmalı Analizi*, TÜGİAD Yayınları, İstanbul.
- Altıparmak, A. (1993). *Müteşebbis Kavramı ve Tanzimat’tan 1932’ye Türkiye’de Müteşebbis Sınıfının Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Ansoff, H.I. (1965). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*, New York: McGraw Hill, s.80.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Ankara, Siyasal Kitabevi, s.54.

- Aytaç, Ö., ve İlhan, S. (2007). *Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, no.18. s.101-120.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). *Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi Örneği*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 3(2), 134-148.
- Başlak S. (2000). *İşletme Hedeflerinin Pozitif Girişimcilik Konsepti Yöneliminde Yeniden Değerlendirilmesi*, Kocaeli Ün. Sosyal Bil. Ens., Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2000
- Baştürk, Ş. (2001). *Bir Olgu olarak Küreselleşme, İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 3(2),
- Baykal, H., Baykal, T. & Baykal, C. (2005). *Küreselleşme ve Türkiye'nin Avrupa Birliğine Uyum Yönetimi*, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(4), 1-50.
- Bayrakdar, S. (2011). *Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi*, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 12. Sayı 1. s.247.
- Bedirhan, Y. (2009). *Avrupa Birliği Ülkelerinde Yaşayan Türk Çocuklarının Kültürel Uyum Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Kırgızistan, Sayı:16. s.1-7.
- Bird, A. Taylor, S. Beechler, S. (1998). *A Typology of International HRM in Japanese Multinational Corporations: Organizational Implications*, Human Resource Management, Summer V. 37/2.
- Blanchflower, D. and Oswald, A. (1999): *Entrepreneurship and the Youth Labour Market Problem*, LEED Document [DT/LEED(99)11], Territorial Development Service, OECD, Paris.
- Bloom, D.E. (2004). *Globalization and Education: An Economic Perspective. Globalization, Culture and Education in The New Millennium*, Edt. Marcelo M. Suarez Orozco and Desirée Boalian Quin-Hilliard, England: University of California Press, s. 56-77.
- Bozkurt, Ö. (2005), *Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sakarya Üniversitesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Bozkurt, V. (2000). *Kürselleşmenin İnsani Yüzü*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Börü, D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Yayın No.733. İstanbul.
- Cairncross, F. (1997). *The Death Of Distance: How The Communications Revolution Will Change Our Lives*, London: Orion, s.29.
- Cansız, M. (2013). *Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği*, Kalkınma Bakanlığı Yayınları, Yayın No: 2850. Ankara, s.37-98. (Bu bir dergi mi? Eğer öyleyse derginin adı ne?)
- Coşkun, A. (2011). *Küresel Krizin Girişimcilik Üzerine Etkisi: Piyasaya Yeni Giren Firmalar Açısından Ülke Karşılaştırması*, Sosyal Bilimler Dergisi, (2), s128-134.
- Çapcıoğlu, İ. (2008). *Küreselleşme, Kültür ve Din*, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı:2. s.153-183.
- Çavdarıcı, M. (2002). *Türkiye'de Sosyal Değerlerin Aşınması ve Kültür Sömürgeciliği*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, s.26.
- Çelik, C. (2004). *Kitle İletişim Araçları ve Popüler Kültür İlişkisine Sosyolojik Bir Yaklaşım*, Medyada Yeni Yaklaşımlar, Metin Işık (ed.), Eğitim Kitabevi, Konya, s.73.
- Çetinkaya-Bozkurt, Ö. (2011). *Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*, Detay Yayıncılık, Ankara, s.13-95.
- Çetinkaya-Bozkurt, Ö. ve Alparslan, A. M. (2013). *Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (8:1), s.8-23.
- Çokgezen, M., (2000). *New Fragmentations and New Cooperations in the Turkish Bourgeoisie*, Environment and Planning: Government and Policy. Vol 18. s.525-544.
- Dinçer, Ö. ve Fidan, Y. (2000). *İşletme Yönetimine Giriş*, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., İstanbul.

- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ. İstanbul.
- Doğan, D. M. (1989). *Dil-Kültür Yabancılaşması*, Rehber Yayınları, Yayın no:9. Ankara, s.26.
- Doğan, M. (1998). *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*, Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- DPT Müsteşarlığı. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı-Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara: DPT Müsteşarlığı.
- Dumanlı-Kürkçü, D. (2013). *Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar*, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC 3(2).
- Durukan, T. (2005). *Küresel Girişimcilik*, Editörler: Aytemiz Seymen, O. ve T. Bolat, Nobel Yayın, Ankara, s.139.
- Ehtiyar, R. (2003). *Kültürel Sinerji: Uluslararası İşletmelere Yönelik Kavramsal Bir İrdeleme*, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (5) 2003. s. 66-78.
- Eliot, T. S. (1987). *Kültür Üzerine Düşünceler*, (Çev. Dr. Sevim Kantarcıoğlu), Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları:478. s.131. Ankara.
- Emre, S. (2007). *Girişimcilik Kültürü: Hofstedenin Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması*. İnönü Üniversitesi. SBE. Yüksek Lisans Tezi
- Eren, E. (1997), *İşletmelerde Yenilik Kavramı ve Yenilik Sürecinin Safhaları*, İstanbul Ün. İşletme İkt. Ens. Yönetim Dergisi, Sayı 4. İstanbul.
- Erkal, M. M. (2000). *İktisadî Kalkınmanın Kültür Temelleri*, Der Yayınları, Yayın:266. İst. s.119-120.
- Ertübey, N. Ö. (1992). “*Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı*”, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, S:3 İzmir.
- Ferdows, K. (1980). *Start-up of small manufacturing ventures in developing countries*, American Journal of Small Business, 5 (2), 12-22.
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin Sonuçları*, Çev: Ersin Kuşdil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s.66–69.

- Gökçe, O (2006). *Almanya'da Uyum ve Dışlanma Arasında Türk Gençleri*, Türk Yurdu Dergisi, Nisan, Sayı:224. s.9-17.
- Gürsoy, Ş. (2007). *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din*, İhsan Çapcıoğlu (eds.), Platin Yayınları, Ankara, s.75.
- Halis, M. (2015). *Küreselleşmenin Kimlik Algısı Üzerindeki Etkisi: Kırgızistan Üniversitesi Öğrencilerinden Bulgular*, Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt:23 No:3. s.3-18.
- Harris R. P. ve Moran T. R. (1987) *Managing Cultural Differences*, Gulf Publishing Company, Houston, pp.91-92.
- Harris, R.P. (1981). *Professional Synergy*, Training and Development Journal, 35 (1), pp.18–33.
- Harris, R. P. (2004). *European Leadership in Cultural Synergy*, European Business Review, 16 (4), pp.358–380.
- Harvey, D. (1999) *Postmodernliğin Durumu*, Çev: Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul, s.291-341.
- Heinonen, J. (2006). *Action-Based Activities in Teaching Corporate Entrepreneurship at University Level*, Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability, 11(2), 1-26.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1985). *Entrepreneurship: Starting, Developing And Managing A New Enterprise*, Third Edition, Richard D. IrvinInc., s.11.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship*, Irwin McGraw Hill.
- Işık N., Göktaş D., Kılınç, E.C. (2011). *İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (6:1).
- Işık, N. (2001). *Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi*, Doğu Batı, 15 (4), s.122–123.
- İlhan, S. (2005). *Bazı Değişkenler Açısından Elazığ'da Girişimci Profili*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 15. sayı: 1. s.217-248. Elazığ.
- İşçi, M. (1995). *Kültür Sömürgeciliği ve Eğitim*, Turan Yayıncılık, İstanbul, s.150-151.

- Johnson, B. R. (1990). *Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur*, Entrepreneurship Theory and Practice, 14. pp.40.
- Jones, M. (2003). Chell, Elizabeth (2001) *Entrepreneurship: Globalisation, Innovation and Development*, Cumbria, Thomson Learning, European Management Journal, Volume 21. Issue 1. February 2003. s.129-131.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1990). *İnsan-Aile-Kültür*, Remzi Kitapevi, s.54-56. Ankara.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Kültürel Psikoloji. Kültür Bağlamında İnsan ve Aile*, İstanbul, Evrim Yayınları, s.102-104.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1981). *İnsan ve İnsanlar*, Evrim Basım, İstanbul.
- Kaplan, M. (1976). *Kültür ve Kültürü Meydana Getiren Unsurlar*, Türk Kültür ve Medeniyeti (Makaleler), Cilt: 1. Atatürk Üniv. Yay., Sevinç Matbaası, Ankara, s.63-64.
- Karaman, K. (2010). *Küreselleşme ve Eğitim Zeitschrift für die Welt der Türken*, Vol.2. No.3. s.131.
- Kırım, A (2010), *Türkiye'nin Girişimcilik Politikası Ne Olmalı?* TOBB Girişimcilik Kongresi, 6-7 Kasım, Ankara.
- Kilmann, H.R. (1984). *Beyond the Quick: Managing Five Tracks to Organizational Success*, San Francisco: Josey Bass Publishers, pp.33.
- Koçdemir, K. (2006). *Yeni Kolonileşme ve Avrupa'daki Türkler*, Türk Yurdu, Nisan 2006. Sayı:224. s.68-71.
- Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Kösoğlu, N. (1996). *Türk Kimliği ve Türk Dünyası*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, s.27.
- Kuratko, D.F. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*, Entrepreneurship Theory and Practice, 29(5), pp.577-598.
- Kuvan, H. (2007). *Türk Girişimcilerinin Yaşam ve Çalışma Değerleri. Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE. Doktora Tezi.

