

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞININ
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ

Arzu ÜLGEN AYDINLIK
2501070639

TEZ DANIŞMANI
Prof.Dr. Pınar ÜNSAL

İSTANBUL – 2019



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : ARZU ÜLGEN AYDINLIK Numarası : 2501070639
Anabilim Dalı /
Anasanat Dalı / Programı : PSİKOLOJİ Danışmanı : PROF.DR.PINAR ÜNSAL
Tez Savunma Tarihi : 30.07.2019 Saati : 10.00
Tez Başlığı : İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞININ GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
PROF.DR.PINAR ÜNSAL		KABUL
PROF.DR.ESİN CAN		KABUL
DOÇ.DR.İLKUNUR ÖZALP TÜRETGEN		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
PROF.DR.YONCA DENİZ GÜROL		
DOÇ.DR.GÜVEN ORDUN		

ÖZ

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞININ GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ ARZU ÜLGEN AYDINLIK

Ekonomik kalkınmada önemli rolü olmasından dolayı girişimcilik, tarihin her döneminde bilim insanlarının dikkatini çekmiş bir konudur. Girişimcilerin sahip olması gereken temel özelliklere baktığımızda tarihsel gelişim içerisinde bilim insanları tarafından öne sürülmüş çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Genel olarak girişimciyi; risk alan, fırsatları gören, kaynakları bir araya getiren kişi olarak tanımlamak mümkündür. Girişimcinin bu faaliyetleri başarılı olarak yürütebilmesi için teknik, yönetsel ve girişimsel çeşitli becerilere sahip olmasının yanı sıra ilişki ağı kurma davranışını da başarılı biçimde icra edebilmesi gerekir.

Kişilerin çalışma yaşamları, kariyerleri ve girişimcilik özelliklerinin gelişmesinde önemli katkısı olduğu düşünülen ilişki ağı kurma davranışı bu çalışmada yapısal açıdan işletme içi ve işletme dışı ilişki ağı kurmak şeklinde değerlendirilirken, işlevsel açıdan ilişki ağı oluşturma, sürdürme ve kullanma olarak üç başlıkta ele alınmıştır. Buradan yola çıkarak; altı tip ilişki ağı kurma davranışı ortaya çıkmaktadır. Bunlar; “işletme içi ilişki ağı oluşturma”, “işletme içi ilişki ağı sürdürme”, “işletme içi ilişki ağı kullanma”, “işletme dışı ilişki ağı oluşturma”, “işletme dışı ilişki ağı sürdürme” ve “işletme dışı ilişki ağı kullanma” davranışı olarak sıralanabilmektedir.

Bu çalışmada, girişimcilik niyeti ile ilişki ağı kurma davranışı arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için, farklı alanlarla lisans eğitimini tamamlamış, potansiyel girişimci olarak değerlendirebileceğimiz, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü'ne kayıtlı 332 öğrencinin verdiği cevaplar doğrultusunda işletme içi ve işletme dışı ilişki ağı oluşturma davranışının girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: ilişki ağı, işletme içi ilişki ağı, işletme dışı ilişki ağı, ilişki ağı oluşturma, ilişki ağı sürdürme, ilişki ağı kullanma, girişimci, girişimcilik niyeti

ABSTRACT

THE EFFECT OF NETWORKING BEHAVIOR ON ENTREPRENEURIAL INTENTION

ARZU ÜLGEN AYDINLIK

Entrepreneurship has attracted the attention of scientists in every period of history due to its important role in economic development. When we look at the basic features that entrepreneurs should have, there are various definitions made by scientists in historical development. In general, we can define entrepreneur as the person who takes risks, sees opportunities and gathers resources. Entrepreneur must have various skills in order to carry out his/her activities successfully. Those are technical, managerial and entrepreneurial skills. It can be stated that entrepreneur's networking behavior have a significant effect on those skills.

Networking behavior, which thought to have an important role in the development of individuals' careers and entrepreneurial skills, have two facet as structural and functional facet. When we evaluate from the structural facet, networking behavior distinguishes contacts within and outside an individual's organization, that is, internal and external networking. On the other hand, functional facet reflects the prototypical process of relationship development and distinguishes between building, maintaining and using contacts. Crossing the two facets yields six types of networking behaviors; building internal contacts, maintaining internal contacts, using internal contacts, building external contacts, maintaining external contacts and using external contacts.

In this study, the relationship between entrepreneurial intention and networking behavior is investigated on students, who are considered as potential entrepreneurs, that have completed their undergraduate studies in various fields and attending to a graduate program at Istanbul University, School of Business. In accordance with the answers of 332 students participated in this research, it was determined that building internal network and building external network had a significant effect on entrepreneurial intention.

Keywords: networking, internal networking, external networking, building network, maintaining network, using network, entrepreneur, entrepreneurial intent

ÖNSÖZ

Girişimciliğin ekonomik kalkınma için önemli olduğu göz önüne alındığında, farklı alanlarla lisans eğitimini tamamlamış, işletme yönetimi yüksek lisansı yapan potansiyel girişimci olarak değerlendirilebileceğimiz bir grup yönetici adayı öğrencinin girişimcilik niyeti ve bu girişimcilik niyeti ile kişilerin çalışma yaşamları, kariyerleri ve girişimcilik özelliklerinin gelişmesinde önemli katkısı olduğu düşünülen ilişki ağı kurma davranışı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Öncelikle yüksek lisans sürecimde gerek ders, gerekse tez aşamasında bana yardımcı olan değerli danışmanım Prof.Dr. Pınar Ünsal'a ve araştırmanın her aşamasında desteğini esirgemeyen meslektaşım Arş.Grv. H. Talha Demirbaş'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tüm eğitim hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen her zaman yanımda olan, 2007 yılında psikoloji yüksek lisansına başlamama vesile olan, motivasyon unsurum, sevgili annem Selva Ülgen'e ve akademik anlamda her zaman yanımda ve arkamda olan değerli hocam, babam Prof.Dr. Hayri Ülgen'e, onlarla geçireceğim zamanlardan kesinti yaparak çalışmalarımı sürdürürken bana destek olan ve anlayışla karşılayan eşim Ozan ve çocuklarım Can ve Ceren'e sonsuz teşekkürlerimle.

ARZU ÜLGEN AYDINLIK

İSTANBUL, Haziran 2019

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
GİRİŞ.....	xi

BİRİNCİ BÖLÜM

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞI	1
1.1. İLİŞKİ AĞI KURMA	1
1.1.1. Yapısal Açıdan İlişki Ağı.....	2
1.1.2. İşlevsel Açıdan İlişki Ağı.....	3

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİ NİYETİ	8
2.1. GİRİŞİMCİ TANIMI.....	8
2.2. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİN OLUŞUMU	9
2.2.1. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler	9
2.2.2. Girişimci Kişiliğın Oluşumu	12
2.3. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ	14

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞININ GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ.....	19
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	19
3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ.....	19
3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE SORULARI	20
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	21

3.4.1. Örneklem	21
3.4.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları.....	21
3.5. ARAŞTIRMANIN ANALİZLERİ	23
3.6. BULGULAR.....	24
3.6.1. Demografik Bulgular	24
3.6.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizleri	31
3.6.3. Ölçeklere İlişkin Geçerlik Analizleri	35
3.6.4. Araştırma Değişkenlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistik ve Analizler	42
3.6.5. Demografik Değişkenlere İlişkin Fark ve İlişki Analizleri	47
SONUÇ	51
KAYNAKÇA	54
EKLER	59

TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1. Örneklemin Cinsiyet Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	24
Tablo 3.2. Örneklemin Medeni Durum Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	24
Tablo 3.3. Örneklemin Yaş Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	25
Tablo 3.4. Örneklemin İş Deneyimi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	25
Tablo 3.5. Örneklemin Kıdem Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	26
Tablo 3.6. Örneklemin Girişimcilik Eğitimi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	26
Tablo 3.7. Örneklemin Girişimcilik Deneyimi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	27
Tablo 3.8. Örneklemin Girişimcilik Faaliyetine Devam Edip Etmemesine Göre Frekans Dağılımı	27
Tablo 3.9. Örneklemin Mezuniyet Derecesi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	28
Tablo 3.10. Örneklemin Mezun Olunan Bölüm Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	28
Tablo 3.11. Örneklemin Ailede Girişimci Olması Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	29
Tablo 3.12. Örneklemin Gelir Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	29
Tablo 3.13. Örneklemin Aile Geliri Faktörüne Göre Frekans Dağılımı	30
Tablo 3.14. Örneklemin Öğrenim Gördükleri Programa Göre Frekans Dağılımı	30
Tablo 3.15. Girişimcilik Niyeti Ölçeğinin Madde-Toplam İstatistikleri.....	31
Tablo 3.16. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinin Madde-Toplam İstatistikleri.....	32
Tablo 3.17. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinin Madde-Toplam İstatistikleri.....	34
Tablo 3.18. Girişimcilik Niyeti Ölçeği İçin KMO ve Bartlett's Testleri	35
Tablo 3.19. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Özdeğerler Tablosu	36
Tablo 3.20. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Faktör Yükleri.....	36
Tablo 3.21. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği İçin KMO ve Bartlett's Testleri.....	37
Tablo 3.22. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği Özdeğerler Tablosu.....	37

Tablo 3.23. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği Faktör Yükleri.....	38
Tablo 3.24. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği İçin KMO ve Bartlett's Testleri.....	39
Tablo 3.25. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği Özdeğerler Tablosu	40
Tablo 3.26. Dışsal İlişki Kurma Davranışı Ölçeği Faktör Yükleri	41
Tablo 3.27. Ölçeklere İlişkin Genel Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri	42
Tablo 3.28. Girişimcilik Niyeti ve İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Arasındaki Korelasyon Analizi	43
Tablo 3.29. Girişimcilik Niyeti ve İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Arasındaki Korelasyon Analizi	44
Tablo 3.30. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Özet Tablosu.....	44
Tablo 3.31. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Katsayılar Tablosu	45
Tablo 3.32. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Özet Tablosu.....	46
Tablo 3.33. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Katsayılar Tablosu	47
Tablo 3.34. Cinsiyet Faktörüne Göre Girişimcilik Niyetinin İstatistikî Değerleri.....	48
Tablo 3.35. Cinsiyet Faktörüne İşletme İçi ve Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışının İstatistikî Değerleri	48
Tablo 3.36. Girişimcilik Eğitimi Faktörüne Göre Girişimcilik Niyetinin İstatistikî Değerleri.....	49
Tablo 3.37. Girişimcilik Eğitimi Almış Olma Faktörüne Göre İşletme İçi ve Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı İstatistikî Değerleri.....	50
Tablo 3.38. Girişimcilik Deneyimi Faktörüne Göre Girişimcilik Niyetinin İstatistikî Değerleri.....	50

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Araştırma Modeli	20
-----------------------------------	----



GİRİŞ

Girişimciliğin öneminin artmasıyla birlikte, girişimcilik niyetine etki eden faktörlerin önemi de artmıştır. Kişilerin çalışma yaşamları, kariyerleri ve girişimcilik özelliklerinin gelişmesinde önemli katkısı olduğuna inanılan ilişki ağları ve ilişki ağı davranışı bu nedenle öne çıkmaktadır. İlişki ağı kurma davranışı, işletme içine yönelik olduğu gibi işletme dışına da yönelik olabilmektedir. Bunun yanında, ilişki ağı oluşturma, sürdürme ve kullanmada girişimcinin ilişki ağının ne aşamada daha yoğun kullandığının irdelenmesi de önem kazanmıştır.

Bu kapsamda, tezin birinci bölümünde; girişimcilik ve girişimcilik niyeti kavramları incelenmiştir. Araştırma kapsamında girişimcilik niyeti ölçüldüğünden niyet kavramı ve girişimcilik niyeti üzerinde özellikle durulmuştur. Ayrıca, girişimci tanımına ve girişimcide bulunması gereken özelliklere yer verilmiş, girişimci kişiliğin oluşumuna ve nelerin kişilik oluşumuna etkisi olduğu konusuna değinilmiştir.

Tezin ikinci bölümünde, ilişki ağı kurma davranışı yapısal ve işlevsel açıdan incelenmektedir. Yapısal açıdan ilişki ağı işletme içi ve işletme dışı olarak ikiye ayrılmıştır. İşlevsel açıdan bakıldığında ise; ağ oluşturma, sürdürme ve kullanma olarak üç başlıkta incelenmiştir.

Tezin araştırma kısmını oluşturan üçüncü bölümde, girişimcilik niyeti ile ilişki ağı kurma davranışı arasındaki ilişki incelenmekte, gerçekleştirilen araştırmanın yöntem ve bulguları yer almakta ve çeşitli demografik faktörle göre oluşan fark irdelenmektedir. Bu bölümü araştırma bulgularının değerlendirildiği sonuç ve tartışma takip etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞI

Bu bölümde ilişki ağı kurma davranışı yapısal ve işlevsel açıdan ele alınacaktır. İşletme içi ve işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı, ilişki ağı oluşturma, ilişki ağı sürdürme ve ilişki ağı kullanma boyutları açısından değerlendirilecektir.

1.1. İLİŞKİ AĞI KURMA

Ağ kurma davranışı literatürde; bireylerin işlerinde veya kariyerlerinde kendilerine yardımcı olma potansiyeline sahip kişiler ile ilişkiler geliştirme ve sürdürmeye çalışması şeklinde tanımlanmaktadır (Forret ve Dougherty, 2004:420).

Ağ kurma konusundaki araştırmalar literatürde iki farklı akış içerisinde uygulanmaktadır. İlki güç ve politikaya odaklanmakta; işletmelerin politik varlıklar olduğu ve formal olmayan süreçlerin kariyer yolunu etkilediği görüşüne dayanmaktadır. İkincisi ise kariyere odaklanmakta ve ağ kurmanın işletme içinde veya dışında fırsatlar yaratmada önemli bir strateji olduğunu öne sürmektedir (Wolff ve Kim, 2012:45).

Ağ kurma konusundaki bu geniş bakış açısının yanı sıra, bilim adamları, ağ kurma davranışının belirli alt boyutlarını öne süren modeller de geliştirmiştir (Forret ve Dougherty, 2001; Michael ve Yukl, 1993; Ng ve Feldman, 2010). Ağ kurma farklı düzeylerde, geniş, genel olarak ve daha spesifik bir alt boyut düzeyinde incelenebilmektedir. Wolff ve Moser (2006) tarafından önerilen ve iki yönden oluşan boyutlu ağ modelinde, Michael ve Yukl (1993), Ng ve Feldman (2010) ve Power'ın (2010) modellerine paralel olarak, bireyin organizasyon içindeki ve dışındaki, yani dahili ve harici temasları ayıran, yapısal bir boyut ortaya konmuştur. Buna ek olarak, model aynı zamanda ilişki geliştirme sürecinin prototip sürecini yansıtan ve ilişki ağı oluşturma, sürdürme ve kullanma arasında ayırım yapan işlevsel bir boyutu da içermektedir. Baker (1994), Forret ve Dougherty (2004), Wolff ve Moser (2006) gibi çoğu araştırmacının yaptığı ilişki ağı tanımında bu ayırım görülmektedir.

1.1.1. Yapısal Açıdan İlişki Ağı

Bireyin çalışma yaşamına ve kariyerine yardım etme potansiyeline sahip kişilerle ilişki kurmaları ve bu ilişkileri sürdürme çabası olarak tanımlanan İlişki Ağı Kurma Davranışı yapısal açıdan "İşletme İçi ve İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı" olarak iki başlıkta incelenmektedir.

1.1.1.1. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı

İşletme içi ilişki ağı kurma davranışında, bireyler içinde buldukları örgüt içerisinde, örgüt üyeleri ile bağ kurmaya veya kurmamaya karar verebilirler. Ancak buradaki insan havuzu belirlidir ve değiştirilemez. İşletme içi ilişki ağı kurma örgüt içerisinde bulunan bireylerle kısıtlı olduğundan, işletme dışı ilişki ağı kurmaya oranla daha sınırlıdır. Erişilebilirlik açısından değerlendirdiğimizde, kuruluş içindeki kişiler fiziksel yakınlık nedeniyle kuruluş dışındaki kişilere oranda daha erişilebilir durumdadır. Örneğin, aynı şirket binasında çalışan kişiler birbirlerinin ofisine girebilir veya tesadüfen ofis içinde, toplantıda, yemekte bir şekilde karşılaşabilirler (Wolff ve Kim, 2012:43-66).

Bireylerin birbirlerini tanıma derecesi açısından değerlendirdiğimizde işletme içi ilişki ağı kurma davranışının daha yoğun olduğu görülmektedir. Ancak işletme içi ilişki ağı kurma davranışı dedikodu veya itibarı etkileyecek olumsuz durumların da hızla yayılmasına neden olabilmektedir (Coleman, 1988).

Ancak bu tip ilişki ağları, kişiyle benzer işleri yapan ve işletme içindeki potansiyel fırsatlar için rakip konumda olan kişilerden oluşacağından, kişinin daha kısıtlı bilgiye ulaşmasına neden olabilmektedir (Wolff ve Kim, 2012:43-66, Çakmak Otluoğlu, 2018:78).

1.1.1.2. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı

Yapısal açıdan değerlendirdiğimizde, işletme dışı ilişki ağı kurma davranışında, potansiyel ilişki kurulabilecek kişilerin kapsamı geniştir. Diğer bir deyişle, bir kişinin kendi organizasyonuna oranla, işletme dışı potansiyel ilişki ağı kurma alanı, diğer sanayi sektörlerinden veya iş kollarından insanlarla da bağlarını kurabileceği gözönüne alındığında daha geniş kapsamlıdır.

İşletme dışında kurulan ilişki ağları, kişiye diğer işletmelerdeki potansiyel iş fırsatları, sektör ve mesleğe yönelik trendler, gelişmeler ile ilgili bilgi sağlamak açısından önemlidir. İşletme dışı ilişki ağı kurma davranışında birey, müşterileri, herhangi bir sivil toplum kuruluşu, dernek vb. gibi, irtibat kuracakları kişilerin veya katıldıkları grupların seçiminde serbesttir. Meslek kuruluşlarının düzenlediği toplantılara, konferanslara katılmak onların yönetiminde bulunmak, derneklere görev almak ve uzmanlık alanlarına dayalı toplantılara veya eğitimlere katılmak, işletme dışı ilişki ağı kurmaya örnek olarak sayılabilmektedir (Forret ve Dougherty, 2001:284, De Janasz ve Forret, 2008:647). Burada birey, seçemediği çalışma arkadaşlarının aksine tamamen özgür iradesiyle ilişki ağını kendi kurabilecektir.

