

T.C.  
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI

# GİRİŞİMCİLİK OLGUSUNUN TÜRK ATASÖZLERİNDE İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜBRA HARBİ

Tez Danışmanı: Yrd.Doç.Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU

GAZIANTEP  
MAYIS-2017


T.C.  
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI

**Girişimcilik Olgusunun Türk Atasözlerinde İçerik Analizi Yöntemiyle  
İncelenmesi**

Kübra HARBİ

Tez Savunma Tarihi: 15.05.2017


Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

  
Doç. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU  
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.

  
Prof. Dr. Arif ÖZŞAĞIR  
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

  
Yrd. Doç. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU  
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Doç. Dr. İbrahim Halil SEYREK

Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE

Yrd. Doç. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU

İmzası


## ÖZET

### GİRİŞİMCİLİK OLGUSUNUN TÜRK ATASÖZLERİNDE İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ

HARBİ, Kübra

Yüksek Lisans Tezi, İşletme ABD, Gaziantep Üniversitesi

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU

Mayıs 2017, 111 Sayfa

Girişimci; hayal dünyası ile zekâsını, cesaretini, azmini, kararlılığını ve sabrını birleştirerek karşılaşılabileceği riskleri göze alarak, ekonomik fayda elde etmenin yanında ülke ekonomisine katkıda bulunmak için yaratıcılığını ortaya çıkararak bir fikir, bir iş meydana getiren kişidir. Kültür ise; toplumların yaşayış şekli, hayata bakış açısı, birikimleri, gelenek ve görenekleri, kısacası; içinde yaşadığı toplumun özüdür. Atasözleri; tecrübelerin aktarıldığı, kültürün sözlü ürünü olan nasihatler bütünüdür. Bu çalışmada; kültürün girişimcilik olgusuna etkileri açısından, kültürün bir ürünü olan atasözlerinin girişimcilik olgusuna yaklaşımını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Öncelikle girişimcilik, kültür ve atasözleri konularında literatür çalışması yapılmıştır. Daha sonra nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak, Türk atasözlerinin girişimcilik olgusuna yaklaşımı saptanmaya çalışılmıştır. Bunun için Türk atasözleri; girişimci olmayı engelleyen sebepler, girişimci olmaya yönelen sebepler ve girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapanlar şeklinde sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Sonuç olarak; Türk atasözlerinde girişimci olmaya yönelen sebeplere ve girişimcide olması gereken özelliklere daha fazla vurgu yapıldığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci, Girişimcilik, Girişimcide Olması Gereken Özellikler, Kültür, Türk Atasözleri

## ABSTRACT

### INVESTIGATION OF ENTREPRENEURSHIP CONCEPT AT TURKISH PROVERBS BY CONTENT ANALYSIS METHOD

HARBİ, Kübra

M. A. Thesis, Department of Business Administration

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU

May 2017, 111 pages

An entrepreneur is someone who creates a business and an idea by manifesting his/her creative ability for contributing to the national economy as well as achieving economic benefit by combining his/her imaginary with intelligence, determination, resolution and patience taking the risk that he/she may encounter. Culture refers to the way of life, view of life, backgrounds, and customs and traditions acquired by the societies; briefly to the core of the society in which they live. Proverbs are the whole of advices which are the products of the culture and from which the experiences are transferred. The aim of this study is to find the effect of culture on the entrepreneurship concept and to reveal the approach of the proverbs being the products of the culture to the entrepreneurship concept. Firstly, a literature review on entrepreneurship, culture and proverbs was performed. Then, the approach of the Turkish proverbs to the entrepreneurship concept was tried to be determined using the content analysis among the qualitative research methods. Therefore the Turkish proverbs was subjected to a classification as the ones which highlighted the reasons blocking the entrepreneurship, the reasons promoting the entrepreneurship and the qualities that an entrepreneur should have. As a result, it was determined that there was more emphasis on the reasons promoting the entrepreneurship and the qualities that an entrepreneur should have.