- Lessem, R. (1986). *Enterprise Development*, Gower Publishing Company, England, s.173
- Lucas, R.E. (1998). *On the Mechanics of Economic Development*, Journal of Monetary Economics, pp.3-42.
- Meager, N. vd. (2003): *An evaluation of business start-up support for young people*, in National Institute economic review. No. 186 (Oct. 2003), ss. 59-72.
- Moran, R. T., Harris, A. R. (1981). *Managing Cultural Synergy*,Guif Publishing Company, Chapter 15.
- Morrison, A. (2000). *Entrepreneurship: What Triggers It?* International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, V:6. No: 2. pp.59-71.
- Onay, M. ve Çavuşoğlu, S. (2010). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik*, Yönetim ve Ekonomi, Cilt:17 Sayı:1 Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F., s.48
- Ovalı, S. (2014). *Küresel Rekabet Gücü Açısından Türkiye'nin Konumu Üzerine Bir Değerlendirme*, International Journal of Economic and Administrative Studies, 7:13. s.19-30.
- Önder, M. (1976). *Millî Kültür Politikamız Üzerine*, Türk Kültür ve Medeniyeti (Makaleler), Cilt:1. Atatürk Üniv. Yay., Sevinç Matbaası, Ankara, s.210.
- Özdemir, S. (2004). *Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti*, İstanbul: İTO Yayınları, Yayın No: 2004-69. s.187-204.
- Özensel, Ertan (2003), *Sosyolojik Bir Olgu Olarak Değer*, Değerler Eğitimi Dergisi, Sayı 1 (3), s.217-239. (Selçuk Üniversitesi Fen Edeb.Fak.)
- Özgener, Ş. (2000). *Küresel Rekabet Ortamında Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yeniden Yapılanması*, Dış Ticaret Dergisi, No:17. Nisan.
- Perşembe, E. (2006). *Almanya'da Türk Varlığının Bugünkü Görünümü ve Geleceği*, Türk Yurdu Dergisi, Nisan, Sayı:224 s.80-84.
- Raichaudhuri, A. (2005). *Issues in Entrepreneurship Education*, Decision, Vol.32. No.2. pp.73-84.

- Rambert, I. (1999). *Globaliter Rejimler, Başka Türü Totalitarizm*, İTÜ Vakıf Dergisi, sayı:29. Haziran, s.25-27.
- Robertson, R. (1999). *Küreselleşme, Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*, (Çev: Ü. Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, s.21.
- Sargut, S. (1994). *Kültürlerarası Farklaşma ve Yönetim*, Verso Yayıncılık, Ankara.
- Sarıbay, A.Y. (2002). *Kültürel Bir Olgu Olarak Küreselleşme, Siyasi, Ekonomik ve Kültürel Boyutlarıyla Küreselleşme*, Ufuk Kitapları, Sosyal Bilimler Dizisi,s.49-50. İstanbul.
- Schoof, U. (2006): *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people*, ILO, SEED Working Paper No. 76
- Seyfullahoğulları, A. (2011). *Türk Girişimcilerinin İş ve Yaşam Değerlerinin Demografik Değişkenlerle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Bursa İli Uygulaması*, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 13. Sayı 1. s.155–175.
- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*, Babil Yayınları, İstanbul, s.308.
- Soylu, A. ve Kepenek, Y. (2008). *Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Aldıkları Eğitimin Girişimciliğe Olan Katkılarının Belirlenmesi: PAU Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği*, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan.
- Soyşekerci S. (2001). *Örgütlerde Dâhili (İç) Girişimcilik Kültürünün Tesisine Yönelik Örgüt Kültürü Tasarımı*, Kocatepe Ün. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon 2001
- Steger, M.B. (2006). *Küreselleşme*,(Çev. Abdullah Ersoy), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, s.102.
- Stephan, P. R. ve M. Coulter, (2002). *Management*, 7.Edition, Prentice Hall Inrenetional Inc., s.144
- Stone, C. (2005). *Design as a Tool For Leadership And Social Change*, Human Ecology, Cornell University Academic Research Library, 32(3). pp.4.
- Sungur, S. (2008). *Kültürel Emperyalizmin Ötesi: Küreselleşme, İletişim ve Yeni Uluslar Arası Düzen*, Stratejik Araştırmalar Dergisi, 1 (1), s.96–97.