Ancak, işletme dışı ilişki ağı kurulan kişilerle toplantılar çoğunlukla önceden planlanmış ve organize edilmiştir ve mesai saatleri dışında yapılmaktadır. Ağ kurma davranışı iş haricinde ve mesai saatleri dışında sergileneceğinden, işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı için daha fazla çaba gösterilmesi gerekmektedir.

1.1.2. İşlevsel Açıdan İlişki Ağı

İşlevsel açıdan ilişki ağı kurma davranışı; “oluşturma”, “sürdürme” ve “kullanma” olarak üç başlıkta toplanmaktadır. İşlevsel açıdan bakıldığında, temasları inşa etmek ve sürdürmek, temasları kullanmak için ön koşullar arasında sayılmaktadır (Wolff ve Moser, 2010). Bu prototipik ilişki geliştirme sürecinin önemli bir özelliği, bu tür ilişki ağları geliştikçe daha araçsal hale gelmektedir.

“Ağ oluşturma”, yeni bağlantılar kurma ve başlatmayla ilgili davranışları içerir. (Wolff ve Kim, 2012:46). Bu durum, sosyal becerilerin önemli rol oynadığı, sosyal bir faaliyet olarak görülmektedir. İngilizcesi “network building” olan kavram, “networking” yani ilişki ağı kurma ile karışmaması için “ağ oluşturma” şeklinde ifade edilmiştir.

“Ağ sürdürme” davranışında bireyler, ağ oluşturduktan sonra hangi bireylerin korunacağını ve geliştirileceğini seçtikleri için bu sosyalleşme araçsal bir hale gelmektedir. Burada daha çok bireyler arası bilgi alışverişi mevcuttur.

“Ağ kullanma” davranışı ise bireyler aktif olarak temaslarını kullandıklarında belirgin hale gelmektedir. Burada sosyal normlara bağlı kalarak davranırken aslında belirli bir takım ihtiyaçlarına destek almak açısından bağlantılarına yaklaşırlar. Örneğin, işsiz bireylerin iş arama sırasındaki tanıdıklarını aramaları (Wanberg,

Kanfer ve Banas, 2000) araçsaldır ve iş bulma ihtiyacını karşılamaya yöneliktir. Bireyler sosyal kurallara uymak zorunda olsalar da, bir ilişkinin sosyal yönleri büyük olasılıkla iş arayanlar için önemsizdir. Sonuçta amaç iş bulmaktır.

Bazı kişilerin ağ kurma davranışı göstermeleri diğerlerine oranla daha güçlüdür, Forret ve Dougherty (2001) yaptığı araştırmada faktör analizi sonucunda beş tip ağ kurma davranışı tespit edilmiştir. Bunlar; ağı sürdürme, sosyalleşme, profesyonel faaliyetlerde bulunmak, topluma katılmak ve iç görünürlüğü arttırmak şeklinde sıralanmıştır (Forret ve Dougherty, 2004:420). İlişki ağı kurma davranışı yapısal ve işlevsel açıdan değerlendirildiğinde ise altı tür ağ kurma davranışı görülmektedir. Bunlar; işletme içi ağ oluşturma, sürdürme ve kullanma davranışı ve işletme dışı ağ oluşturma, sürdürme ve kullanma davranışı olarak sıralanabilir.

Girişimci özelliklerini incelerken, tanıma farklı dönemlerde çeşitli eklemeler yapıldığı görülmüştür. Thompson 1999'da girişimci özellikleri sıralarken; *“fark yaratan, fırsatlardan yararlanan, kaynak bulan, değer yaratan, ağ bağlantıları kuran, bilgi-beceri sahibi olan, sermaye yaratan, risk üstlenen, zorluklarla mücadele eden, yaratıcılık sahibi ve yenilik yapan kişi”* olarak tanımlamıştır. Bu tanımda dikkat çeken, girişimcinin ağ bağlantıları kurup değer yaratmasına ilk defa değinilmiş olmasıdır. Bolton ve Thompson (2003) ise, girişimci yeteneklerini “yaratıcılık”, “problem çözme”, “cesaret”, “fırsat tespiti”, “uzmanlık oryantasyonu”, “avantaj yönelimi” ve “ağ kurma” olarak sıralamıştır. Kurdukları girişimsel süreç modeli, hem iş fikri öncesi hem iş fikrini oluştururken, hem de iş fikrinin gerçekleştirilmesinde ortaya çıkan engelleri aşma noktasında ağları içerdiğinden son derece önemlidir (Çitçi ve Coşkun, 2012:136-137).

Girişimcilik faaliyetlerini desteklemede ağ oluşturma'nın önemi son yıllarda çeşitli araştırmacıların dikkati çekmektedir (Thomson, 2004:249, Maritz, 2010:18-19, Çitçi ve Coşkun, 2012:128-129). Girişimsel sürecin her aşamasında, ağ kurma davranışının girişimcileri bilinçli bir şekilde sosyal ağ kullanımına yönelttiği görülmüştür.

Girişimcilerin, girişimsel süreç içinde sosyal ağlarının farklılaştığı, bu farklılaşmanın kasti/bilinçli sosyal ağ kullanımından kaynaklandığı ve böylece girişimciler açısından sosyal ağ yönetiminden sözedilebileceği görülmüştür (Çitçi ve Coşkun, 2012:125). Hatta başarılı yöneticilerin zamanlarının büyük çoğunluğunu,

ilişki ağı kurma ve sürdürme davranışına ayırdığı dikkat çekmektedir. Bunu yaparken de, özellikle sonucunda kendilerine olumlu bir katkıda bulunacağını düşündüğü ilişkilere yatırımda buldukları gözlenebilir (Çakmak Otluoğlu, 2018:78).

Girişimciyi tanımlarken kullandığımız kaynakları bir araya getirmek, fırsatları görmek aslında kurulan ilişkilerle ortaya çıkmaktadır. İlişki ağı kurma yönü güçlü olan bir bireyin kurduğu ağ sayesinde farklı fırsatları daha rahat görebileceği, işine kaynak olabilecek iş gücüne, tedarikçisine ve potansiyel müşterisine daha kolay ulaşabileceği düşünülmektedir. Kurulan ilişki ağı, bu açılardan girişimciye avantaj sağlayabilecektir.

Girişimcinin doğru insanları bulması ve seçmesi, onlarla etkin bir girişimci takımı oluşturması, ne zaman ve nerede yardım gerektiğini ve kimden destek alacağını bilmesi ve ilişki ağını kurabilmesi önemlidir (Thompson, 2004:257). Birçok çalışma ilişki ağı kurmanın kariyer başarısı ile ilişkili olduğunu göstermiştir. İşletme içi ilişki ağı kurma davranışının, işletme dışı ilişki ağı kurma davranışına göre kariyer tatmini için daha önemli olduğu, hatta ilişki ağı kurmanın zaman içinde maaş artışına katkıda bulunduğu görülmüştür. Ancak işletme dışı ilişki ağı kurmanın sıklıkla kullanımının, bir yetersizlik (yeterlilik eksikliği) olarak yorumlanabileceğinden bireyin itibarına zarar verebileceği de bulgular arasındadır (Wolff, Moser, 2009).

Ağ başarısı hipotezi, girişimcinin ağ oluşturma davranışı ile start-up başarısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu varsayar. Bu hipoteze göre, girişimciler kaynaklarını pazardan elde edebileceğinden daha ucuza alırken diğer yandan da itibar, müşteri ilişkileri vb. sayesinde kaynaklarını garanti altına alacaktır. Bu aşamada girişimci ilişki ağını oluşturmalı, sürdürmeli ve geliştirmelidir. Ağ kaynaklarına erişebilirlik ile yeni bir işe başlama kararı arasında anlamlı ve pozitif ilişki bulunmaktadır. Üç seneden daha uzun süredir faaliyet gösteren işletmelerin karlılığı ile girişimcinin ağ genişliği arasında da pozitif bir ilişki vardır (Witt, 2004:395-399).

İlişki ağı kurma davranışının kariyer için oldukça yararlı olduğu düşünülmektedir. Ağ kurma davranışı bireylerin yeni işler bulmalarına yardımcı olurken iş performanslarını, ücret, terfi ve kariyer memnuniyetlerini ve örgütsel bağlılıklarını etkilemektedir. İşletme içi ilişki ağı kurma davranışı, işletme içindeki iş fırsatlarını değerlendirmede yardımcı olurken meslekte ya da buldukları

sektördeki iş fırsatlarından haberdar olmalarını da sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında işletme içi ilişki ağı kurma davranışı ile işi sürdürme taahhütü arasında negatif ilişki vardır ve işletme dışı kurulan ilişki ağı da bunu desteklemektedir (McCallum, Forret ve Wolff, 2014:598-600)

Yapılan birçok çalışma sosyal ağlar ve performans arasındaki ilişkiye odaklanırken, Ebberts (2014) ilişki ağı kurma davranışının kuluçka dönemindeki girişimcilerde bağ kurmanın öncülü olduğu görüşünden yola çıkarak yaptığı araştırmada, ilişki ağı kurmanın girişimcilerin iş ortaklarının sayısı ile ilişkili olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Ajdari ve Talebi'nin (2015) yaptıkları çalışmada, ağ kurma davranışı ile inovasyon engellerinin azaltılması arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. İlişki ağı kurma davranışının en etkili parametresi olarak ilişki ağı sürdürme öne çıkarken, sırasıyla ilişki ağı kullanma ve son olarak da ilişki ağı oluşturma olduğu sonucuna varılmıştır.

Buraya kadar incelenen görüşler doğrultusunda ilişki ağı kurma davranışı ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişkinin olabileceği ancak bu ilişkinin önceki araştırmalarda yeterince incelenmediği dikkate alınarak bu çalışmaya esas olan araştırma tasarlanmıştır. İlişki ağı kurma davranışı ve girişimcilik niyeti kavramlarını beraber ele alan araştırmalar Science Direct, EbscoHost, YÖK Tez Veri Tabanı, ProQuest Dissertation Thesis Global veri tabanlarında arandığında benzer herhangi bir yayına rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışma, literatürdeki boşluğu doldurabileceği gibi gelecekte araştırmacılara yol gösterebilecektir.

İlişki ağı kurma davranışı ve girişimcilik niyeti değişkenleri arasındaki neden-sonuç ilişkisinde bağımsız ve bağımlı değişkenin hangisi olduğunu belirlemek çok kolay olmayabilir. Bireyler bir girişimcilik niyetinin sonucunda ilişki ağı kurma davranışına başlayacakları gibi, ilişki ağı kurma davranışlarında bulunarak da girişimcilik niyetine sahip olabilirler (Peng, 2009:189-190).

Bu araştırmada, ilişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyetinin bir öncülü olabileceği görüşü üzerinde durulmuştur. İlişki ağı kurma davranışı ve bu davranış sırasında bireyin ilişki ağını oluşturma, sürdürme ve kullanma konusunda nasıl olduğuna yönelik bakış açısı, girişimcilik faaliyetinin öncesinde yer alan girişimcilik niyetini etkileyebilecektir. Yapılan meta-analiz sonuçlarına göre, dışa dönüklük ile

ilgili özellikler, bireyin girişimcilik rolü ile ilgili görevler ve girişimsel performansı ile pozitif ilişki içerisindedir (Zhao, Siebert, Lumpkin, 2010:387). Bu araştırma bulgularına dayanarak dışa dönüklüğün girişimciyi etkileyebilecek önemli bir faktör olabileceği sonucuna erişilebilir.

Çalışmamızın bu bölümünde; ilişki ağı kurma davranışı yapısal ve işlevsel açıdan farklı boyutlarda değerlendirilmiştir. İzleyen araştırma bölümünde ise ilişki kurma davranışı ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki incelenecektir.



İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİ NİYETİ

Bu bölümde girişimciliğin tanımı yapılacak ve girişimcide bulunması gereken özellikler ile girişimci kişiliğin oluşumu hakkında bilgi verilecek ve girişimcilik niyeti ile ilgili teorik kapsam incelenecektir.

2.1. GİRİŞİMCİ TANIMI

Girişimci (entrepreneur) kelimesinin Latince'de "intare" kelimesinden türetildiği ve Fransızca'da, "entreprendre" iş yapmak üstlenmek, yüklenmek ve ilk girişen, başlayan anlamına gelen "entrepreneur" kelimelerinden geldiği görülmektedir. Girişimci kavramı bir süre "iş yapan ve aktif olan" anlamında da kullanılmıştır. Nitekim, Türk işletmecilik ve yönetim literatürüne önceleri bir iş yapmak için ilk kez girişimde bulunan kişi anlamında, "müteşebbis" olarak katılan bu kavram, Arapça "teşebbüs" kelimesinden türetilmiştir. Son olarak "girmek" kökünden türetilerek "girişimci" halini almıştır. Türk Dil Kurumu girişimciyi, "üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse, müteşebbis, ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse" olarak tanımlamaktadır.

Günümüzde girişimci; çevresindeki fırsatları görüp pazarlanabilen fikirlere dönüştürebilen; zaman içinde, çabası, sermayesi ve yetenekleri ile bu fikirlere katma değer katan; fikrin uygulanacağı rekabetçi pazarlarda risk üstlenen ve bu çabaları sonunda ödülü fark eden yenilikçi, yaratıcı ve geliştirici kişidir.

Günümüzde, girişimcinin tek bir tanımı olmadığı gibi, çağdaş girişimciyi temsil edebilecek tek bir profil de yoktur. Girişimci, bir mal veya hizmeti üretmek için üretim unsurlarını bir araya getiren, kâr amacı güden, riski yüklenen ve toplumun ihtiyaçları karşılamak üzere üretim unsurlarını satın alıp bir araya getiren kişidir. Girişimci, kâr amacı güderken, muhtemel zararların riskini de karşılamalıdır. Yeni iş imkanlarının yaratılması, ürün ve hizmetler ile üretim süreçlerinde yeniliklere gidilmesi, ayrıca sektördeki rakipler tarafından farkedilmeyen ve karşılanmayan birtakım müşteri isteklerinin karşılanması girişimciye başarı kazandırmaktadır. Netice itibarıyla, yenilikçi ve yaratıcı (inovatif) olabilmek, risk yüklenebilmek, esnek

olabilmek ve geleceği görebilmek (basiret) başarılı girişimcilerin temel özellikleridir. Ancak girişimcilik güç ve karmaşık bir iş olup başarısızlıkla da sonuçlanabilmektedir. Başarısızlıktan ders çıkartarak, hataları görebilmek bir sonraki eylemlerinde girişimciye başarıyı getirebilmektedir (Ülgen Aydınlık, 2017:2) .

Girişimciler, faaliyetlerinde sadece maddi veya manevi statülerini yükseltme amacıyla değil, aynı zamanda toplumsal ve ekonomik değer ve gelir yaratma amaçındadır. Yapılan tanımlarda ortak olan özellik, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine, daha sonra bu fikirleri gelir ve kâra dönüştürebilmesi ve bu sırada bir miktar risk yüklenmesidir.

Bu nedenle girişimci, *“herhangi bir ihtiyacı karşılamak üzere, emek, sermaye ve doğal kaynaklar gibi üretim faktörlerini bir araya getirerek bir mal veya hizmeti ekonomik olarak üreten; bu amaçla söz konusu olan mal ya da hizmetin üretim sürecini tasarlayan, örgütleyen ve bu sürecin giderleriyle tüm riskini üstlenen kişi”* olarak tanımlanır. Bu tanıma göre; girişimci bir ihtiyacı karşılamak üzere ekonomik bir girişimde bulunan kişidir. Risk ve belirsizlik ortamında fırsatları ve kaynakları, gelirini arttırmak ve büyüyebilmek için kullanılmalı, yeni ürünler veya iş imkanları yaratmalıdır.

Sonuç olarak, girişimci mal veya hizmet üretimi için gerekli olan sermaye, emek, bilgi, doğal ve fiziki kaynaklar gibi üretim faktörlerini bir araya getiren ve bunu yaparken risk yüklenen kişi olarak tanımlanmaktadır. Girişimci, başkalarının kaos olarak gördüğü durumlarda yaşadığı çevrenin ortaya çıkardığı fırsat ve tehditleri görebilen kişidir. Çevresinde ve sektörde başkalarının göremediği fırsatları öngören ve saptayan, bu fırsatları ve tüketici taleplerini yaratıcı (inovatif) iş fikirlerine dönüştürebilen, bu amaçla yatırım yapan ve çevresel tehditlerden oluşabilecek riskleri de yüklenen iş insanlarını girişimci olarak tanımlamaktayız (Ülgen Aydınlık, 2017:2).

2.2. GİRİŞİMCİLERDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİĞİN OLUŞUMU

2.2.1. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler

Girişimcilerde bulunması gereken özellikleri belirlemek için önceki bölümde yapılan tanımlara bakmak gerekir. Girişimci, mal veya hizmet üretmek ve bunları

pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getiren, kâr amacı güden ve girişimlerinin sonucunda oluşabilecek risklere katlanan kişilerdir. Mikro ekonomistler girişimciyi, sahip olduğu değerleri arttırmak için mevcut kaynakları değerlendiren, işi planlayan, insan kaynaklarını organize ederek girdilerin işlenmesini sağlayan, ürün ya da hizmeti bir gelir veya kâr sağlayacak biçimde tüketicinin kullanımına sunan, yaratıcı, yenilik veya yeni bir düzen getiren kişi olarak tanımlamaktadır (Ülgen Aydınlık, 2017:15).

Girişimcinin öncelikle çevresindeki iş fırsatlarını öngörüp değerlendirebilmesi gerekir. Bu arada, dış çevrede görüp belirlediği fırsatları gerçekleştirebilmek için gerekli maddi ve beşeri kaynakları bir katma değer ya da kâr sağlamak üzere bir araya getirebilmelidir. Bunu yaparken başarısız olma ihtimalini gözardı etmemeli, hedeflerinden vazgeçmemeli ve kararlı olmalıdır. Girişimci yatırımı yaparken karşılaşılabileceği riski öngörebilmeli, hesaplamalı, bir plan kapsamında belirsizlik ve zorluklarla mücadele edebilmeli, yenilik ve değişimi bir fırsat olarak görebilmeli ve yaratıcı olmalıdır. Burada girişimcinin güç ve başarı ihtiyacı olduğu açıktır. Başkalarının kaderini yönetebileceğine ilişkin güçlü bir inancı da olmalı, ayrıntılara önem vermeli, hayal gücünü kullanmalı, takımına liderlik etmeli, çok çalışmalı ve mükemmeliyetçi olmalıdır. Bu özellikler girişimcinin başarısında önemli rol oynamaktadır (Ülgen Aydınlık, 2017:16).