**Key Words:** Entrepreneur, Entrepreneurship, Qualities of an Entrepreneur, Culture, Turkish Proverbs.

## ÖNSÖZ

Verdikleri ögütlerle, içten tebessümleriyle daima yanımda olan, her zaman beni cesaretlendiren, hayallerime ortak olan herkese gönülden sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmamın farklı bir boyut kazanmasını sağlayan, fikirleri ile bana yeni ufuklar aralayan, yoğun iş temposuna rağmen bana değerli zamanımı ayıran, çalışmamın gerçek mimarı kıymetli tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU' ya sonsuz saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım.

Her zaman yanımda olan, maddi ve manevi bana destek olan fedakârlıkta sınır tanımayan kıymetli babama, anneme ve kardeşim Furkan Harbi'ye sonsuz minnetlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca yanımda olan, bana destek olan kıymetli arkadaşlarım Nida Yılmaz'a, Merve Taşdemir'e, İlhan Bal'a, Ayten Türkmenoğlu'na ve Yasemin Özcan'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

# İÇİNDEKİLER

## İçindekiler

ÖZET .....	I
ABSTRACT .....	II
ÖNSÖZ .....	III
İÇİNDEKİLER .....	IV
TABLolar LİSTESİ .....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	VIII
KISALTMALAR .....	IX
1.GİRİŞ .....	1
1.1. GİRİŞ .....	1
2.LİTERATÜR.....	3
2.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI .....	3
2.1.1. Girişimcilik Kavramı .....	3
2.1.2. Girişimci Kavramı .....	8
2.1.3. Girişimcide Olması Gereken Özellikler .....	10
2.1.3.1. Akıllı ve Zeki Olmak .....	16
2.1.3.2. Hayal Kurmak .....	17
2.1.3.3. Risk Alma/ Belirsizliklere Tolerans .....	18
2.1.3.4. Azim ve Kararlılık .....	18
2.1.3.5. Planlı Olmak .....	19
2.1.3.6. Yaratıcılık .....	19
2.1.3.7. Yenilikçilik/İnovasyon .....	20
2.1.3.8. İletişim Gücü .....	21
2.1.4. Girişimci Olmaya Yönelten Sebepler .....	21

2.1.4.1. Ekonomik Yarar Sağlama İsteği .....	22
2.1.4.2. Bağımsız Çalışma İsteği .....	22
2.1.4.3. Ülke Ekonomisine Katkıda Bulunma İsteği .....	23
2.1.4.4. Yeni Bir Buluş veya Fikri Piyasaya Sunma İsteği .....	23
2.1.5. Girişimci Olmayı Engelleyen Sebepler .....	24
2.1.5.1. Risk Almaktan ve Belirsizlikten Kaçınma .....	24
2.1.5.2. Din Faktörü .....	26
2.2. GİRİŞİMCİLİK, KÜLTÜR VE ATASÖZLERİ İLİŞKİSİ.....	29
2.2.1. Kültür Kavramı .....	29
2.2.1.1. Kültürün Özellikleri ve Boyutları .....	30
2.2.2. Atasözleri Kavramı .....	32
2.2.2.1. Atasözlerinin Tarihçesi .....	35
2.2.2.2. Atasözlerinin Özellikleri.....	36
2.2.3. Atasözleri, Kültür ve Girişimcilik İlişkisi .....	38
2.3. KONUS İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR .....	42
3. MATERYAL VE YÖNTEM .....	47
3.1. Araştırmanın Amacı .....	47
3.2. Araştırmanın Önemi .....	47
3.3. Araştırmanın Sorusu .....	48
3.4. Araştırmanın Yöntemi .....	48
3.5. Araştırmanın Kapsamı .....	55
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	56
3.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği .....	56
3.7.1. Araştırmada Geçerlik .....	56
3.7.2. Araştırmada Güvenirlik .....	57
4. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	59
4.1. Girişimcilik Olgusuyla İlgili Türk Atasözleri .....	59
4.1.1 Girişimci Olmaya Yönelten Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözleri .....	59
4.1.1.1 Ekonomik Yarar Sağlama/ Para Kazanma İsteği.....	60
4.1.1.2 Bağımsız Çalışma Arzusu .....	61
4.1.1.3 Ülke Ekonomisine Katkıda Bulunma İsteği .....	61
4.1.1.4 Yeni Bir Buluş veya Fikri Piyasaya Sunma Arzusu.....	62
4.1.2. Girişimci Olmayı Engelleyen Sebeplere Vurgu Ya pan Türk Atasözleri .....	63