- Tağraf, H & Halis, M. (2008). *Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin "Girişimcilik Öz Yetkinlik" Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 3(2), s.91–111.
- Tatoğlu, E. (2000). *Türkiye’de Yerleşik Uluslararası Ortaklaşa Girişimlerin Performansını Etkileyen Faktörlerin Analizi*, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi.
- Taylor, A. M. (2002). *Globalization, Trade, and Development: Some Lessons From History*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Yenilenmiş 4.Baskı, Ankara.
- Tezel, Y. (1994). *Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, Üçüncü Baskı, İstanbul.
- Timmons, J.A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship For The 21st Century*. Fifth Edition. United States: The Mc Graw – Hill Book Co.
- Tolan, B. (1980). *Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma*, Ankara İktisadî ve Ticarî İlimler Akademisi Yayınları, No: 132. s.126-127. Ankara.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture*, Chicago University Press, Chicago, pp.14.
- Tutar, H. & Küçük, O. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Türkdoğan, O. (1977). *Batı Almanya’da Türk İşçilerinin Sosyo-Ekonomik Yapısı*, Dede Korkut Yayınları, İstanbul.
- Uluğay, O. (1999). *Quo Vadis? Doğan Kitapçılık*, İstanbul: Ekim, s.21.
- Walther, T., (2002). *Dünya Ekonomisi*, (Çev: Ünsal Çağlar, The World Economy), Bursa, Alfa/Aktüel Kitabevi, s.147.
- Williams, G., Bent, R. (2000). *Developing Expatriate Managers for Southeast Asia*, Human Resource Management Journal, V.6. pp.385.

- Yelkikalan, N. & ve diğ., (2010). *Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz*, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12 (19), s.51-59.
- Yeşil, S. (2010). *Küreselleşme ve İşletmelerin Küreselleşme Süreçleri: Karşılaşılan Fırsatlar ve Tehditler*, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Bahar, Cilt:6. Yıl:6. Sayı:1. 2. s.22-72.
- Zhao, X., Rauch, A., Frese, M. (2010). *Cross-country Differences in Entrepreneurial Activity: The Role of National Cultural Practice and Economic Wealth*, School of Economics and Business Administration, Beijing Normal University, China Frontiers of Business Research in China 01/2012; 6(4).
- Akçok, B. (2015). *Popüler Kültür Nedir? Sosyal Hayattaki Rolü Nasıldır?*<http://www.bilgiustam.com>, Bilgiye Erişim:19.04.2015.
- Aslan, Ş., Atabey, A. (2009). *Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi*, Journal of Azerbaijani Studies, s.1-17. <http://www.jhss-khazar.org>, Bilgiye Erişim:13.04.2015.
- Bozkurt, V. (2005). *Küreselleşme Kavram, Gelişim ve Yaklaşımlar*, 3 Nisan. www.isguc.org. (Bilgiye Erişim: 18.04.2015).
- Çetinkaya-Bozkurt, Ö. (2015). *Küresel Girişimcilik*, www.ozlemcetinkayabozkurt.com, Bilgiye Erişim:17.04.2015.
- Elçin, A.B. (2012). *Küreselleşmenin Tarihi*, <http://www.meritymm.com>, Ankara, s.1-18. Bilgiye Erişim:06.07.2015.
- Ekodialog. (2015). *Küreselleşme Paradoksu*, <http://www.ekodialog.com>, Bilgiye Erişim:16.04. 2015.
- Europa.eu (2015). *Access to Finance Program*, <http://www.access2finance.eu>. Bilgiye Erişim:20.03.2015.
- Greenspan, A., Rosan, R.M. (2006). *The Role of Universities Today: Critical Partners in Economic Development and Global Competitiveness*, <http://www.icfconsulting.com>. Bilgiye Erişim:24.04.2015.
- Kara, N. (2015). *İnsan, Kültür ve İletişim*, <http://www.sosyalhizmetuzmani.org>, Bilgiye Erişim:20.04.2015.