1950'li yıllardan günümüze, bilim insanları çeşitli dönemlerde girişimcilerin temel özellikleri konusundaki bir takım araştırmalar yapmış ve görüşler öne sürmüşlerdir. Ocak (2014:15) yapmış olduğu çalışmasında girişimcilerin temel özelliklerini şu şekilde özetlemiştir; Schumpeter girişimciler için yenilik yapma ve inisiyatif yüklenmeyi öngörürken, McClelland risk alma ve başarı güdüsünü ön plana çıkarmış, Hansemark ise bu özelliklere başarı güdüsü yanı sıra kontrol odaklı olma özelliğini, Thompson ise yenilik ve yaratıcılık ile birlikte risk yüklenme, zorluklarla mücadele etme, fırsatlardan yararlanırken fark yaratma, bilgi ve becerileri ile kaynak ve sermaye bulma, böylelikle ağ bağlantıları kurup değer yaratmayı da girişimcinin özelliklerine eklemiş, Witt ağ bağlantıları kurma, Hisrich yenilikçilik ve risk alma yanı sıra değişim odaklı ve proaktif olmayı, Kutanis ise risk alma ve başarıma güdülü olmayı ön plana çıkararak bu görüşü pekiştirmiş, Kenney ve Mujtaba ise girişimcinin başarının peşinden giderken kaderin kontrolüne inanan ancak hesaplanabilir riskleri yüklenen, hayal gücü kuvvetli, yaratıcı, özerk, esnek, sorun çözücü, ikna edici,

inisiyatif kullanan birer lider olmaları gerektiğini ifade etmiş, Raposo ise girişimciyi özerk ve bağımsızlık tutkusu yanı sıra ekonomik hırslara sahip, işe adanmış, özgüven sahibi ancak iyimser bir lider olarak görmektedir. Günümüzde girişimcinin başarılı olabilmesi için yukarıdaki becerilere sahip olması gerektiği görülmektedir.

Girişimcilerde bulunması gereken temel becerileri; Teknik Beceriler, Yönetmel Beceriler ve Girişimsel Beceriler olarak üç grupta değerlendirebiliriz (Hisrich ve Peters, 2001:26-27).

• Teknik Beceriler

Girişimcinin teknik becerileri arasında; yazılı ve sözlü iletişim becerisi, ekonomik, teknolojik ve sosyal çevreyi yakından izleme, ayrıca modern teknolojiyi iyi kullanma sayılabilir. Bunlar girişimcinin işini yaparken ve bulunduğu çevre ile iletişim kurarken ihtiyaç duyacağı özelliklerdir. Bir düşünceyi ürün veya hizmet üretimine dönüştürmeyi ifade eden yenilikçiliği de girişimcinin teknik becerilerine ekleyebiliriz. Özetle; girişimciler yeni bir mal veya hizmeti üreten, yeni üretim ve pazarlama süreçleri geliştiren ve yeni işletme yapılarını başlatan kişilerdir.

• Yönetmel Beceriler

Girişimcinin yönetmel becerileri de son derece önemlidir. Yönetmel beceriler; amaç ve hedeflerin belirlenmesi, planlama, organizasyon, karar verme, yürütme ve kontrol gibi yönetim fonksiyonlarının yanı sıra üretim, pazarlama, finansman, muhasebe ve insan kaynakları gibi işletme fonksiyonlarını içeren işlerin yönetilmesi için gerekli olan becerilerdir. Bu arada, misyon, vizyon, amaç ve hedeflerin oluşturulması, girişimin iş planının yapılması ve sürecin yapılan iş planı kapsamında yürütülmesi ve kontrolü de girişimcinin olmazsa olmaz becerilerindedir. Bu fonksiyonlardan bazıları profesyonel yöneticiler tarafından yönetilebilir, ancak, girişimcinin yönetim biçimi, liderlik yeteneği, takım oyuncusu olma özelliği, büyüme ve gelişmeyi yönetebilmesi de girişimcilerde bulunması gereken beceriler arasındadır.

• Girişimsel Beceriler

Girişimsel beceriler arasında ise; yaratıcılık, iş disiplini, risk yüklenmek, yenilikçilik, değişime açık olmak, acele etmemek ve sabırlı olmak, belirli bir vizyona sahip olmak ve değişimi yönetebilmek sıralanabilir. Girişimci olmanın belirli kişisel özellikleri de vardır. Bunlardan en önemlisi başarı ihtiyacıdır. Genelde çevreyle ilişki kurmak, güç kazanmak ve başarıyı yakalamak birlikte gelişir. Böylelikle girişimci güç kazanmak,

tanınmak ve başarısını ispat etmek için yatırım yapar, olası riskleri üstlenir ve hedefe ulaşırken sorun çözme becerisini geliştirir. Girişimcinin çevresindeki insanlar, oluşan başarıda şansın, talihin veya dış unsurların etkili olduğunu düşünürken, girişimci başarının kendi yeteneklerinin ve davranışlarının sonucu olduğunu düşüncesindedir. Girişimcinin risk yüklenebilmesi, belirsizliğe karşı tolerans sahibi olması ve uyum sağlayabilmesi, kendine güveni ile doğru orantılıdır.

Yukarıda tanımlanan teknik, yönetsel ve girişimsel olmak üzere ifade edilen üç grup becerinin, tezin konusunu oluşturan Girişimcinin ilişki ağı kurma davranışı üzerinde önemli etkisi vardır. Girişimcilik başarısı için, girişimin farklı aşamalarında girişimcinin o aşamaya uygun ilişki ağı davranışı sergilediği yani ilişki ağını bilinçli bir şekilde yönettikleri düşünülmektedir (Çitçi ve Coşkun, 2012:125). Girişimcide bulunması gereken özellikler de bu doğrultuda gelişmektedir.

2.2.2. Girişimci Kişiliğın Oluşumu

Girişimci kişiliğın oluşmasında bireyin, aile ve çevre faktörlerinin hangisinin daha belirleyici olduğu her zaman tartışma konusu olmuştur. Klasik iktisat anlayışına göre bireysel çıkarların maksimize edilmesi, girişimciliğın ortaya çıkmasına neden olan en önemli etkidir. Bu çıkarları maksimize etmek isteyen girişimcinin ekonomik güdülerinin yanında, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ifade edilen, *başarma, başkaları tarafından saygı ve sevgi görme* ihtiyacına da bağlı olduğu birçok araştırmacı tarafından belirtilmektedir.

Bu durumda, girişimci kişiliğın oluşumunda etken olan birçok faktör vardır. Girişimci içinde yaşadığı sosyal çevrenin bir parçası olup, bulunduğu çevreden bağımsız olarak düşünülemez. Burada kişinin doğuştan gelen kalıtsal kişilik özelliklerinin yanı sıra, ailesi (anne-baba ve aile büyükleri), büyüdüğü sosyal ortam, okuduğu okul, aldığı eğitim önemli rol oynamaktadır. Aile, alınan eğitim ve sosyal çevre, bireyleri belirli bir role doğru yönlendirmekte ya da hazırlamaktadır. Nitekim çocuklar daha ergen olmadan, okula gitmeden "bu çocuk büyüdüğünde mühendis olacak", "iş insanı olacak", "şirketin başına geçecek" diye yönlendirilmektedir. Bazı hallerde çocuklar aile şirketlerinin başına geçmek üzere yönlendirilmekte, eğitilmekte ve deneyim kazandırılmaktadır. Oysa toplumun ve sosyal çevrenin sunduğu fırsatların çeşitliliği, insanları farklı iş ve uğraşları edinmeye yöneltmektedir. Bireyler, mevcut çevre koşulları altında tutum ve davranışlar edinerek toplumun onay görmüş rollerine göre sosyalleşmektedir. Toplumun değer ve rolleri, kişiler için

bağlayıcı sonuçlar doğurmaktadır (Karslı, 2018, Linan ve Rodriguez-Chohard, 2004, Ülgen Aydınlik, 2017:18).

Özellikle aileler bireyde kişilik özelliklerinin gelişmesinde büyük katkı sahibidir. Aile çocuğun hangi okula gideceğini, hangi mesleği seçeceğini, hangi lisanı konuşacağını belirleyerek, yönlendirmektedir. Hatta babasının mesleğini seçmesini veya işini devam ettirmesini istemektedir. Bireylerin eğitim düzeylerinin çoğu defa ailelerinki ile doğru orantılı olduğu bilinmektedir. Yapılan araştırmalarda, ailesinde girişimci olan bireylerin kendine güven, yenilik ve başarı ihtiyacı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Girişimcilik özelliğinin, liderlik gibi tamamen doğuştan gelmediği, zamanla geliştirilebildiği ve eğitimle kazandırılabilirdiği görülmüştür.

Eğitimin girişimcilik üzerindeki etkisi yapılan çeşitli araştırmalarda da yer almaktadır. Bireye verilen biçimsel bir eğitim, onun girişimcilik kariyerine etki yapabildiği gibi, iş kurma konusunda cesaretlendirebilmektedir. Bu açıdan eğitim, girişimciliği etkileyen önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Kişiler sahip oldukları yeteneklere okullardan, eğitim programlarından ve üniversitelerden edindikleri bilgileri ekleyince, başarılı bir girişimci olma şanslarını artırırlar (Hisrich ve Peters, 2001:23-24). Üniversitelerde ve çeşitli kurumlarda, analitik düşünme yeteneklerini geliştiren, yaratıcılığı ve girişimciliği özendiren birçok eğitim programı bulunmaktadır. Bu tür eğitim programlarıyla iş fırsatlarını görmek ve değerlendirmek, yönetim fonksiyonlarını anlamak ve öğrenmek, işletme fonksiyonlarını analiz etmek ve ilişkilerin nasıl geliştirileceğini belirlemek gibi teknik bilgilerin yanında, başarmak için kararlı olma, hedef ve fırsatlara odaklanma, sorumluluk bilinci geliştirme, sorun çözebilme, stresle başa çıkma, başarısızlıklardan ders alma, doğruluk ve güvenilirlik, ekip çalışması yapabilme gibi yeteneklerin kazandırılması da mümkündür.

Ancak bazı hallerde ailesinin istediği eğitimi alan ve belirli bir göreve hazırlanan ikinci nesil çocukların anne ve babalarının başarısını yakalayamadıkları ve çevreye uyum gösteremeyerek şirkette başarısız oldukları da görülmektedir. Hatta bazılarının ailelerinin istediği eğitimi aldıktan sonra diplomalarını bir kenara koyup, gerçekten istedikleri alanda çalıştıkları ya da yeteri maddi imkanlara sahip olduklarından hobileriyle uğraştıklarını da görmekteyiz.

Son olarak, girişimcinin yaşı ve medeni hali de başarısında önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir. Yapılan araştırmalar kariyerinin başlarında olan kişilerin risk almaya daha eğilimli olduğu ancak izleyen yıllarda risk alabilme oranının düştüğü görülmektedir. Örneğin; üniversiteden yeni mezun olan bekar bir gencin veya kaybedecek bir birikimi olmayan bir kişinin risk yüklenme oranı yüksektir. Oysa çevrede isim yapmış ve bir şirketin üst yönetiminde görevli olan bir profesyonelin birikimlerini riske atma oranı daha düşüktür. Son yapılan araştırmalarda, insanların ortalama ömürünün ve hayat beklentisinin uzamış olması nedeniyle, emeklilikten sonra bile girişimci olan kişilerin varlığı söz konusudur (Ülgen Aydınlik, 2017:17-19).

2.3. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ

Girişimci olma kararı, bilinçli ve gönüllü olarak verilen, bireyin arzu ve isteyine bağlı olarak ortaya çıkan bir karardır. Ancak zaman içinde gerçekleşen bir süreç olarak görülür. Bu nedenle girişimcilik niyeti, yeni bir işe başlama kararında önemli bir rol oynamaktadır ve öncü olmaktadır. Niyet, kişinin ilgisini belirli bir amaca yönelten ve istenen hedefe odaklanmasına neden olan zihinsel bir durumdur (Karslı, 2018:17) ve davranışın belirleyicisi olarak kabul edilir (Ajzen, 1991, 2001; Fishbein ve Ajzen, 1975). Ayrıca, başarmak için gerekli olan yol, geleceğe ilişkin karar verme ve belirli bir duruş sergileme olarak da tanımlanmaktadır (Şeşen, Soran ve Caymaz, 2014:94, Bird, 1988:442-453). Bu açıdan, girişimcilik, niyet edilen planlı bir davranıştır (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009:85). Bu davranışın eyleme dönüşmesi için girişimci iş planı hazırlayarak gerekli eylem planlarını yapar ve bu eylem planlarını uygulayarak başarılı olmak için çalışır. Thompson (2009:669) girişimcilik niyetini; farklı araştırmacıların tanımlarından da yola çıkarak, kariyer yönelimi, mesleki özelemler ve işletme sahibi olma arzusu gibi birbiriyle ilişkili ancak birbirinden farklı nedenlere sahip kavramlar olarak tanımlamıştır.

Girişimcilik niyeti; değerler, ihtiyaçlar, alışkanlıklar ve inançlar gibi çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Bunun yanında kişisel tutum, algılanan davranışsal kontrol, kişilik özellikleri, cinsiyet, yakın aile ve çevre bu faktörler arasında sayılabilir (Linan ve Rodriguez-Cohard, 2004:3-4; Kalkan, 2011:190; Çelik, İnce ve Bozyiğit, 2014:113-124). Bu konuda yapılan birçok çalışmada, girişimcilik niyeti ile karakter özellikleri, yaş, cinsiyet, inanç, eğitim seviyesi, ırk, iş tecrübesi, rol modeller gibi faktörler arasındaki ilişkiler araştırılmıştır (Linan, 2004:11-35; Karslı, 2018:19-25).

Ancak girişimcinin kişilik özelliklerini araştıran bu çalışmalar süreklilik ve benzer sonuçlar göstermediğinden, niyetsel karar alma ve faaliyet gösterme, gelişim odaklılık, durumu rasyonel değerlendirme gibi faktörler son dönemlerde yapılan çalışmalarda daha sıklıkla görülmektedir (Şeşen, Soran ve Caymaz, 2014:94).

Demografik faktörlerin öğrencilerin girişimcilik niyetlerine etkisini test etmek üzere Şeşen ve Basım (2012) ile Alparslan, Taş ve Yastioğlu'nun (2017) yaptığı çalışmalarda, farklı ülkelerde yapılan araştırma bulgularına paralel olarak; erkek öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin kadın öğrencilerden, iş deneyimi olan öğrencilerin iş deneyimi olmayan öğrencilerden, ailesinin toplam geliri yüksek olan öğrencilerin aile geliri düşük öğrencilerden, daha yüksek girişimcilik niyetine sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca, öz yeterliliği yüksek öğrencilerin, yüksek girişimcilik niyeti gösterdikleri de bulgular arasındadır. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise kendini güçlendirme ve değişime açıklık gibi kültürel değer boyutlarının girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğudur. Değişime açıklık değer boyutunun temel yapı taşlarını oluşturan özgür düşünme, bağımsız bir şekilde karar verme ve bu kararları uygulama, yaratıcı düşünme ve cesaret ihtiyacı ile öz saygı düzeyinin yüksek olmasıyla, girişimcilik niyetinin de yükseldiği saptanmıştır.

Baskın kişilik tiplerinin girişimcilik ile ilgisi incelendiğinde dışadönüklük, nörotisizm ve psikotisizm olmak üzere üç kişilik tipinin öne çıktığı görülmektedir. İnsanlarla iletişimi seven, girişken ve yalnız olmaktansa insanlarla olmayı tercih eden "dışadönük" bireyler, aynı zamanda sosyal olmayı ve dürtüselliği temsil etmektedir. Dolayısıyla dışadönük kişilerin girişimci olması beklenmektedir. Yapılan araştırmalarda, girişimcilerin kendi işlerini kurmadan önce de (halen girişimci olmayanlara oranla) daha sosyal bireyler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ileri teknoloji üzerine uzmanlaşmış ve şu anda kendi işini kurmuş bireylerin, başkaları adına iş yürüten ileri teknoloji uzmanlarından daha dışadönük olduğu saptanmıştır.

Duygusal tutarsızlığı veya aşırı tepkiselliği temsil eden "nörotisizm"de ise, bu tip bireylerin genel olarak kaygılı, depresif, gergin, çekingen, aşırı duygusal ve düşük özgüvenli olabileceği belirtilmektedir. Girişimcilerde strese karşı tolerans, ağır iş yükü ile baş etme, risk yüklenme, kimi zaman sosyal baskı, finansal zorluklarla baş etme ve kendi işletmelerinin işleyişi ile ilgili sürekli olarak baskı altında olma durumu söz konusu olduğundan duygusal denge sahibi olmaları gerekmektedir. Bu nedenle,

nörotisizm kişilik tipine sahip olan bireylerin girişimci olmaları büyük bir dikkat gerektirmektedir.

Soğuk, mesafeli, saldırgan, güvensiz, duygusuz, empati kuramayan ve diğer insanlara karşı duyarsızlık gibi daha çok sıra dışı kişilik özelliklerini temsil eden psikotik kişiliğe sahip bireylerin (psikotizm) yüksek sanatsal yaratıcılığa sahip oldukları da bilinmektedir. Ancak bu kişilerin yaratıcılıklarını toplumdaki soyutlanarak gerçekleştirildikleri göz önüne alındığında, bu kişiliğe sahip bireylerin yaratıcılıkları, girişimci olmak adına değil, sanatsal yaratıcılık adına gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, psikotik bireylerin girişimci olmaları için yaratıcılıkları ile diğer özelliklerini doğru bir şekilde biraraya getirmeleri gerekmektedir.

Ekonomik ve sosyal faktörler kadar girişimcilerin kişilik özellikleri de başarılı olmaları için önemlidir. Kişilik özelliklerinin girişimci öz yeterlilik ile ilişkisini incelemek amacıyla yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlara göre dışa dönüklük boyutunun; yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek, yenilikçi bir çevre oluşturmak, yatırımcılarla ilişki kurmak, temel amacı tanımlamak, beklenmedik zorluklarla baş etmek boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, dışa dönüklük boyutunun sosyalliği temsil ettiğini ve dolayısıyla insanlarla iletişimi seven, girişken ve takım olarak ortak organize olmayı tercih eden bireylerde girişimciliğin ön plana çıktığını açıklamaktadır. Bu açıdan dışadönüklüğün girişimciliği etkileyen en önemli kişilik özelliği olduğu söylenebilmektedir (Başol, Dursun ve Aytaç, 2011:11-19).

Girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin, almayanlara göre girişimci olma niyetinin daha güçlü olduğu ve girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin yeni bir iş kurma olasılığının daha yüksek olduğu, girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilediği çeşitli çalışmalarda belirlenmiştir. Ayrıca, girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci olma niyetini olumlu yönde etkilediği de açıktır. (Kerse, Babadağ ve Kerse, 2017). Ancak yapılan bir başka çalışmada, öğrencilerin müfredat kapsamında almış oldukları dönemlik girişimcilik eğitiminin, girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Yani, bireylerin üniversitelerde aldıkları girişimcilik eğitiminin teorik bir bilgidan öteye geçemediği, bireyleri girişimciliğe niyetlendirecek algı, tutum ve davranışları geliştirmedeği görülmektedir (Alparslan, Taş, Yastioğlu, 2017:157).

Girişimci olmak için gereken davranışsal niyet olarak tanımlanan girişimcilik niyeti, girişimcilik davranışın öncüsü olarak değerlendirilebilir. Birçok ampirik çalışma sonucu bireylerin kişiliği, değerleri, ihtiyaçları ve ilgileriyle uyuşan çalışma ortamlarını seçtiklerini göstermiştir (Zhao, Sebert, Lumpkin, 2010:384). Yapılan analizlere göre risk yüklenme eğilimi girişimcilik niyeti üzerinde pozitif etkiye sahipken, performans üzerinde negatif etkiye sahiptir (Brandstatter, 2011:222). Ayrıca bireylerin sosyo-demografik geçmişlerinin (cinsiyet, ırk, medeni durum, yaş gibi) kariyer başarılarında etkili olduğu görülmüştür (Ng, Eby, Sorensen ve Feldman, 2005:371). Örneğin kadınlar erkeklere oranla kendi işlerini kurma konusunda kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü açısından daha düşük değerler göstermektedir. Hatta kadınların girişimcilik niyetini uygulamaya geçirme oranları da düşüktür. Ancak motivasyonu arttırmak için olmasa da, bilgiyi arttırmak açısından eğitimler verilmeli ve kadınların becerilerini geliştirmeleri sağlanmalıdır (Haus, Steinmetz, Isidor ve Kabst, 2013:145-146). Girişimcilik niyetinde etki eden öz yeterlilik ve kişisel tutumu geliştirmeye yönelik eğitimlerin olumlu sonuçlar verdiği de araştırmalar tarafından desteklenmektedir (Linan, Rodriguez-Cohard, Rueda-Cantuche, 2011:211). Hatta işletme mezunları ve öğrencilerinin bir işletmede çalışmak yerine kendi işlerini kurmaya daha meyilli olduklarına dair araştırma sonuçları da literatürde yer almaktadır (Nabi, Linan, 2011:327).

Yine bu alanda yapılan çalışmalarda bireyin girişimcilik niyeti ile işletme kurma faaliyetine geçmesi arasında yüksek bir ilişki olduğu görülmüştür (Karslı, 2018:18, Lee, Wong, Foo ve Leung, 2011:124-136). Buradan yola çıkarak, bu çalışmada, bireyin girişimcilik faaliyetinde bulunup bulunmayacağı girişimcilik niyeti ile ölçülmektedir. Linan ve Chen, Ajzen'in planlanmış davranışlar teorisinden yola çıkarak, girişimcilik niyetini ölçmek amacı ile bir anket geliştirmişlerdir (Linan ve Chen, 2009:593-617). Bu ankette girişimcilik niyetini ölçerken, bu davranışı etkilediği düşünülen üç motivasyon öncülü de araştırılmış, girişimcilik niyetini nasıl etkilediği incelenmiştir (Kalkan, 2011:189-206). Bunlardan ilki, bireyin girişimci olmaya yönelik olumlu yada olumsuz değerlendirmesi yani kısaca start-up'a olan kişisel tutumdur. Bir diğeri, girişimci davranışını yerine getirme veya gerçekleştirmede algılanan sosyal baskıyı, özellikle de referans kişilerin (çekirdek aile, arkadaş ve önem verilen insanlar gibi) girişimci olma kararını onaylayıp onaylamaması ile ilgili algıyı ölçen öznel normdur. Üçüncü motivasyon öncülü ise; bireyin girişimci olmanın zorluğu

veya kolaylığı konusundaki algısını tanımlayan, algılanan davranış kontrolüdür.

Çalışmamızda, girişimcilik niyeti ölçülmek istendiğinden, söz konusu anketin sadece girişimcilik niyeti ile ilgili ifadelerin olduğu bölüm değerlendirilmeye alınmıştır. Girişimcilik niyeti, “girişimci olmak için yapılması gereken ne varsa yapmaya hazır olmak”, “kariyer hedefi olarak görmek”, “kendi işini kurma konusunda kararlı olmak”, “bunu ciddi düşünmek ve bir gün kurmaya niyetli olmak” ile ölçülmüştür. Bu sorulara verilen cevaplarla girişimcilik niyeti ölçülmeye çalışılmıştır.

Günümüzde üniversite mezunlarının artması ve özellikle üniversite mezunları arasında işsizlik oranının yükselmesi, işgücü piyasasının daha rekabetçi olması ile sonuçlanmıştır. Nitekim bu rekabet, üniversite mezunlarını iş bulabilmek amacıyla kaliteli ve bilinen üniversitelerden yüksek lisans ve doktora dereceleri almaya, ya da yeni pazarların oluştuğu ülkelerin dillerini öğrenmeye yönlendirmektedir. Bu arada genç mezunların rekabetçi iş gücü piyasalarında istihdam edilebilir olmaları için eğitsel yetenekleri ve mezun oldukları okulların yanı sıra kendilerinin veya ailelerinin sahip olduğu ilişki ağlarının önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Yapılan araştırmalar, işletmelerde boş pozisyonların büyük oranda iş ilanları yoluyla değil, kurulmuş olan etkin ve tutarlı ilişki ağları sayesinde doldurulduğu görülmektedir. Bu nedenle, girişimcilik niyeti olan birçok üniversite öğrencisi, daha okurken öğrenci kulüpleri aracılığıyla yeteneklerini gösterme, hocaları ve çevre ile bir ilişki ağı kurma çabasına girmekte, stajlar yoluyla çalışabileceği firmaların üst yönetimi ile ilişki kurmaya çalışmaktadır. Böylelikle iş çevresini tanıma yoluyla, yeni imkanlar ve fırsatlar araştırmakta, kendilerine ve gelecekteki kariyerlerinde olumlu katkıda bulunacağını düşündüğü ilişkilere yatırım yapmaktadırlar.

Çalışmamızın bu bölümünde girişimcinin tanımı, girişimcilerde bulunması gereken özellikler, girişimci kişiliğin oluşması ve girişimcilik niyeti üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise; kişilerin çalışma yaşamları, kariyerleri ve girişimcilik özelliklerinin gelişmesinde önemli katkısı olduğuna inanılan ilişki ağları ve ilişki ağı kurma davranışı üzerinde durulacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞININ GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ

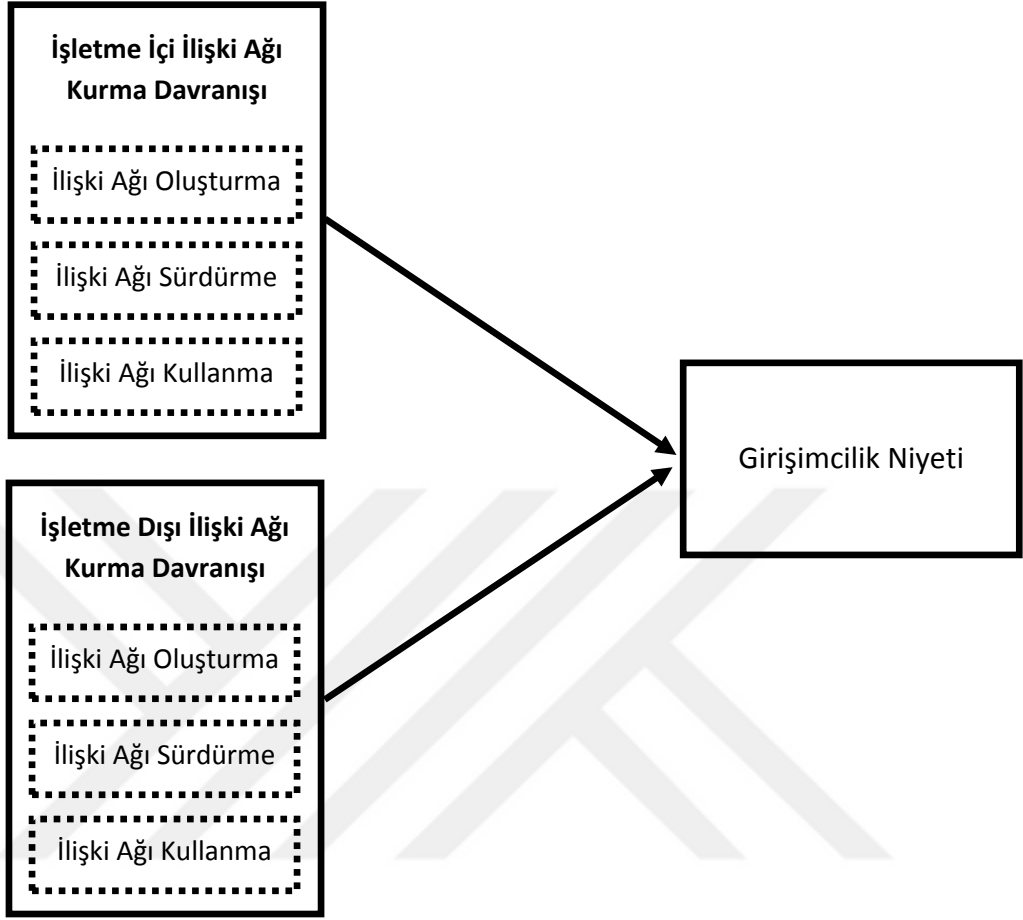
Bu bölümde girişimcilik niyeti ile ilişki ağı kurma davranışı arasındaki ilişki incelenecek ve çeşitli demografik faktörle göre oluşan farklar irdelenecektir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Literatüre bakıldığında, çeşitli araştırmacılar tarafından ilişki ağı kurma davranışı, girişimcide bulunması gereken özellikler arasında sıralanmıştır. Girişimcilik niyeti ise girişimcilik faaliyetinin öncülü olarak kabul edilebilmektedir. Buradan yola çıkarak, girişimcilerde ilişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyetini etkileyebileceği kuracakları işletmenin ve dolayısıyla girişimcinin başarılı olması için gerekli olduğu öne çıkmaktadır. Bu araştırmada, ilişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi incelenecektir.

3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmada ilişki ağı kurma davranışı bağımsız, girişimcilik niyeti ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. İlişki ağı kurma davranışı öncelikli olarak işletme içi ve işletme dışı olarak ikiye ayrılmakta daha sonra her bölüm kendi arasında ilişki ağı oluşturma, ilişki ağı sürdürme ve ilişki ağı kullanma olarak üçer alt boyuta ayrılmaktadır. Araştırmanın modeli Şekil 3.1.'de sunulmuştur.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE SORULARI

Araştırmada genel olarak ilişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bu amaçla aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir.

H_{1a}: İşletme içi ilişki ağı oluşturma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H_{1b}: İşletme içi ilişki ağı sürdürme davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H_{1c}: İşletme içi ilişki ağı kullanma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H_{2a}: İşletme dışı ilişki ağı oluşturma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H_{2b}: İşletme dışı ilişki ağı sürdürme davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H_{2c}: İşletme dışı ilişki ağı kullanma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir.

Araştırmada demografik özelliklere göre ilişki ağı kurma davranışı ve girişimcilik niyetinin farklılık gösterip göstermediği de incelenecektir. Bu bağlamda oluşturulan araştırma soruları şöyledir:

Araştırma Sorusu 1: İlişki ağı kurma davranışı demografik faktörlere (cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, iş deneyimi, iş kıdemi, girişimcilik eğitimi almış olması, daha önce girişimcilik deneyimi olması, mezuniyet derecesi, mezun olunan bölüm, gelir ve öğrenim görülen program) göre farklılık göstermekte midir?

Araştırma Sorusu 2: Girişimcilik niyeti demografik faktörlere (cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, iş deneyimi, iş kıdemi, girişimcilik eğitimi almış olması, daha önce girişimcilik deneyimi olması, mezuniyet derecesi, mezun olunan bölüm, gelir ve öğrenim görülen program) göre farklılık göstermekte midir?

Bu araştırma sorularına ilişkin yanıtların, literatürde girişimci ile ilişkili bireysel özellikleri içeren bilgi birikimine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.4.1. Örneklem

Araştırma anketleri, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Tezsiz Yüksek Lisans Programlarına kayıtlı ve 2018-2019 bahar yarıyılında ders alan tüm öğrencilere uygulanmıştır. Programlara kayıtlı toplam 575 öğrencinin 336'sına anket formu dağıtılmış olup 332 kişiden yanıt alınmıştır. Araştırmaya ilişkin veriler kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Cinsiyet, yaş, medeni durum ve örneklemin diğer özelliklerine ilişkin veriler bulgular kısmında sunulmuştur.

3.4.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölüm araştırma değişkenlerini değerlendiren iki ölçeği içermekte, son bölüm katılımcıların demografik bilgilerini içeren çeşitli sorulardan oluşmaktadır.

3.4.2.1. Girişimcilik Niyeti Ölçeği

Anketin ilk bölümde Linan ve Chen'in 2005'de kullandıkları toplamda 21 ifadeden oluşan ve Girişimcilik Niyeti Modeli Öğeleri'ni ölçme amacıyla hazırlanan ölçeğin 6 maddesi kullanılmıştır (Ek'ler kısmında Girişimcilik Niyeti Modeli Öğeleri Ölçeğinde bulunan 16-21 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır). Araştırmada sadece girişimcilik niyeti ölçölmek istendiğinden anketin sadece girişimcilik niyetini ölçmeye yönelik son 6 ifadesi araştırmaya dahil edilmiştir.

Girişimcilik niyeti ölçeğinde, "Bir girişimcinin yapması gereken ne varsa, onu yapmaya hazırım" şeklinde ifadeler yer almaktadır. Cevaplar, likert ölçeğine uygun olarak; 1- Kesinlikle Katılmıyorum – 5 Kesinlikle Katılıyorum skalası arasında yer almıştır. Yanıtların ortalaması 5'e yaklaştığında girişimcilik niyetinin yüksek olduğu, 1'e yaklaştığında ise girişimcilik niyetinin düşük olduğu anlaşılmaktadır.

3.4.2.2. İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği

İkinci bölümde ise ilişki ağı kurma davranışı Wolff ve Moser'in (2006) altı tip ilişki ağı kurma davranışını ölçen, Wolff ve Kim'in de 2012 yılında kullandıkları ve toplam 44 ifadede ilişki ağı kurma davranışını ölçen anketi kullanılmıştır. Bu bölümdeki ilk 22 ifade işletme içi ilişki ağı kurma davranışını ölçerken ikinci 22 ifade işletme dışı ilişki ağı kurma davranışını ölçmektedir. Anketteki ilk 6 ifade işletme içi ilişki ağı oluşturma (Ek'ler kısmında İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinde bulunan 1-6 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır), sonraki 8 ifade işletme içi ilişki ağını sürdürme (Ek'ler kısmında İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinde bulunan 7-14 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır) ve daha sonraki 8 ifade ise işletme içi ilişki ağını kullanma (Ek'ler kısmında İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinde bulunan 15-22 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır) davranışını ölçmektedir.

İşletme dışı ilişki ağı davranışı ile ilgili olarak da 7 ifade ilişki ağı oluşturma (Ek'ler kısmında İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinde bulunan 23-29 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır), 7 ifade ilişki ağı sürdürme (Ek'ler kısmında İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinde bulunan 30-36 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır) ve 8 ifade ise ilişki ağı kullanma (Ek'ler kısmında İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinde bulunan 37-44 numaralı ifadeler değerlendirmeye alınmıştır) davranışını ölçmektedir.

İşletme içi ilişki ağı kurma davranışı ölçeğinde, “Çalıştığım işletmede sima olarak tanıdığım çalışanlara yaklaşıp bir sohbeti başlatırım” şeklinde ifadeler yer alırken, işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı ölçeğinde ise “İşletme dışındaki irtibatlarımı, işletmemin haricindeki şahsi bağlantılara sahip olmak için geliştiririm” gibi ifadeler yer almaktadır. Cevaplar, likert ölçeğine uygun olarak; 1- Kesinlikle Katılmıyorum – 5 Kesinlikle Katılıyorum skalası arasında yer almıştır. Yanıtların ortalaması 5’e yaklaştığında işletme içi ve dışı ilişki ağı kurma davranışının daha fazla olduğu, 1’e yaklaştığında ise işletme içi ve dışı ilişki ağı kurma davranışının daha az olduğu anlaşılmaktadır.

3.4.2.3. Demografik Sorular

Anketin son bölümünde cevaplayıcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik çeşitli sorular bulunmaktadır. Bu değişkenler cinsiyet, yaş, medeni durum, iş deneyimi, kıdem, alınan girişimcilik eğitimi, daha önceki girişimcilik deneyimi, girişimcilik deneyiminin devam edip etmediği, lisans mezuniyet derecesi, mezun olunan bölüm, ailede girişimci olup olmadığı, bireyin ve ailesinin aylık gelirini kapsamaktadır.

3.5. ARAŞTIRMANIN ANALİZLERİ

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları ve ölçeklere uygun olan istatistiksel yöntemler belirlenerek, araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach Alpha katsayısı hesaplanarak belirlenmiştir. Ölçeklerin yapısal geçerlikleri için Keşfedici Faktör Analizi uygulanmıştır. Bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Analizi kullanılarak tespit edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisi için Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır. Ölçek boyutlarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği t-test ve ANOVA ile incelenmiştir.

Araştırmadaki tüm analizler için IBM SPSS Versiyon 21.0 paket istatistik programı kullanılmıştır.

3.6. BULGULAR

3.6.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya dahil olan İ.Ü. İşletme İktisadı Enstitüsü öğrencilerinin cinsiyet faktörüne göre dağılımları incelendiğinde; örneklemin %50,3'ünü (167 kişi) kadınların, %49,7'lik (165 kişi) kısmını ise erkeklerin oluşturduğu Tablo 3.1.'de görülmektedir.

Tablo 3.1. Örneklemin Cinsiyet Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Kadın	167	50,3	50,3	50,3
Erkek	165	49,7	49,7	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Örneklem medeni durum faktörüne göre incelendiğinde; araştırmaya katılanların %67,8'inin (225 kişi) bekar ve %32,2'lik (107 kişi) kısmının ise evli olduğu Tablo 3.2.'de görülmektedir.

Tablo 3.2. Örneklemin Medeni Durum Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Bekar	225	67,8	67,8	67,8
Evli	107	32,2	32,2	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Tablo 3.3.'de katılımcıların yaş faktörüne göre dağılımları incelendiğinde; %32,8'i (109 kişi) 21 – 26 yaş arasında, %41,6'sı (138 kişi) 27 – 32 yaş arasında ve %25,6'sı (85 kişi) ise 33 yaş ve üzerinde yer almaktadır.

Tablo 3.3. Örneklemin Yaş Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
21 – 26 Yaş Arası	109	32,8	32,8	32,8
27 – 32 Yaş Arası	138	41,6	41,6	74,4
33 Yaş ve Üzeri	85	25,6	25,6	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Katılımcıların daha önce herhangi bir işte deneyimlerinin olup olmadığı sorulduğunda; %97,3 (323 kişi) gibi neredeyse tamamının bir iş tecrübesine sahip olduğu Tablo 3.4.'de görülmektedir. Yalnızca %2,7'lik (9 kişi) küçük bir kesim daha önce herhangi bir işte çalışmadığını beyan etmiştir.

Tablo 3.4. Örneklemin İş Deneyimi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Evet	323	97,3	97,3	97,3
Hayır	9	2,7	2,7	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Çalışmaya katılan kişilerin iş kıdemleri incelendiğinde dengeli bir dağılımın olduğu Tablo 3.5.'de görülmektedir. Örneklemin %31,3'ü (104 kişi) 3 yıldan az bir kıdeme sahipken, %26,8'i (89 kişi) 4-7 yıl arası kıdeme sahip olduğunu bildirmiştir. Örneklemin %35,5'i (118 kişi) ise 8 yıl ve üzeri bir kıdeme sahip olduğunu beyan ederken %6,3'ü (21 kişi) ise bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır.

Tablo 3.5. Örneklemin Kıdem Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
0 – 3 Yıl Arası	104	31,3	33,4	33,4
4 – 7 Yıl Arası	89	26,8	28,6	62,1
8 Yıl ve Üzeri	118	35,5	37,9	100,0
Cevapsız	21	6,3		
Toplam	332	100,0	100,0	

Çalışmaya katılan kişilerin %44,9'u (149 kişi) daha önce bir girişimcilik eğitimine katıldığını bildirirken, %55,1'i (183 kişi) ise daha önce girişimcilikle alakalı bir eğitime katılmadıklarını beyan etmişlerdir. (Tablo 3.6.)

Tablo 3.6. Örneklemin Girişimcilik Eğitimi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Evet	149	44,9	44,9	44,9
Hayır	183	55,1	55,1	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Katılımcıların %21,1'lik (70 kişi) kısmı bir iş kurma tecrübesine sahipken, %78,9 (262 kişi) gibi bir bölümü böyle bir tecrübeye sahip olmadıklarını bildirmişlerdir. (Tablo 3.7.)

Tablo 3.7. Örneklemin Girişimcilik Deneyimi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Evet	70	21,1	21,1	21,1
Hayır	262	78,9	78,9	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Araştırmaya dahil olan kişilerin %8,4'ü (28 kişi) girişimcilik deneyimlerinin devam ettiğini bildirirken, %91,6'lık (304 kişi) kısmı ise girişimcilik deneyimlerini sonlandırdıklarını veya hiç başlamadıklarını beyan etmişlerdir. (Tablo 3.8.)

Tablo 3.8. Örneklemin Girişimcilik Faaliyetine Devam Edip Etmemesine Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Evet	28	8,4	8,4	8,4
Hayır	304	91,6	91,6	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Katılımcıların lisans mezuniyet derecelerine göre dağılımları incelendiğinde; %13,9'unun (46 kişi) 2,00 – 2,64 arasında, %35,5'inin (118 kişi) 2,65 – 3,29 arasında ve %14,2'sinin (47 kişi) 3,30 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Örneklemin %36,4'lük (121 kişi) kısmı ise bu soruya yanıt vermemişlerdir. (Tablo 3.9.)

Tablo 3.9. Örneklemin Mezuniyet Derecesi Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
2,00 – 2,64 Arası	46	13,9	21,8	21,8
2,65 – 3,29 Arası	118	35,5	55,9	77,7
3,30 ve Üzeri	47	14,2	22,3	100,0
Cevapsız	121	36,4		
Toplam	332	100,0	100,0	

Araştırmaya dahil olan kişilerin lisans mezuniyet alanlarına göre dağılımları incelendiğinde; %22,9'unun (76 kişi) mühendislik eğitimi aldığı, %41,9'unun (139 kişi) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden mezun olduğu, %8,4'ünün (28 kişi) Fen – Edebiyat Fakülte'sinden mezun olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %26,8'i (89 kişi) ise bu soruyu “Diğer” şeklinde cevaplamıştır. (Tablo 3.10.)

Tablo 3.10. Örneklemin Mezun Olunan Bölüm Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Mühendislik	76	22,9	22,9	22,9
İİBF	139	41,9	41,9	64,8
Fen – Edebiyat	28	8,4	8,4	73,2
Diğer	89	26,8	26,8	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Katılımcıların %46,4'ünün (154 kişi) ailesinde bir girişimci bulunurken, %53,6'sının (178 kişi) ailesinde daha önce girişimcilik deneyimine sahip kimse bulunmamaktadır. (Tablo 3.11.)

Tablo 3.11. Örneklemin Ailede Girişimci Olması Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
Evet	154	46,4	46,4	46,4
Hayır	178	53,6	53,6	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan örneklemin gelir faktörüne göre dağılımları incelendiğinde; %48,8'inin (162 kişi) 5.000 TL ve altında bir gelire sahip olduğu, %41,3'ünün (137 kişi) 5.001 – 10.000 TL arasında bir gelire sahip olduğu ve %9,9'unun (33 kişi) ise 10.001 TL ve üzerinde bir gelire sahip olduğu görülmektedir. (Tablo 3.12.)

Tablo 3.12. Örneklemin Gelir Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
5.000 TL ve altı	162	48,8	48,8	48,8
5.001 – 10.000 TL arası	137	41,3	41,3	90,1
10.001 TL ve üzeri	33	9,9	9,9	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Katılımcıların aile gelirleri incelendiğinde; %36,1'inin (120 kişi) 5.000 TL ve altında bir gelire sahip olduğu, %38,3'ünün (127 kişi) 5.001 – 10.000 TL arasında bir gelire sahip olduğu, %18,4'ünün (61 kişi) 10.001 – 20.000 TL arasında bir gelire

sahip olduğu ve son olarak %7,2'sinin (24 kişi) ise 20.001 TL ve üzerinde bir gelire sahip oldukları tespit edilmiştir.(Tablo 3.13.)

Tablo 3.13. Örneklemin Aile Geliri Faktörüne Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
5.000 TL ve altı	120	36,1	36,1	36,1
5.001 – 10.000 TL arası	127	38,3	38,3	74,4
10.001 – 20.000 TL arası	61	18,4	18,4	92,8
20.001 TL ve üzeri	24	7,2	7,2	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

Araştırmaya dahil olan öğrencilerin öğrenim gördükleri programa göre dağılımları incelendiğinde; %58,4'ünün bir Bilim Yüksek Lisansı (Master of Science – MS) programına dahil olduğu, %41,6'sının (138 kişi) ise Yönetim Yüksek Lisansı (Master of Business Administration – MBA) programına devam ettikleri Tablo 3.14.'de görölmektedir.

Tablo 3.14. Örneklemin Öğrenim Gördükleri Programa Göre Frekans Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Küm. Yüzde
MS	194	58,4	58,4	58,4
MBA	138	41,6	41,6	100,0
Toplam	332	100,0	100,0	

3.6.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizleri

Bu bölümde araştırmada kullanılan her bir ölçeğin güvenilirliklerini test etmeye yönelik yapılan analizlere ilişkin sonuçlar sunulmaktadır. Ölçek ifadelerinin iç tutarlılıklarını belirlemek için Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır.

3.6.2.1. Girişimcilik Niyeti Ölçeği

Araştırmada katılımcıların girişimcilik niyetini ölçmek için Linan ve Chen'in (2009) 6 ifadeli ölçeği kullanılmıştır. İlgili çalışmada Linan ve Chen ölçeklerinin madde güvenilirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısını $\alpha = 0,943$ olarak hesaplamışlardır (Linan ve Chen, 2009:603). Bu çalışmada girişimcilik niyeti ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının güvenilir kabul edilen seviyenin ($\alpha = 0,60$) üzerinde yer alarak $\alpha = 0,945$ olduğu tespit edilmiştir. Ölçek ifadelerinden araştırmadan çıkarılması halinde güvenilirlik katsayısını yükseltecek hiçbir ifade bulunmamaktadır. Bu nedenle orijinal ölçekte bulunan tüm ifadeler araştırmada kullanılmıştır. (Tablo 3.15.)

Tablo 3.15. Girişimcilik Niyeti Ölçeğinin Madde-Toplam İstatistikleri

	Madde Silinirse Ölçek Ortalaması	Madde Silinirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach Alpha Katsayısı
Bir girişimcinin yapması gereken ne varsa, onu yapmaya hazırım.	17,166	27,383	,660	,953
Profesyonel kariyer hedefim bir girişimci olmaktır.	17,518	25,078	,779	,941
Kendi işimi kurmak ve geliştirmek için elimden gelen her türlü gayreti göstereceğim.	17,136	24,021	,879	,929
Gelecekte kendi işimi kurmak konusunda kararlıyım.	17,139	23,818	,912	,925
Kendi işimi kurmak konusunu ciddi anlamda düşünüyorum.	17,142	23,862	,883	,928
Gelecekte bir gün kendi işimi kurmaya ciddi olarak niyetliyim.	17,063	23,812	,883	,928

3.6.2.2. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı

İşletme içi ilişki ağı kurma davranışını ölçmek için kullanılan 22 ifadeli Wolff ve Moser'in ölçeğinin madde güvenilirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısına bakılmıştır. Orijinal çalışmada, işletme içi ilişki ağı kurma davranışı boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayılarının $\alpha = 0,66$ ile $\alpha = 0,76$ arasında değiştiği görülmektedir (Wolff ve Moser, 2010:241). Bu çalışmada işletme içi ilişki ağı kurma davranışı ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının güvenilir kabul edilen seviyenin ($\alpha = 0,60$) üzerinde yer alarak $\alpha = 0,877$ olduğu tespit edilmiştir. Ölçek ifadelerinden araştırmadan çıkarılması halinde güvenilirlik katsayısını yükseltecek hiçbir ifade bulunmamaktadır. Bu nedenle orijinal ölçekte bulunan tüm ifadeler araştırmada kullanılmıştır. (Tablo 3.16.)

Tablo 3.16. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinin Madde-Toplam İstatistikleri

	Madde Silinirse Ölçek Ortalaması	Madde Silinirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach Alpha Katsayısı
Çalıştığım işletmede sima olarak tanıdığım çalışanlara yaklaşım bir sohbeti başlatırım.	63,937	79,062	,580	,868
İşletmenin düzenlediği organizasyonları yeni bağlantılar kurmak için kullanırım.	64,108	79,819	,492	,871
İşletmenin düzenlediği organizasyon ve gezilerde daha önce hiç tanışmadığım iş arkadaşlarımla iletişim kurarım.	64,120	78,741	,555	,869
Çalıştığım işletmede yeni biriyle tanıştıysam, mola zamanlarımı bu kişiyle iletişimi geliştirmek üzerine değerlendiririm.	64,503	79,332	,491	,871
İlk kez katılacak olduğum resmi bir şirket toplantısında, katılımcılara toplantı öncesi veya sonrasında kendimi şahsen tanıtırım.	64,211	79,381	,511	,870
Profesyonel anlamda benim için önemli olabilecek biriyle tanışmak istediğimde, inisiyatif alırım ve kendimi ona tanıtırım.	64,069	78,983	,558	,869
Başka bir departmandan bir çalışma arkadaşım benden profesyonel anlamda yardım istediğinde, yardım istenilen konu işimle alakalı olmasa bile ona yardım ederim.	63,934	79,663	,519	,870
Mola zamanlarında, işle ilgili meseleleri diğer departmanlardaki arkadaşlarla konuşurum.	64,548	77,251	,491	,871
Birisini bir işle ilgili farklı departmandan birine yönlendirdiğimde, yönlendirme yaptığım kişiye yönlendirdiğim kişi ilgili haber veririm.	64,039	79,832	,493	,871
İşle ilgili meseleleri diğer departmanlardaki iş arkadaşlarımla iş saatleri dışında konuşurum.	64,904	78,347	,405	,875
Bir çalışma arkadaşım zor bir problemle ilgili bana yardım ettiğinde, o kişiyi problem çözüldüğü zaman bilgilendiririm.	64,160	78,382	,624	,866
Diğer departmanlardaki çalışanların, hangi konu üzerinde çalıştıkları ile ilgili bilgi sahibi olmaya çalışırım.	64,250	79,300	,576	,868

Farklı bir departmanda çalışan bir arkadaşına doğrudan yardım edemesem bile, ona göz kulak olurum.	64,304	79,058	,551	,869
Diğer departmanlardaki çalışanlarla onların yaptıkları işlerin yapısıyla ilgili konuşurum.	64,515	77,012	,488	,871
İşle ilgili yönerge ve belgeler yeterince açık ve anlaşılır olmadıklarında, anlamak için başka iş arkadaşlarıma sorarım.	64,470	78,872	,463	,872
Gerçekleşmesi beklenen organizasyonel değişikliklerle ilgili diğer departmanlardaki çalışanlarla bilgi alışverişi yaparım.	64,187	79,850	,471	,871
Başka departmanlarda çalışan şahsi iş arkadaşlarımı, işle ilgili önemli bilgileri toplama aracı olarak kullanırım.	64,765	78,253	,420	,875
Diğer bir departmanda ilgi çekici bir iş pozisyonu açıldığını duyduğumda, diğer çalışanlara kimin konuyla ilgili daha fazla bilgi sahibi olduğunu sorarım.	64,512	78,728	,448	,873
Hassas sorularla ilgili cevaba ihtiyacım olduğunda, güvenilir çalışma arkadaşlarıma başvururum.	63,937	79,062	,580	,868
Bir iş projesinin yürütülmesiyle ilgili emin olamadığımda, güvenilir çalışma arkadaşlarımdan sonuçları benim için ikinci kez kontrol etmelerini isterim.	64,108	79,819	,492	,871
Benimle alakalı olabilecek bir bilgiyle ilgili diğer departmanlardaki çalışanlardan kulaklarını açık tutmalarını isterim.	64,120	78,741	,555	,869
Çalışma anları dışında, diğer departmanlardaki çalışanlarla kendi profesyonel bilgilerim ile ilgili bilgi alışverişinde bulunurum.	64,503	79,332	,491	,871

3.6.2.3. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı

İşletme dışı ilişki ağı kurma davranışını ölçmek için kullanılan 22 ifadeli Wolff ve Moser'in ölçeğinin madde güvenilirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısına bakılmıştır. Orijinal çalışmada, işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayılarının $\alpha = 0,73$ ile $\alpha = 0,81$ arasında değiştiği görülmektedir (Wolff ve Moser, 2010:241). Bu çalışmada işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının güvenilir kabul edilen seviyenin ($\alpha = 0,60$) üzerinde yer alarak $\alpha = 0,882$ olduğu tespit edilmiştir. Ölçek ifadelerinden araştırmadan çıkarılması halinde güvenilirlik katsayısını yükseltecek hiçbir ifade bulunmamaktadır. Bu nedenle orijinal ölçekte bulunan tüm ifadeler araştırmada kullanılmıştır. (Tablo 3.17)

Tablo 3.17. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeğinin Madde-Toplam İstatistikleri

	Madde Silinirse Ölçek Ortalaması	Madde Silinirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach Alpha Katsayısı
Profesyonel olarak beni geliştirebilecek olan işlerde gönüllü olarak yer alabilirim.	58,735	77,120	,417	,879
İşletme dışındaki irtibatlarımı, işletmemin haricindeki şahsi bağlantılara sahip olmak için geliştiririm.	59,187	73,331	,515	,876
Mesleki derneklerin toplantılarında yer alırım (İstanbul Ticaret Odası, TÜSİAD vs. Gibi).	59,151	76,086	,435	,879
Bir mesleki derneğin aktif bir üyesiyim (İstanbul Ticaret Odası, TÜSİAD vs. Gibi).	59,349	75,600	,425	,879
İş gezilerini ve eğitim programlarını yeni bağlantılar sağlamak için kullanırım.	58,943	75,933	,519	,876
Profesyonel ilgi alanım dışında olsa da resmi organizasyon ve şenliklerden gelen davetiyeleri kabul ederim.	59,389	73,574	,517	,876
Farklı bir işletmeden benim için önemli bağlantı sayılabilecek birisiyle tanıştığımda, ortak çalışma alanımızla ilgili fikir alışverişinde bulunurum.	59,265	73,331	,593	,873
Farklı işletmeden tanışıklığım olan kişilerle iş saatlerim dışında buluşurum.	59,211	72,971	,585	,873
Farklı işletmeden tanışıklığım olan kişi için önemli olabilecek gayri resmi bir bilgi elde ettiysem, onunla bu bilgiyi paylaşırım.	59,229	73,742	,499	,877
İşletmem dışında tanışıklığım olan kişilere aynı hassasiyetin gösterilmesini diğer çalışanlardan da beklerim.	59,449	71,771	,582	,873
Benim için profesyonel anlamda önemli olabilecek diğer işletmelerdeki tanışıklıklarımı bir araya gelebileceğimiz ortamlarda bulunmaya çalışırım.	59,611	73,392	,446	,880
İşletme dışındaki bağlantılarımı, işle ilgili tavsiyeler almak için kullanırım.	59,533	72,570	,524	,876
Eski iş bağlantılarımla iş amaçlı konular için iletişim halinde olurum.	59,268	72,777	,591	,873
İşletme dışında gerçekleşen organizasyonlara (fuarlar, konferanslar) işle ilgili tanıdıklarla bireysel olarak karşılaşmak için katılırım.	59,160	73,174	,654	,871
Maaş pazarlığına oturmadan önce, pozisyonumla ilgili ortalama gelirin ne olduğu ile ilgili bilgi sahibi olmak için tanıdıklarla ile irtibat kurarım.	59,211	75,116	,523	,876
Tanıdıklarla iş saatleri sonrasında iş ile ilgili meseleler konuşurum.	59,693	73,507	,519	,876
İşle ilgili yönerge ve belgeler yeterince açık ve anlaşılır olmadığında konuyu açıklığa kavuşturmak için işletmem dışındaki bir tanıdığıma sorarım.	59,473	73,150	,526	,876
Başka bir işletmeden biriyle buluştuyusam, onun iş yaşamı hakkındaki haberler ve değişikliklerle ilgili bilgi sahibi olmaya çalışırım.	58,735	77,120	,417	,879
Farklı bir işletmedeki bir tanıdığımla, işle ilgili fikir alışverişinde bulunurum.	59,187	73,331	,515	,876
Başka bir işletmede ilgi çekici bir iş ilanı olduğunu duyduğumda, daha fazla bilgi alabilmek için iletişime geçerim.	59,151	76,086	,435	,879
İşle ilgili konularda işletme dışındaki tanıdıklarına güvenirim.	59,349	75,600	,425	,879
İşyerinde bir problemi çözemediğimde tavsiye almak amacıyla başka işletmelerdeki tanıdıklarımı ararım.	58,943	75,933	,519	,876

3.6.3. Ölçeklere İlişkin Geçerlik Analizleri

Bu bölümde araştırmada kullanılan her bir ölçeğin geçerliklerini test etmeye yönelik yapılan analizlere ilişkin sonuçlar sunulmaktadır.