Mebk. (2013). *Girişimcilik Nedir*, <http://mebk12.meb.gov.tr>, BilgiyeErişim:16.04.2015.

Oka. (2015). *Girişimcilik Kavramı ve Türkiye’de Girişimcilik*, <http://www.oka.org.tr>, Bilgiye Erişim:27.04.2015.

Özdem, G., Sarı, E. (2015). *Yükseköğretimde Yeni Bakış Açılırlarıyla Birlikte Yeni Kurulan Üniversitelerden Beklenen İşlevler (Giresun Üniversitesi Örneği)*, <http://www.universite-toplum.org>, Bilgiye Erişim:24.04.2015.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Anadolu Medeniyetleri Müzesi. (2009). *Asur Ticaret Kolonileri Çağı*, Kasım 15. 2011 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Anadolu Medeniyetleri Müzesi: <http://www.anadolu.medeniyetlerimuzesi.gov.tr>, adresinden alındı. Bilgiye Erişim.11.07.2015.

TEPAV (Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı). (2011), *Ankara’da Genç Girişimciliği Destekleme Stratejisi*, Ankara, <http://www.tepav.org.tr>, Bilgiye Erişim:27.04.2015.

TASAM (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi) (2006). *Küreselleşmenin Boyutları ve Etkileri*, <http://www.Tasam.org>, Bilgiye Erişim: 13.04.2015.

EKLER

- 1. EK-A:** Küreselleşme Algısı ve Kültürel Uyum Yeteneğinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Kamu Üniversitelerinde Bir Araştırma..... 130



EK-A: Küreselleşme Algısı ve Kültürel Uyum Yeteneğinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Kamu Üniversitelerinde Bir Araştırma

Bu anket Devlet Üniversitelerinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin küreselleşmeye ilişkin algılamaları ve Kültürel Uyum yeteneklerinin Girişimcilik üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ankette isminizi yazmanıza ya da sizi tanıtacak herhangi bir işaret koymanıza gerek yoktur. Yalnızca istatistiksel veri toplamak amaçlı kullanılacak olan bu anketteki sorulara vereceğiniz cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır. Ankete cevap verdiğiniz için teşekkür eder, başarılar dileriz.

Belma ÜZÜMCÜ

DEMOGRAFİK SORULAR

Üniversiteniz:

Cinsiyet: () Erkek () Kadın

Kardeş Sayısı:

Konuştüğünüz Dil Sayısı:.....

Ailenizin Yıllık Geliri:

1-5.000 5.001-10.000 10.001-15.000 15.001-20.000 20.001-üstü

Eğitim Gördüğünüz Alan:

Sosyal Bilimler Fen Bilimleri Güzel Sanatlar / Konservatuar
 Mühendislik Sağlık Beden ve Spor Yüksek Okulu
Bilimleri Bilimleri MeslekYüksekokulu

Öğrenci Olarak Kaldığınız Yer:

Devlet yurdunda Özel yurttta Ailemin yanında
 Akrabam Tanıdık Kiraladığımız evde Diğer
yanında yanında kalıyoruz

Büyüdüğünüz Yerleşim Birimi

Büyükşehir Şehir Kasaba Köy

Babanızın Eğitimi:

İlk Lise Yüksekokul Fakülte Lisan Üstü
Öğretim

Annenizin Eğitimi:

İlk Lise Yüksekokul Fakülte Lisan Üstü
Öğretim

Politik Eğiliminiz: Sol Merkez Sağ Diğer

Ailenizde Ticaret ile uğraşan Kimse Var mı: Babam Annem Abim
Kardeşim Ablam

Daha Önce Bir İşletme Kurma Girişiminde Bulundunuz mu: Evet Hayır

Tablo A.1: Anket soruları.

<i>Bu İfadelerin ifade ettiği görüşlere katılımınız</i>	1 Kesinlikle katılımıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle Katılıyorum
A. Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri					
1. Yeni iş imkânları imkân sağlamaktadır.					
2. Haberleşme ve iletişim imkânları daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.					
3. Yatırımlarda ciddi artışlar meydana getirmektedir.					
4. Teknoloji transferi ve know-how (teknik bilgi) sağlamaktadır.					
5. Eğitim olanaklarının artışına imkân sağlamaktadır.					
6. İş ve çalışma koşullarında iyileşmeler sağlamaktadır.					
7. Hukuk ve insan hakları konusunda duyarlılık artmaktadır.					
8. Sivil Toplum Kuruluşları aracılığıyla sosyal dayanışma ruhu gelişmektedir.					
9. Uluslararası büyük şirketler ekonomik kaynakları sömürmektedir.					
10. Emeği ve yerel kaynakları sömüren çevreyi bozan bir düzen yaratmaktadır.					
11. Kalifiye olmayan iş gücü için ücretlerin azalmasına yol açmaktadır.					
12. Küresel zenginlik kaynakları bir grup mutlu azınlığa akmaktadır.					
13. Dünyada yoksulluk artmaktadır.					
14. Zenginlik kaynakları küresel güçler tarafından kontrol edilmektedir.					
15. Küresel krizler yaratarak kaynaklarının sömürülmesini kolaylaştırmaktadır.					