3.6.3.1. Girişimcilik Niyeti Ölçeği

Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nin yapısal geçerliğini ölçmek için Keşfedici Faktör Analizi – KFA (Explanatory Factor Analysis – EFA) kullanılmıştır. Veriler Varimax yöntemiyle rotasyona tâbi tutularak düzeltilmiştir. Analizi uygulanmadan önce örneklemin büyüklüğünün ve ifadelerin yapısının Faktör Analizi için uygun olup olmadığını ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ve Bartlett's Test of Sphericity analizleri kullanılmıştır. Örneklemin yeterliliği için KMO katsayısına bakıldığında ($p= 0,888$) Elde edilen sonucun tatmin edici düzeyde olduğu görülmüştür. Aynı şekilde ifadelerin faktör analizi için uygunluğunun incelendiği Bartlett's Test of Sphericity'de de ($p= 0,000$) uygun bir ifade yapısının olduğu Tablo 3.18.'de görülmektedir.

Tablo 3.18. Girişimcilik Niyeti Ölçeği İçin KMO ve Bartlett's Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklemin Yeterliliği Katsayısı		,888
	Yaklaşık Ki-Kare	2184,303
Bartlett'in Küresellik Testi	Serbestlik Derecesi	15
	Anlamlılık (Sig.)	,000

Ölçek için Toplam Açıklanan Varyans incelendiğinde; değişkenliğin %78,534'ünün açıklandığı belirlenmiştir. (Tablo 3.19.)

Tablo 3.19. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Özdeğerler Tablosu

Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Yüklerin Kareleri Toplamı		
	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde
1	4,712	78,534	78,534	4,712	78,534	78,534
2	,569	9,490	88,024			
3	,365	6,076	94,100			
4	,184	3,068	97,168			
5	,094	1,561	98,729			
6	,076	1,271	100,000			

Keşfedici Faktör Analizi sonucunda Girişimcilik Niyeti Ölçeği'ndeki 6 ifadenin tek bir boyut altında toplandığı ve bunun da literatüre uygun olduğu tespit edilmiştir. İfadelerin faktör yükleri kabul edilen değerlerin ($p = 0,40$) üzerinde oluşmuştur. (Tablo 3.20.)

Tablo 3.20. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Faktör Yükleri

İfadeler	Faktör Yüğü
Gelecekte kendi işimi kurmak konusunda kararlıyım.	,944
Kendi işimi kurmak konusunu ciddi anlamda düşünüyorum.	,925
Gelecekte bir gün kendi işimi kurmaya ciddi olarak niyetliyim.	,925
Kendi işimi kurmak ve geliştirmek için elimden gelen her türlü gayreti göstereceğim.	,919
Profesyonel kariyer hedefim bir girişimci olmaktır.	,844
Bir girişimcinin yapması gereken ne varsa, onu yapmaya hazırım.	,744

3.6.3.2. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı

İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği'nin yapısal geçerliliğini ölçmek için Keşfedici Faktör Analizi – KFA (Explanatory Factor Analysis – EFA) kullanılmıştır. Veriler Varimax yöntemiyle rotasyona tâbi tutularak düzeltilmiştir. Analizi uygulanmadan önce örneklemin büyüklüğünün ve ifadelerin yapısının Faktör

Analizi için uygun olup olmadığını ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ve Bartlett's Test of Sphericity analizleri kullanılmıştır. Örneklem yeterliliği için KMO katsayısına bakıldığında ($p= 0,886$) yeterli olan katsayının üzerinde olduğu görülmektedir. Aynı şekilde ifadelerin faktör analizi için uygunluğunun incelendiği Bartlett's Test of Sphericity'de de ($p= 0,000$) uygun bir ifade yapısının olduğu Tablo 3.21. görülmektedir.

Tablo 3.21. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği İçin KMO ve Bartlett's Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Katsayısı		,886
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	2198,681
	Serbestlik Derecesi	153
	Anlamlılık (Sig.)	,000

Ölçek için Toplam Açıklanan Varyans incelendiğinde; değişkenliğin %53,107'sini açıkladığı belirlenmiştir. (Tablo 3.22)

Tablo 3.22. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği Özdeğerler Tablosu

Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Yüklerin Kareleri Toplamı			Rotasyon Sonrası Yüklerin Kareleri Toplamı		
	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde
1	6,123	34,019	34,019	6,123	34,019	34,019	3,982	22,122	22,122
2	2,070	11,501	45,520	2,070	11,501	45,520	3,055	16,971	39,093
3	1,366	7,587	53,107	1,366	7,587	53,107	2,523	14,014	53,107
4	,999	5,547	58,655						
5	,888	4,936	63,590						
6	,853	4,741	68,331						
7	,714	3,967	72,298						
8	,636	3,533	75,831						
9	,607	3,372	79,203						
10	,551	3,059	82,262						
11	,528	2,934	85,197						

12	,472	2,625	87,821
13	,435	2,419	90,240
14	,383	2,125	92,366
15	,378	2,098	94,464
16	,351	1,951	96,415
17	,350	1,946	98,360
18	,295	1,640	100,000

Keşfedici Faktör Analizi sonucunda; faktör yükleri düşük olan ve faktör yapılarını bozan 11, 15, 16,19 numaralı ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği'ndeki kalan 18 ifadenin üç boyut altında toplandığı ve bu faktör yapısının da literatüre uygun olduğu tespit edilmiştir. İfadelerin faktör yükleri kabul edilen değerlerin ($p = 0,40$) üzerinde oluşmuştur. (Tablo 3.23.)

Tablo 3.23. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği Faktör Yükleri

İfade No.	İfadeler	İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	İlişki Ağı Kullanma Davranışı
3	İşletmenin düzenlediği organizasyon ve gezilerde daha önce hiç tanışmadığım iş arkadaşlarımla iletişim kurarım.	,792		
2	İşletmenin düzenlediği organizasyonları yeni bağlantılar kurmak için kullanırım.	,786		
1	Çalıştığım işletmede sima olarak tanıdığım çalışanlara yaklaşım bir sohbeti başlatırım.	,733		
6	Profesyonel anlamda benim için önemli olabilecek biriyle tanışmak istediğimde, inisiyatif alırım ve kendimi ona tanıtırım.	,664		
4	Çalıştığım işletmede yeni biriyle tanıştıysam, mola zamanlarımı bu kişiyle iletişimi geliştirmek üzerine değerlendiririm.	,634		
5	İlk kez katılacak olduğum resmi bir şirket toplantısında, katılımcılara toplantı öncesi veya sonrasında kendimi şahsen tanıtırım.	,632		
8	Mola zamanlarında, işle ilgili meseleleri diğer departmanlardaki arkadaşlarla konuşurum.		,727	
13	Farklı bir departmanda çalışan bir arkadaşşıma doğrudan yardım edemesem bile, ona göz kulak olurum.		,672	
14	Diğer departmanlardaki çalışanlarla onların yaptıkları işlerin yapısıyla ilgili konuşurum.		,631	
10	İşle ilgili meseleleri diğer departmanlardaki iş arkadaşlarımla iş saatleri dışında konuşurum.		,557	
7	Başka bir departmandan bir çalışma arkadaşım benden profesyonel anlamda yardım istediğinde, yardım istenilen konu işimle alakalı olmasa bile ona yardım ederim.		,549	

9	Birisini bir işle ilgili farklı departmandan birine yönlendirdiğimde, yönlendirme yaptığım kişiye yönlendirdiğim kişi ilgili haber veririm.	,548
12	Diğer departmanlardaki çalışanların, hangi konu üzerinde çalıştıkları ile ilgili bilgi sahibi olmaya çalışırım.	,527
21	Benimle alakalı olabilecek bir bilgiyle ilgili diğer departmanlardaki çalışanlardan kulaklarını açık tutmalarını isterim.	,752
18	Diğer bir departmanda ilgi çekici bir iş pozisyonu açıldığını duyduğumda, diğer çalışanlara kimin konuyla ilgili daha fazla bilgi sahibi olduğunu sorarım.	,653
17	Başka departmanlarda çalışan şahsi iş arkadaşlarımı, işle ilgili önemli bilgileri toplama aracı olarak kullanırım.	,619
22	Çalışma anları dışında, diğer departmanlardaki çalışanlarla kendi profesyonel bilgilerim ile ilgili bilgi alışverişinde bulunurum.	,605
20	Bir iş projesinin yürütülmesiyle ilgili emin olmadığımda, güvenilir çalışma arkadaşlarımdan sonuçları benim için ikinci kez kontrol etmelerini isterim.	,455

3.6.3.3. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı

İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği'nin yapısal geçerliliğini ölçmek için Keşfedici Faktör Analizi – KFA (Explanatory Factor Analysis – EFA) kullanılmıştır. Veriler Varimax yöntemiyle rotasyona tâbi tutularak düzeltilmiştir. Analizi uygulanmadan önce örneklemin büyüklüğünün ve ifadelerin yapısının Faktör Analizi için uygun olup olmadığını ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ve Bartlett's Test of Sphericity analizleri kullanılmıştır. Örneklemin yeterliliği için KMO katsayısına bakıldığında ($p= 0,891$) yeterli olan katsayının üzerinde olduğu görülmektedir. Aynı şekilde ifadelerin faktör analizi için uygunluğunun incelendiği Bartlett's Test of Sphericity'de de ($p= 0,000$) uygun bir ifade yapısının olduğu Tablo 3.24.'de görülmektedir.

Tablo 3.24. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği için KMO ve Bartlett's Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklemin Yeterliliği Katsayısı		,891
	Yaklaşık Ki-Kare	1948,871
Bartlett'in Küresellik Testi	Serbestlik Derecesi	136
	Anlamlılık (Sig.)	,000

Ölçek için Toplam Açıklanan Varyans incelendiğinde; değişkenliğin %52,415'ini açıkladığı Tablo 3.25.'de belirlenmiştir.

Tablo 3.25. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği Özdeğerler Tablosu

Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Yüklerin Kareleri Toplamı			Rotasyon Sonrası Yüklerin Kareleri Toplamı		
	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde
1	6,023	35,429	35,429	6,023	35,429	35,429	3,267	19,218	19,218
2	1,749	10,291	45,720	1,749	10,291	45,720	2,880	16,942	36,159
3	1,138	6,695	52,415	1,138	6,695	52,415	2,763	16,256	52,415
4	,957	5,631	58,046						
5	,809	4,757	62,803						
6	,783	4,604	67,407						
7	,764	4,493	71,900						
8	,691	4,063	75,963						
9	,656	3,861	79,824						
10	,550	3,237	83,061						
11	,517	3,044	86,105						
12	,469	2,756	88,861						
13	,446	2,621	91,482						
14	,413	2,427	93,909						
15	,387	2,279	96,188						
16	,368	2,164	98,352						
17	,280	1,648	100,000						

Keşfedici Faktör Analizi sonucunda; faktör yükleri düşük olan ve faktör yapılarını bozan 25, 26, 30, 31, 37 numaralı ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Ölçeği'ndeki kalan 17 ifadenin üç boyut altında toplandığı ve bunun da literatüre uygun olduğu tespit edilmiştir. İfadelerin faktör yükleri kabul edilen değerlerin ($p = 0,40$) üzerinde oluşmuştur. (Tablo 3.26.)

Tablo 3.26. Dışsal İlişki Kurma Davranışı Ölçeği Faktör Yükleri

İfade No	İfadeler	İlişki Ağı Kullanma Davranışı	İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	İlişki Ağı Sürdürme Davranışı
44	İşyerinde bir problemi çözemediğimde tavsiye almak amacıyla başka işletmelerdeki tanıdıklarımı ararım.	,769		
39	İşle ilgili yönerge ve belgeler yeterince açık ve anlaşılır olmadığında konuyu açıklığa kavuşturmak için işletmem dışındaki bir tanıdığıma sorarım.	,763		
43	İşle ilgili konularda işletme dışındaki tanıdıklarına güvenirim.	,729		
41	Farklı bir işletmedeki bir tanıdığımla, işle ilgili fikir alışverişinde bulunurum.	,678		
40	Başka bir işletmeden biriyle buluştuyusam, onun iş yaşamı hakkındaki haberler ve değişikliklerle ilgili bilgi sahibi olmaya çalışırım.	,582		
42	Başka bir işletmede ilgi çekici bir iş ilanı olduğunu duyduğumda, daha fazla bilgi alabilmek için iletişime geçerim.	,497		
38	Tanıdıklarla iş saatleri sonrasında iş ile ilgili meseleler konuşurum.	,409		
23	Profesyonel olarak beni geliştirebilecek olan işlerde gönüllü olarak yer alabilirim.		,712	
27	İş gezilerini ve eğitim programlarını yeni bağlantılar sağlamak için kullanırım.		,687	
29	Farklı bir işletmeden benim için önemli bağlantı sayılabilecek birisiyle tanıştığımda, ortak çalışma alanımızla ilgili fikir alışverişinde bulunurum.		,684	
24	İşletme dışındaki irtibatlarımı, işletmemin haricindeki şahsi bağlantılara sahip olmak için geliştiririm.		,651	
28	Profesyonel ilgi alanım dışında olsa da resmi organizasyon ve şenliklerden gelen davetiyeleri kabul ederim.		,631	
34	İşletme dışındaki bağlantılarımı, işle ilgili tavsiyeler almak için kullanırım.			,722
36	İşletme dışında gerçekleşen organizasyonlara (fuarlar, konferanslar) işle ilgili tanıdıklarla bireysel olarak karşılaşmak için katılırım.			,718
35	Eski iş bağlantılarımla iş amaçlı konular için iletişim halinde olurum.			,681
33	Benim için profesyonel anlamda önemli olabilecek diğer işletmelerdeki tanışıklıklarımla bir araya gelebileceğimiz ortamlarda bulunmaya çalışırım.			,572
32	İşletmem dışında tanışıklığım olan kişilere aynı hassasiyetin gösterilmesini diğer çalışanlardan da beklerim.			,531

3.6.4. Araştırma Değişkenlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistik ve Analizler

Bu kısımda araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik tanımlayıcı istatistikler ile araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkileri gösteren Pearson korelasyon değerleri gözden geçirilecektir. Tablo 3.27 ölçeklere ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerini sunmaktadır.

Tablo 3.27. Ölçeklere İlişkin Genel Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek ve Boyut İsimleri	Örneklem	Ortalama	Standart Sapma
Girişimcilik Niyeti Ölçeği	332	3,4388	,98781
İşletme İçi İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	332	3,9322	,62630
İşletme İçi İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	332	3,7849	,60431
İşletme İçi İlişki Ağı Kullanma Davranışı	332	3,6006	,70415
Genel İşletme İçi İlişki Ağı Davranışı	332	3,7828	,52056
İşletme Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	332	3,9181	,58359
İşletme Dışı İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	332	3,6825	,68866
İşletme Dışı İlişki Ağı Kullanma Davranışı	332	3,5697	,65545
Genel İşletme Dışı İlişki Ağı Davranışı	332	3,7054	,53550

Girişimcilik Niyeti ile İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışları arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi ile tespit edilmiştir (bakınız Tablo 3.28). Girişimcilik Niyeti ile en yüksek ilişkili boyutun İşletme İçi İlişki Ağı Oluşturma Davranışı ($p = 0,264$) olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik Niyeti ile İşletme İçi İlişki Ağı Kullanma Davranışı arasında $p = 0,156$ seviyesinde bir korelasyon olduğu

belirlenirken, girişimcilik niyeti ile İşletme İçi İlişki Ağı Sürdürme davranışı arasında $p = 0,123$ seviyesinde bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.28. Girişimcilik Niyeti ve İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Arasındaki Korelasyon Analizi (N=332)

		Girişimcilik Niyeti	İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	İlişki Ağı Kullanma Davranışı
Girişimcilik Niyeti	Pearson Korelasyon	1	,264**	,123*	,156**
			,000	,025	,004
			332	332	332
İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	Pearson Korelasyon		1	,526**	,405**
				,000	,000
				332	332
İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	Pearson Korelasyon			1	,536**
					,000
					332
İlişki Ağı Kullanma Davranışı	Pearson Korelasyon				1

** $p < 0,01$

* $p < 0,05$

Girişimcilik Niyeti ile İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışları arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi ile tespit edilmiştir. Girişimcilik Niyeti ile en yüksek ilişkili boyutun İşletme Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı ($p = 0,310$) olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik Niyeti ile İşletme Dışı İlişki Ağı Sürdürme Davranışı arasında $p = 0,212$ seviyesinde bir korelasyon olduğu belirlenirken, Girişimcilik Niyeti ile İşletme Dışı İlişki Ağı Kullanma Davranışı arasında $p = 0,185$ seviyesinde bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir. (Tablo 3.29)

Tablo 3.29. Girişimcilik Niyeti ve İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Arasındaki Korelasyon Analizi (N=332)

		Girişimcilik Niyeti	İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	İlişki Ağı Kullanma Davranışı
Girişimcilik Niyeti	Pearson Korelasyon	1	,310**	,212**	,185**
			,000	,000	,001
			332	332	332
İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	Pearson Korelasyon		1	,543**	,439**
				,000	,000
				332	332
İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	Pearson Korelasyon			1	,595**
					,000
					332
İlişki Ağı Kullanma Davranışı	Pearson Korelasyon				1

** p<0,01

* p<0,05

3.6.4.1. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi

Girişimcilik Niyeti ve İşletme İçi İlişki Ağı Kurma arasındaki etki doğrusal regresyon analizi ile tespit edilmiştir. Modelin kuvvetini belirleyen çoklu regresyon analizi katsayısının $R^2 = 0,075$ olduğu belirlenmiştir. Modelin açıklayıcılık gücünün çok yüksek olmadığı görülmektedir. Bu analize yönelik istatistiki değerler Tablo 3.30'da görülebilir.

Tablo 3.30. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Özet Tablosu

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Tahminlemenin Standart Hatası
1	,273 ^a	,075	,066	,95452

Modelin tamamının istatistiki olarak anlamlı olup olmadığını tespit etmek için gerçekleştirilen ANOVA Analizi'nin anlamlılık değerinin sig. = 0,000 (F= 8,830)

olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu değer dikkate alındığında; modelin tamamının %95 güvenilirlik düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Modeldeki bağımsız değişkenlerin kısmi regresyon katsayılarının istatistiki olarak anlamlılıkları incelendiğinde; ilişki ağı sürdürme ve kullanma davranışların kısmi regresyon katsayılarının %95 güvenilirlik düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Girişimcilik niyeti bağımlı değişkeni üzerinde sadece ilişki ağı oluşturma davranışının ($b = 0,413$) %95 güvenilirlik düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Bakınız Tablo 3.31).

Tablo 3.31. İşletme İçi İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Katsayılar Tablosu

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		
	B	Std. Hata	Beta	t	p
(Sabit)	1,764	,388		4,541	,000
İşletme İçi İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	,413	,100	,262	4,131	,000
İşletme İçi İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	-,095	,112	-,058	-,849	,397
İşletme İçi İlişki Ağı Kullanma Davranışı	,114	,090	,082	1,277	,203

Dolayısıyla temel hipotezlerden;

H_{1a}: “İşletme içi ilişki ağı oluşturma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir”, kabul olmuştur.

H_{1b}: “İşletme içi ilişki ağı sürdürme davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir” ve

H_{1c}: “İşletme içi ilişki ağı kullanma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir” ise reddedilmiştir.

3.6.4.2. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi

Girişimcilik Niyeti ve İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı arasındaki etki doğrusal regresyon analizi ile tespit edilmiştir. Modelin kuvvetini belirleyen çoklu regresyon analizi katsayısının $R^2 = 0,10$ olduğu belirlenmiştir. Modelin açıklayıcılık gücünün çok yüksek olmadığı görülmektedir. Bu analize ait sonuçlar Tablo 3.32'de görülebilir.

Tablo 3.32. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Özet Tablosu

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Tahminlemenin Standart Hatası
1	,317 ^a	,100	,092	,94127

Modelin tamamının istatistiki olarak anlamlı olup olmadığını tespit etmek için gerçekleştirilen ANOVA Analizi'nin anlamlılık değerinin sig. = 0,000 (F=12,179) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu değer dikkate alındığında; modelin tamamının %95 güvenilirlik düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Modeldeki bağımsız değişkenlerin kısmi regresyon katsayılarının istatistiki olarak anlamlılıkları incelendiğinde; ilişki ağı sürdürme ve kullanma davranışların kısmi regresyon katsayılarının %95 güvenilirlik düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Girişimcilik niyeti bağımlı değişkeni üzerinde sadece ilişki ağı oluşturma davranışının (b = 0,457) %95 güvenilirlik düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Tablo 3.33 bu analize ait istatistiki değerleri sunmaktadır.

Tablo 3.33. İşletme Dışı İlişki Ağı Kurma Davranışı Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Modeli Katsayılar Tablosu

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	1,206	,382		3,159	,002
İşletme Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	,457	,107	,270	4,262	,000
İşletme Dışı İlişki Ağı Sürdürme Davranışı	,057	,101	,040	,564	,573
İşletme Dışı İlişki Ağı Kullanma Davranışı	,065	,100	,043	,653	,514

Dolayısıyla temel hipotezlerden;

H_{2a}: “İşletme dışı ilişki ağı oluşturma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir”, kabul edilmiştir.

H_{2b}: “İşletme dışı ilişki ağı sürdürme davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir” ve

H_{2c}: “İşletme dışı ilişki ağı kullanma davranışı girişimcilik niyetini etkilemektedir” ise reddedilmiştir.

3.6.5. Demografik Değişkenlere İlişkin Fark ve İlişki Analizleri

Araştırma soruları doğrultusunda anlamlı farklılıklar içeren sonuçlar bu bölümde sunulmuştur. Girişimcilik niyeti algısının katılımcıların cinsiyet faktörüne göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Buna göre %95 güvenilirlik düzeyinde girişimcilik niyeti algısı cinsiyet faktörüne göre istatistiki olarak anlamlı bir değişiklik göstermektedir ($t = 2,475$, $df = 330$ $p = 0,014$). Erkeklerin girişimcilik niyeti ortalamasının kadınların girişimcilik niyeti ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Tablo 3.34 bu analize ait tanımlayıcı istatistik değerleri sunmaktadır.

Tablo 3.34. Cinsiyet Faktörüne Göre Girişimcilik Niyetinin İstatistikî Değerleri

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamaların Standart Hatası
Kadın	167	3,3064	,99603	,07708
Erkek	165	3,5727	,96400	,07505

İşletme içi ve işletme dışı ilişki ağı kurma davranışlarının katılımcıların cinsiyet faktörüne göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Buna göre %95 güvenilirlik düzeyinde işletme içi ilişki ağı kurma davranışı cinsiyet faktörüne göre istatistikî olarak anlamlı bir değişiklik göstermektedir ($t = 2,650$, $df = 330$, $p. = 0,008$). Kadınların işletme içi ilişki ağı kurma davranışı ortalamasının ($x = 4,02$), erkeklerin işletme içi ilişki ağı kurma davranışı ortalamasından ($x = 3,84$) yüksek olduğu belirlenmiştir. İşletme dışı ilişki ağı kurma davranışı da cinsiyet faktörüne göre istatistikî olarak anlamlı bir değişiklik göstermektedir ($t = 2,206$, $df = 305,279$, $p. = 0,028$). Kadınların işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı ortalaması ($x = 3,99$), erkeklerin işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı ortalamasından ($x = 3,85$) yüksek olduğu belirlenmiştir. İstatistikî değerler Tablo 3.35’de görülebilir.

Tablo 3.35. Cinsiyet Faktörüne İşletme İçi ve Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışının İstatistikî Değerleri

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamaların Standart Hatası
İşletme İçi İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	Kadın	167	4,0220	,54624	,04227
	Erkek	165	3,8414	,68788	,05355
İşletme Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	Kadın	167	3,9880	,49513	,03831
	Erkek	165	3,8473	,65515	,05100

Girişimcilik niyeti algısının araştırmaya dahil olan örneklemin girişimcilik eğitimlerine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem

t testi uygulanmıştır. Buna göre %95 güvenilirlik düzeyinde girişimcilik niyeti algısı girişimcilik eğitimi faktörüne göre istatistiki olarak anlamlı bir değişiklik göstermektedir (t = 2,529, df = 330, p = 0,012). Girişimcilik eğitimi almış kişilerin girişimcilik niyeti ortalamasının (x = 3,59), girişimcilik eğitimi almamış kişilerin girişimcilik niyeti ortalamasından (x = 3,32) yüksek olduğu belirlenmiştir. Tablo 3.36 bu analizin istatistiki değerlerini sunmaktadır.

Tablo 3.36. Girişimcilik Eğitimi Faktörüne Göre Girişimcilik Niyetinin İstatistiki Değerleri

Girişimcilik Eğitimi	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamaların Standart Hatası
Evet	149	3,5895	,95616	,07833
Hayır	183	3,3160	,99870	,07383

İşletme içi ve dışı ilişki ağı kurma davranışlarının katılımcıların girişimcilik eğitimlerine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Buna göre %95 güvenilirlik düzeyinde işletme içi ilişki ağı oluşturma davranışı girişimcilik eğitimi faktörüne göre istatistiki olarak anlamlı bir değişiklik göstermektedir (t = 2,263, df = 330, p = 0,024). Girişimcilik eğitimi almış kişilerin işletme içi ilişki ağı kurma davranışı ortalamasının (x = 4,02), girişimcilik eğitimi almamış kişilerin girişimcilik niyeti ortalamasından (x = 3,86) yüksek olduğu belirlenmiştir. İşletme dışı ilişki ağı kurma davranışı da girişimcilik eğitimi faktörüne göre istatistiki olarak marjinal düzeyde anlamlı bir değişiklik göstermektedir (t = 1,900, sig.=0,058). Girişimcilik eğitimi almış kişilerin işletme dışı ilişki ağı kurma davranışı ortalamasının (x = 3,99), girişimcilik eğitimi almamış kişilerin girişimcilik niyeti ortalamasından (x = 3,87) yüksek olduğu belirlenmiştir. Tablo 3.37 bu analize ait istatistiki değerleri sunmaktadır.

Tablo 3.37. Girişimcilik Eğitimi Almış Olma Faktörüne Göre İşletme İçi ve Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı İstatistikî Değerleri

	Girişimcilik Eğitimi	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamaların Standart Hatası
İşletme İçi İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	Evet	149	4,0179	,57805	,04736
	Hayır	183	3,8625	,65633	,04852
İşletme Dışı İlişki Ağı Oluşturma Davranışı	Evet	149	3,9852	,59507	,04875
	Hayır	183	3,8634	,56987	,04213

Girişimcilik niyeti algısının katılımcıların girişimcilik deneyimlerine göre değişip değişmediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Buna göre %95 güvenilirlik düzeyinde girişimcilik niyeti algısı girişimcilik deneyimi faktörüne göre istatistikî olarak anlamlı bir değişiklik göstermektedir ($t = 4,278$, $df = 330$, $p=0,000$). Girişimcilik deneyimi olan kişilerin girişimcilik niyeti ortalamasının ($x = 3,88$), girişimcilik deneyimi olmayan kişilerin girişimcilik niyeti ortalamasından ($x = 3,32$) yüksek olduğu belirlenmiştir. Tablo 3.38 bu analize ait istatistikî değerleri sunmaktadır.

Tablo 3.38. Girişimcilik Deneyimi Faktörüne Göre Girişimcilik Niyetinin İstatistikî Değerleri

Girişimcilik Deneyimi	N	Ortalama	Std. Sapma	Ortalamaların Standart Hatası
Evet	70	3,8762	,97624	,11668
Hayır	262	3,3219	,95941	,05927

SONUÇ

Bu çalışma ilişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi ve girişimcilik niyeti ile ilişki ağı kurma davranışının bazı sosyodemografik ve bireysel değişkenlerle olan ilişkisini irdelemiştir.

İlişki ağı kurma davranışı aslında insanoğlunun varoluşundan bu yana yaşamı içerisindeydi. Mağara yaşamı, göçebe hayattan yerleşik düzene geçiş ve kabile yaşantısı düşünüldüğünde, bireyler birbirleriyle buldukları topluluk içerisinde bir yere sahip olmak amacıyla bazı özelliklerini de kullanarak ilişki kurmaktaydı. Günümüzde de literatüre baktığımızda ağ kurma davranışı; bireylerin işlerinde veya kariyerlerinde kendilerine yardımcı olma potansiyeline sahip kişiler ile ilişkiler geliştirme ve sürdürme çalışması olarak tanımlanmaktadır. Bu ağlar bireysel özelliklerin yanı sıra çevresel özellikler sayesinde yaratılabilmektedir. Doğduğumuz aileden başlayarak içinde yaşadığımız sosyal, coğrafi, kültürel çevrenin sosyal sermayemiz üzerinde etkisi vardır. Ancak aynı toplumsal çevreyi paylaşan bireylerin içinde buldukları sosyal sermaye benzer gibi gözükse de, kişisel özellikler nedeniyle bireysel nitelikleri farklılık göstermektedir.

Girişimci ise başkalarının kaos olarak gördüğü durumlarda yaşadığı çevrenin ortaya çıkardığı fırsat ve tehditleri görebilen kişidir. Aynı toplumsal çevrede yaşayıp, benzer koşullara sahip bireylerin aynı şekilde fırsatları göremediği, risk alamadığı ve kaynakları bir araya getiremediği bilinmektedir. Bireysel farklılıkların burada da öne çıktığı aşikardır. Bu bireysel farklardan biri de ilişki ağı kurma davranışı olabilir. Dolayısıyla çalışmamızda bu görüş doğrultusunda, ilişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Araştırmanın demografik bulgularına baktığımızda, araştırmaya katılan 332 kişinin kadın erkek oranının dengeli dağıldığı görülmüştür. Araştırmanın lisans üstü öğrencileri üzerinde yapıldığı dikkate alındığında, 27-32 yaş aralığının yoğunlukta olduğu ve katılımcıların büyük bir oranın bekar olduğu görülmüştür.

Katılımcıların neredeyse tamamı iş deneyimine sahiptir ve çalışma yılı aralıkları içerisinde dengeli olarak dağılmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin neredeyse yarısı daha önceden bir girişimcilik eğitimi almıştır. Ancak girişimcilik deneyimi olan %21'lik kesimin sadece %8,4'lük kısmı girişimcilik faaliyetine devam etmektedir. Akademik başarının girişimcilik ile ilgili bir gösterge olup olmadığı

konusunda mitler mevcuttur. Dünya'da birçok önemli girişimci akademik olarak uyumsuz olarak değerlendirilmektedir. Hatta eğitim düzeyi arttıkça bireylerin ayrıntılı plan yapma eğilimi nedeniyle risk alma konusunda sorun yaşadıkları görülmektedir. Mezuniyet derecesi ile girişimcilik niyeti arasında çok yüksek olmamakla birlikte anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ancak girişimcilik niyeti ile mezun olunan bölüm arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ayrıca katılımcıların öğrenim gördükleri yüksek lisans programı ayırımına göre de anlamlı bir fark çıkmamıştır.

Girişimcilikte aile ve çevrenin etkisi yadsınamaz ancak araştırmaya katılan bireylerin yarısına yakınının ailelerinde girişimci olmasına rağmen bu durum girişimcilik niyeti ile arasında anlamlı bir fark oluşturmamıştır. Bu arada, araştırmaya katılan bireylerin ve ailelerinin gelir durumu ile girişimcilik niyeti arasında da anlamlı bir fark çıkmamıştır.

Ölçeklere ilişkin ortalamalara bakıldığında işletme içi ve dışı ilişki ağı oluşturma, sürdürme ve kullanmaya göre daha yüksek çıkmıştır. Bireylerin, ilişki ağı oluşturma üzerine daha fazla eğildiği ancak ilişki ağını sürdürme ve kullanmaya aynı oranda önem vermediği görülmüştür.

Girişimcilik niyeti ile işletme içi ve dışı ilişki ağı kurma davranışı arasındaki korelasyona bakıldığında; en yüksek korelasyon yine ilişki ağı oluşturmada çıkmıştır. Girişimcilik niyeti ile işletme içi ilişki ağı kurma davranışında, ilişki ağı kullanma davranışı daha yüksek çıkarken en düşük korelasyon, ilişki ağı sürdürme davranışında görülmüştür. Girişimcilik niyeti ile işletme dışı ilişki ağı kurma davranışında, ilişki ağı sürdürme davranışı daha yüksek çıkarken en düşük korelasyon, ilişki ağı kullanma davranışında görülmüştür. Ancak işletme içi ve dışı ilişki ağı kurmanın girişimcilik niyeti üzerinde etkisini gösteren regresyon analizi modelinin genel olarak açıklayıcılık derecesinin düşük olduğu görülmüştür.

Girişimcilik niyeti algısının katılımcıların cinsiyet faktörüne göre değişip değişmediğine bakıldığında erkeklerin girişimcilik niyetinin kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Girişimcilik araştırmalarında kadın girişimciler ayrıcalıklı bir çalışma konusudur. Kadın girişimcilerin günümüzde çeşitli kurumlar tarafından öncelikli olarak desteklendiği bilinmektedir (Crittenden, Crittenden ve Ajjan, 2019:192). Ancak buna rağmen kadının toplumdaki rolü ve kültürel faktörler nedeniyle araştırmadan elde edilen bu sonuç beklenen düzeydedir. Ancak işletme

içi ve dışı ilişki ağı kurma davranışı incelendiğinde kadınların erkeklere oranla ilişki ağı oluşturma davranışının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Araştırmamızda, girişimcilik eğitimi almış bireylerin girişimcilik niyetleri daha yüksek çıkmıştır. Yine aynı şekilde, girişimcilik eğitimi almış olan bireylerin ilişki ağı oluşturma davranışları da daha yüksek çıkmıştır. Girişimci olma niyeti olan kişilerin konu ile ilgili eğitim almış olmaları, kendilerini geliştirme çabaları beklenen bir sonuçtur. Ve tabii daha önce bir girişimcilik deneyimi olan bireylerin girişimcilik niyeti daha yüksek çıkmıştır. Girişimcilerin hatalarından ders çıkarmaları ve yılmadan faaliyetlerine devam etmeleri beklenir. Bu nedenle, yeni girişimlere de açık oldukları görülmektedir.

Ülke ekonomilerine önemli katkıları olan girişimcilerin desteklenmesi her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Girişimcilik niyeti olan bireylerin kendi işlerini kurma konusunda teşvik edilmesi, eğer bu mümkün değil ise çalıştıkları kurumlarda kurum içi girişimciliğin desteklenmesi gerekmektedir. Burada çevrenin yanı sıra bireyin kişilik özelliklerinin önemi de ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın konusu olan ilişki ağı kurma davranışının, girişimcinin başarısında önemli olabileceği düşünülmektedir. Ancak gerek işletme içi gerekse işletme dışı ilişki ağı kurma davranışının önemsenmesi, sadece ilişki ağı oluşturmaya değil ilişki ağı sürdürme ve kullanmaya da dikkat edilmesi gerekmektedir.

Araştırmaya sadece İ.Ü. İşletme İktisadı Enstitüsü öğrencilerinin dahil edilmesi en önemli sınırlılık olarak görülmektedir. Çalışma sonuçlarının genellenmesi sırasında bu nedenle dikkatli olunmalıdır. Araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenlerini etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Modelin bu faktörlerden soyutlanarak oluşturulması bir diğer sınırlılık olarak belirlenmiştir.