Tablo A.1: Anket soruları.

<i>Bu İfadelerin ifade ettiği görüşlere katılımınız</i>	1 Kesinlikle katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Kararsızım	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle Katılıyorum
B. Kültürel Uyum Yeteneği Ölçeği (Farklı bir kültür ile etkileşim kurduğunuzda....)					
16. Yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabilirim.					
17. Farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum.					
18. Diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini biliyorum.					
19. Diğer dillerin (örneğin, kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum.					
20. Farklı kültürden biriyle etkileşimde kullanacağım kültürel bilginin farkındayım.					
21. Farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bulunduğumda sahip olduğum bilginin doğruluğunu kontrol ederim.					
22. Farklı kültürden biriyle konuştuğumda gerektiğinde sözel davranışlarımı (örneğin, aksan, vurgu, ton) değiştiririm.					
23. Farklı kültürden biriyle iletişim kurarken gerekirse davranışlarımı değiştiririm.					
24. Farklı kültürden insanlarla etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım.					
C. Girişimcilik Niyetleri					
25. Kendi işimin patronu olmak benim için önemlidir					
26. İş garantisi olan bir meslekte çalışmak benim için önceliklidir					
27. İşimin sosyal yaşantıma fırsat vermesi benim için önemlidir					
28. Rekabet ve başarı, kariyerimin öncelikleridir					
29. İşim, bana inisiyatif kullanabilme imkanı sağlamalıdır					
30. Tanınmış herhangi bir kuruluşta çalışmayı başka bir kuruluşta çalışmaya tercih ederim					
31. Uzmanlık gerektiren görevlerde çalışmayı tercih ederim					
32. Toplumda saygı duyduğu bir kurumda çalışmak benim için çok önemlidir					
33. İşten atılma ihtimali olmayan bir kurumda çalışmayı tercih ederim					
34. Rekabet ve kazanma ortamı sağlayan iş imkânlarını her zaman değerlendiririm					
35. İşimde ilerleyebilmek için, bilgimi ve yeteneklerimi kullanabileceğim işleri tercih ederim					
36. Kurum içinde insanları yöneterek başarılı görevler yapmayı önemsiyorum					
37. Kendi fikirlerimi gerçekleştirmede özgür olmak benim için önemlidir					
38. Kendimi sürekli geliştirmem önemlidir					
39. Toplumun refahını arttırmada katkıda bulunmak benim için önemlidir					
40. Toplumda saygılı birisi olmak önemlidir					
41. Yeni iş yerleri kurmak isterim					
42. Zamana daha çok değer vermeliyiz					
43. Toplumda yetkiye sahip birisi olmak benim için önemlidir					
44. Yenilik ve teknolojik gelişmelerde öncü olmak benim için önemlidir					
45. Değer verdiğim ve örnek aldığım insanlara benzemek isterim					
46. Kendi statü ve prestijimi, ailemin statüsünü arttırmak benim için önemlidir					
47. Kendime, eşime, çocuklarıma güven veren birisi olmak isterim					
48. Başarılı ve tanınmış birisi olmak isterim					
49. Yaratıcı birisi olmak isterim					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Belma ÜZÜMCÜ
Uyruğu : T.C.
Doğum Yeri ve Tarihi : Ankara -07/07/1974
Medeni Hali : Evli
Adres : Bahçelievler Mah.164. Sok. Şenpınar Sit. No:17 Gölbaşı
ANKARA
E-Posta Adresi : belmauzumcu06@hotmail.com
İletişim (telefon) : 0553 100 45 56

EĞİTİM

Lise : Başkent Lisesi
Lisans : Anadolu Üniversitesi İşletme
Y. Lisans : Türk Hava Kurumu Üniversitesi

MESLEKİ DENEYİMLER

1995-2017 : Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

YABANCI DİL

İngilizce