Bu sınırlılıklar dikkate alındığında; gelecekteki araştırmalarda örneklemin daha farklı alanlardan seçilerek tekrar edilmesi ve çalışmanın geliştirilmesi faydalı olacaktır. İleriki araştırmalarda belirlenecek modellere, ilişki ağı kurma davranışı ve girişimcilik niyeti değişkenlerini etkilediği varsayılan kişilik gibi faktörlerin dahil edilerek araştırmanın genişletilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ajdari, Peyman,
Talebi, Kambiz: "The Effect of Networking Behavior on the Reduction of Innovation Obstacles to Small and Medium-Sized Enterprises", **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, Vol.5, No.3, 2015, pp.419-432.
- Ajzen, Icek: "The Theory of Planned Behaviour," **Organizational Behavior and Human Decision Process**, Vol. 50, Issue 2, December 1991, pp.179-211.
- Alparslan, Ali Murat,
Taş, M.A., Yastioğlu,
Seher: "Girişimcilik Niyeti Eğitimle mi Artar yoksa Kültürel Değerlerle mi Açıklanır", **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 9, Sayı 21, 2017, s.148-161.
- Başol, Oğuz, Dursun,
Salih, Aytaç, Serpil: "Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama", **İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**, 2011, Cilt 13, Sayı 4, s.7-22.
- Bird, Barbara: "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention," **Academy of Management Review**, Vol. 13, No. 3, July 1988, pp.442-453.
- Bolton, Bill K.,
Thompson, John: The Entrepreneur in Focus: Achieve Your Potential, Thomson, 2003.
- Brandstatter,
Hermann: "Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses", **Personality and Individual Differences**, Vol. 51, 2011, pp.222-230.
- Coleman, James S.: "Social Capital in the Creation of Human Capital," **American Journal of Sociology**, Vol. 94, 1988, pp.95-120.
- Crittendena, Victoria
L., Crittenden, William
F., Ajjan, Haya: "Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology", **Journal of Business Research**, Vol. 98, 2019, p.192.
- Çakmak Otluoğlu, K.
Övgü: **Kariyerin Değişen Kuralları**, Nobel, 2018.

- Çelik, Adnan, İnce, Mehmet, Bozyiğit, Sezen: "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma", **Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 7, Sayı 3, 2014, s.113-124.
- Çitçi, Umut Sanem, Çoşkun, Recai: "Sosyal Ağ Kullanımında Süreç Yaklaşımı: Girişimcilerin Sosyal Ağları Kullanımında Farklılaşmanın Değerlendirilmesi," **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt 12, Sayı 23, 2012, s.125-156.
- De Janasz, Suzanne C., Forret, Monica L: "Learning the Art of Networking: A critical skill for enhancing social capital and career success," **Journal of Management Education**, vol.32(5), 2008, pp.629-650.
- Ebbers, Joris J.: "Networking Behavior and Contracting Relationships Among Entrepreneurs in Business Incubators", **Entrepreneurship Theory and Practice**", Vol 38, Issue 5, 2014, pp.1159-1181.
- Fishbein, Martin, Icek Ajzen: **Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research**, Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
- Forret, Monica L., Dougherty, Thomas W.: "Correlates of Networking Behavior for Managerial and Professional Employees," **Group & Organizational Management**, Vol.26, No.3, September 2001, pp.283-311.
- Forret, Monica L., Dougherty, Thomas W.: "Networking Behaviors and Career Outcomes: Differences for Men and Women?," **Journal of Organizational Behavior**, Vol.25, 2004, pp.419-437.
- Haus, Inga, Steinmetz H., Isidor R., Kabst, R.: "Gender Effects on Entrepreneurial Intention: A Meta-analytical Structural Equation Model", **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, Vol.5, No.2, 2013, pp.130-156.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P.: **Entrepreneurship**, McGraw-Hill/Irwin, Fifth Edition, 2001.
- Kalkan, Adnan: "Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama," **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 14, 2011/2, s. 189-206.

- Karslı, Hasan
Oğuzhan: **Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin Proaktif Kişilik Boyutu Açısından İncelenmesi**, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2018.
- Kerse, Gökhan,
Babadağ, Mustafa,
Kerse, Yağmur: "Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Girişimsel Öz-Yetkinliğin Aracı Rolü", **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 29, 2017, s.633-656.
- Lee, L., Wong, P.K.,
Foo, M.D, Leung, A: "Entrepreneurial Intentions: Organizational and Individual Factors," **Journal of Business Venturing**, Vol.26(1), 2011, pp.124-136.
- Linan, Francisco: "Development and Validation of a Entrepreneurial Intention Questionnaire," **15th International Entrepreneurship Education and Training Conference**, 2005, pp.1-14.
- Linan, Francisco: "Intention-Based Models of Entrepreneurship Education," **Piccola Impresa/Small Business**, Vol.26(1), January 2004, pp.11-35.
- Linan, Francisco,
Chen, Yi-Wen: "Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intensions," **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol.33(3), 2009, pp.593-617.
- Linan, Francisco,
Rodriguez-Cohard
J.C.: "Entrepreneurial Attitudes of Andalusian University Students," **44th ERSA Conference**, Porto(Portugal), 2004, pp.25-29.
- Linan, Francisco,
Rodriguez-Cohard
J.C., Ruda-Cantuhe,
J.M.: "Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A role for Education," **International Entrepreneurship and Management Journal**, Vol.7, Issue 2, 2011, pp.195-218.
- Maritz, Alex: "Networking, Entrepreneurship and Productivity in Universities," **Innovation: Management, Policy & Practice**, Vol.12, Issue 1, April 2010, pp.18-25.
- McCallum, Shelly Y.,
Forret, Monica L.,
Wolff, Hans-Georg: "Internal and External Networking Behavior: AN Investigation of Reationships with affective, continuance and normative commitment", **Career Development International**, Vol.19, Issue 5, 2014, pp.595-614.

- Michael, James, Yukl, Gary: "Managerial Level and Subunit Function as Determinants of Networking Behavior in Organizations", **Group and Organization Management**, Vol. 18 No. 3, 1993, pp. 328-351.
- Naktiyok, Atılhan, Timuroğlu, M. Kürşat: "Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama," **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 23, Sayı 3, 2009, s.85-103.
- Nabi, Ghulam, Linan, Francisco,: "Graduate Entrepreneurship in the Developing World: Intentions, Education and Development," **Education and Traing**, Vol.53, Issue 5, 2011, pp.325-334.
- Ng, Thomas W.H., Feldman, Daniel C.: "The Effects Of Organizational Embeddedness On Development Of Social Capital And Human Capital", **Journal of Applied Psychology**, Vol. 95, No 4, 2010, pp.696-712.
- Ng, Thomas W.H., Eby, L.T., Sorensen, K.L., Feldman, Daniel C.: "Predictors of Objective and Subjective Career Success: A Meta-Analysis", **Personal Psychology**, Vol. 58, No 2, 2005, pp.367-408.
- Ocak, Metin: "Bazı öncülleri ve sonuçları bağlamında kurumsal girişimcilik: Görgül bir araştırma, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Ankara, 2014, s.15.
- Peng, Mike W.: **Global Strategic Management**, Cengage Learning, 2009
- Power, Sally J.: "Career Management Tactical Innovations and Successful Interorganizational Transition," **Career Development International**, Vol. 15, No. 7, 2010, pp.664-686.
- Şeşen, Harun, Basım H. Nejat: "Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", **Ege Akademik Bakış**, Cilt 12, Özl Sayı, 2012, s.21-28.
- Şeşen, Harun, Soran, Semih, Caymaz, Ebru: "Toplumsal Kültürün Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Sosyal Ağ Kullanımının Aracılık Rolü," **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 41, Sayı 2, 2014, s.110-125.

- Thompson, Edmund R.: "Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric," **Entrepreneurship: Theory and Practice**, May 2009, pp.669-694.
- Thompson, John L.: "The Facets of The Entrepreneur: Identifying Entrepreneurial Potential," **Management Decision**, Vol. 42, No. 2, 2004, pp.243-258.
- Ülgen Aydınlık, Arzu: **Girişimcilik**, 2. Baskı, Beta, 2017.
- Wanberg, Connie R., Kanfer, Ruth, B., Banas, J.T.: "Predictors and outcomes of networking intensity among unemployed job seekers," **Journal of Applied Psychology**, Vol. 85(4), 2000, pp.491-503.
- Witt, Peter: "Entrepreneurs' Network and The Success of Start-ups", **Entrepreneurship & Regional Development**, Vol.16, No.5, 2004, pp.391-412.
- Wolff, Hans-Georg, Kim, Sowon: "The Relationship between Networking Behaviors and The Big Five Personality Dimensions", **Career Development International**, 2012, Vol. 17(1), pp.43-66.
- Wolff, Hans-Georg, Moser, Klaus: "Entwicklung und Validierung einer Networkingskala" ("Development and Validation of a Networking Scale"), **Diagnostica**, Vol. 52, No. 4, 2006, pp. 161-180.
- Wolff, Hans-Georg, Moser, Klaus: "Effects Of Networking On Career Success: A Longitudinal Study," **Journal of Applied Psychology**, Vol. 94, No. 1, 2009, pp. 196-206.
- Wolff, Hans-Georg, Moser, Klaus: "Do Specific Type of Networking predict specific mobility outcomes? A two-year prospective study," **Journal of Vocational Behavior**, Vol. 77, No. 2, 2010, pp. 238-245.
- Wolff, Hans-Georg, Rahm, C., Forret, M.L.: "Adaptation of a German Multidimensional Networking Scale into English," **European Journal of Psychological Assessment**, Vol. 27, No. 4, 2011, pp. 244-250.
- Zhao, Hao, Seibert, Scott, Lumpkin; G.T.: "The Relation of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review", **Journal of Management**, Vol. 36, No. 2, 2010, pp. 381-404.

EKLER

EK 1: Anket Formu

GİRİŞİMCİLİK NİYETİ MODELİ ÖĞELERİ		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Bir girişimci olmak bana dezavantajlı olmaktan çok avantajlı gözüküyor.					
2.	Profesyonel kariyerim için girişimci olmak bana çekici geliyor.					
3.	Eğer elimde bir fırsat ya da yeterli kaynak olsaydı, yeni bir iş kurardım.					
4.	Bir girişimci olmak bana büyük bir kişisel tatmin yaşatır.					
5.	Bir sürü seçeneğim olsa bile girişimci olmayı tercih ederim.					
6.	Bir iş kurmaya karar versem, çekirdek ailem beni destekler.					
7.	Bir iş kurmaya karar versem, yakın arkadaşlarım beni destekler.					
8.	Bir iş kurmaya karar versem, kız / erkek arkadaşım / eşim beni destekler.					
9.	Bir iş kurmaya karar versem, hayatımda önem verdiğim insanlar beni destekler.					
10.	Bir iş kurmak ve onu sürekli hale getirmek benim için kolay olurdu.					
11.	Kârlı bir iş kurmak için hazırlıklıyım.					
12.	Yeni bir işletmenin kuruluş sürecini kontrol edebilirim.					
13.	Yeni bir iş kurmak için gerekli uygulama bilgisine sahibim.					
14.	Bir girişimcilik projesinin nasıl geliştirileceği hakkında bilgiliyim.					
15.	Yeni bir iş kurmayı deneseydim, büyük bir ihtimalle başarılı olurdu.					
16.	Bir girişimcinin yapması gereken ne varsa, onu yapmaya hazırım.					
17.	Profesyonel kariyer hedefim bir girişimci olmaktır.					
18.	Kendi işimi kurmak ve geliştirmek için elimden gelen her türlü gayreti göstereceğim.					
19.	Gelecekte kendi işimi kurmak konusunda kararlıyım.					
20.	Kendi işimi kurmak konusunu ciddi anlamda düşünüyorum.					
21.	Gelecekte bir gün kendi işimi kurmaya ciddi olarak niyetliyim.					

İLİŞKİ AĞI KURMA DAVRANIŞI	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Çalıştığım işletmede sima olarak tanıdığım çalışanlara yaklaşıp bir sohbeti başlatırım.					
2. İşletmenin düzenlediği organizasyonları yeni bağlantılar kurmak için kullanırım.					
3. İşletmenin düzenlediği organizasyon ve gezilerde daha önce hiç tanışmadığım iş arkadaşlarımla iletişim kurarım.					
4. Çalıştığım işletmede yeni biriyle tanıştıysam, mola zamanlarımı bu kişiyle iletişimi geliştirmek üzerine değerlendiririm.					
5. İlk kez katılacak olduğum resmi bir şirket toplantısında, katılımcılara toplantı öncesi veya sonrasında kendimi şahsen tanıtırım.					
6. Profesyonel anlamda benim için önemli olabilecek biriyle tanışmak istediğimde, inisiyatif alır ve kendimi ona tanıtırım.					
7. Başka bir departmandan bir çalışma arkadaşım benden profesyonel anlamda yardım istediğinde, yardım istenilen konu işimle alakalı olmasa bile ona yardım ederim.					
8. Mola zamanlarında, işle ilgili meseleleri diğer departmanlardaki arkadaşlarla konuşurum.					
9. Birisini bir işle ilgili farklı departmandan birine yönlendirdiğimde, yönlendirme yaptığım kişiye yönlendirdiğim kişi ilgili haber veririm.					
10. İşle ilgili meseleleri diğer departmanlardaki iş arkadaşlarımla iş saatleri dışında konuşurum.					
11. Bir çalışma arkadaşım zor bir problemle ilgili bana yardım ettiğinde, o kişiyi problem çözüldüğü zaman bilgilendiririm.					
12. Diğer departmanlardaki çalışanların, hangi konu üzerinde çalıştıkları ile ilgili bilgi sahibi olmaya çalışırım.					
13. Farklı bir departmanda çalışan bir arkadaşşıma doğrudan yardım edemesem bile, ona gözkulak olurum.					
14. Diğer departmanlardaki çalışanlarla onların yaptıkları işlerin yapısıyla ilgili konuşurum.					
15. İşle ilgili yönerge ve belgeler yeterince açık ve anlaşılır olmadıklarında, anlamak için başka iş arkadaşlarıma sorarım.					

16. Gerçekleşmesi beklenen organizasyonel değişikliklerle ilgili diğer departmanlardaki çalışanlarla bilgi alışverişi yaparım.					
17. Başka departmanlarda çalışan şahsi iş arkadaşlarımı, işle ilgili önemli bilgileri toplama aracı olarak kullanırım.					
18. Diğer bir departmanda ilgi çekici bir iş pozisyonu açıldığını duyduğumda, diğer çalışanlara kimin konuyla ilgili daha fazla bilgi sahibi olduğunu sorarım.					
19. Hassas sorularla ilgili cevaba ihtiyacım olduğunda, güvenilir çalışma arkadaşlarıma başvururum.					
20. Bir iş projesinin yürütülmesiyle ilgili emin olamadığımda, güvenilir çalışma arkadaşlarımdan sonuçları benim için ikinci kez kontrol etmelerini isterim.					
21. Benimle alakalı olabilecek bir bilgiyle ilgili diğer departmanlardaki çalışanlardan kulaklarını açık tutmalarını isterim.					
22. Çalışma anları dışında, diğer departmanlardaki çalışanlarla kendi profesyonel bilgilerim ile ilgili bilgi alışverişinde bulunurum.					
23. Profesyonel olarak beni geliştirebilecek olan işlerde gönüllü olarak yer alabilirim.					
24. İşletme dışındaki irtibatlarımı, işletmemin haricindeki şahsi bağlantılara sahip olmak için geliştiririm.					
25. Mesleki derneklerin toplantılarında yer alırım (İstanbul Ticaret Odası, TÜSİAD vs. gibi).					
26. Bir mesleki derneğin aktif bir üyesiyim (İstanbul Ticaret Odası, TÜSİAD vs. gibi).					
27. İş gezilerini ve eğitim programlarını yeni bağlantılar sağlamak için kullanırım.					
28. Profesyonel ilgi alanım dışında olsa da resmi organizasyon ve şenliklerden gelen davetiyeleri kabul ederim.					
29. Farklı bir işletmeden benim için önemli bağlantı sayılabilecek birisiyle tanıştığımda, ortak çalışma alanımızla ilgili fikir alışverişinde bulunurum.					
30. Farklı işletmeden tanışıklığım olan kişilerle iş saatlerim dışında buluşurum.					
31. Farklı işletmeden tanışıklığım olan kişi için önemli olabilecek gayri resmi bir bilgi elde ettiysem, onunla bu bilgiyi paylaşıyorum.					
32. İşletmem dışında tanışıklığım olan kişilere aynı hassasiyetin gösterilmesini diğer çalışanlardan da beklerim.					

33. Benin için profesyonel anlamda önemli olabilecek diğer işletmelerdeki tanışıklıklarımı bir araya gelebileceğimiz ortamlarda bulunmaya çalışırım.					
34. İşletme dışındaki bağlantılarımı, işle ilgili tavsiyeler almak için kullanırım.					
35. Eski iş bağlantılarımla iş amaçlı konular için iletişim halinde olurum.					
36. İşletme dışında gerçekleşen organizasyonlara (fuarlar, konferanslar) işle ilgili tanıdıklarla bireysel olarak karşılaşmak için katılırım.					
37. Maaş pazarlığına oturmadan önce, pozisyonumla ilgili ortalama gelirin ne olduğu ile ilgili bilgi sahibi olmak için tanıdıklarla ile irtibat kurarım.					
38. Tanıdıklarla iş saatleri sonrasında iş ile ilgili meseleler konuşurum.					
39. İşle ilgili yönerge ve belgeler yeterince açık ve anlaşılır olmadığında konuyu açıklığa kavuşturmak için işletmem dışındaki bir tanıdığıma sorarım.					
40. Başka bir işletmeden biriyle buluştuyusam, onun iş yaşamı hakkındaki haberler ve değişikliklerle ilgili bilgi sahibi olmaya çalışırım.					
41. Farklı bir işletmedeki bir tanıdığımla, işle ilgili fikir alışverişinde bulunurum.					
42. Başka bir işletmede ilgi çekici bir iş ilanı olduğunu duyduğumda, daha fazla bilgi alabilmek için iletişime geçerim.					
43. İşle ilgili konularda işletme dışındaki tanıdıklarına güvenirim.					
44. İşyerinde bir problemi çözemediğimde tavsiye almak amacıyla başka işletmelerdeki tanıdıklarımı ararım.					

- | | | |
|---|-------|-------|
| 1. Cinsiyetiniz | Kadın | Erkek |
| 2. Yaşınız? | _____ | |
| 3. Medeni durumunuz? | Evli | Bekar |
| 4. Herhangi bir iş deneyiminiz var mı? | Evli | Hayır |
| 5. Kaç senedir çalışmaktasınız? | _____ | |
| 6. Girişimcilik ile ilgili ders/kurs, vb. aldınız mı? | Evli | Hayır |

7. Daha önceden bir girişimcilik deneyiminiz oldu mu? Evet Hayır
8. Evet ise hala devam etmekte misiniz? Evet Hayır
9. Lisans mezuniyet dereceniz? _____
10. Mezun olduğunuz bölüm? Mühendislik İktisadi ve İdari birimler
Fen, Edebiyat Eczacılık Hukuk Diğer
11. Ailenizde girişimci var mı? Evet Hayır
12. Aylık geliriniz? 5000 altı
5000-10.000
10.000 ve üzeri
13. Ebeveynlerinizin aylık gelir durumu? 5000 altı
5000-10.000
10.000-20.000
20.000 ve üzeri