4.1.2.1. Kanaatkâr Olmak .....	64
4.1.2.2. Risk Almaktan Korkmak.....	66
4.1.2.3. Kaza-Kadere Rıza Göstermek .....	67
4.1.2.4. Dünya Malına Önem Vermemek .....	68
4.1.3. Girişimcide Olması Gereken Özelliklere Vurgu Yapan Türk Atasözleri.....	68
4.1.3.1. Zeki ve Akıllı Olmak.....	70
4.1.3.2. Cesaret/ Cesur Olmak .....	70
4.1.3.3. Risk Almak/ Belirsizliklere Tolerans .....	71
4.1.3.4. Azim/ Gayret ve Kararlılık.....	72
4.1.3.5. Planlı Olmak/Organize Etmek/ İş Usulüne Göre Yapmak.....	75
4.1.3.6. Yaratıcılık ve Yenilikçilik/İnovasyon .....	79
4.1.3.7. Güçlü Olma İhtiyacı/ Nam Bırakma .....	82
4.1.3.8. İnsanlarla İlişki Kurabilme Yeteneği/ İletişim Gücü .....	82
4.1.3.9. Ekip-Takım Çalışmasına Yatkınlık .....	84
4.1.3.10. Sabırlı Olmak .....	85
SONUÇ VE TARTIŞMA .....	86
KAYNAKÇA.....	92
EKLER.....	101
EK-1: SÖZLÜK .....	101
ÖZGEÇMİŞ.....	111
VITAE .....	111



## TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Sık Karşılaşılan Girişimci Özellikleri .....	11
Tablo 2: Girişimcilerin Temel Özellikleri .....	12
Tablo 3: Yönetim Alanında Kültür, Atasözleri ve Girişimcilik İle İlgili Yapılan Araştırmalar ....	43
Tablo 4: Kod Tanım Tablosu .....	49
Tablo 5: Veri kümesinin oluşturulmasında yararlanılan kaynaklar .....	56
Tablo 6: Girişimci Olmaya Yönelten Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklıkları .....	59
Tablo 7: Girişimci Olmayı Engelleyen Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklıkları .....	64
Tablo 8: Girişimcide Olması Gereken Özelliklere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklıkları.....	69

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Klasik Görüş Açısından Girişimcilik .....	4
Şekil 2: Girişimcilik Süreci .....	6
Şekil 3:Girişimciye Has Özel Özellikler .....	14
Şekil 4:Girişimci Olmaya Yönelten Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklık Yüzdesi.....	60
Şekil 5:Girişimci Olmayı Engelleyen Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklık Yüzdesi.....	64
Şekil 6: Girişimcide Olması Gereken Özelliklere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklık Yüzdesi.....	69

## KISALTMALAR

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı (Türk Atasözleri ve Deyimleri I-II)

TDK: Türk Dil Kurumu (Atasözleri ve Deyimleri Sözlüğü Web Sitesi)

D.L.T: Divan-ı Lügat-it Türk

Ö.A.A: Ömer Asım AKSOY (Atasözleri ve Deyimler)

İ.P: İskender PALA (Sözün Özünden Dünden Bugüne Atasözleri)

Ö.Ç: Özkul ÇOBANOĞLU (Türk Dünyası Ortak Atasözleri Sözlüğü)

A.S: Aydın SU (Atasözleri Sözlüğü)

vb.: ve benzeri

Milli Eğitim Bakanlığına ait kaynakta ve Divan-ı Lügat-it Türk'te yayınlanan atasözleri numaralandırıldığı için bu kaynaklardan alınan atasözleri numaralarıyla yazılmıştır. Diğer kaynaklar atasözlerini numaralandırmadıkları için bu kaynaklardan alınan atasözleri sayfa numaralarıyla yazılmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1.GİRİŞ

### 1.1. GİRİŞ

Girişimcilik olgusu yıllardır toplumsal, ekonomik ve sosyal hayatta çok önemli bir işleve ve yere sahip olmuştur. Son on yılda özellikle ülkemiz açısından daha da önem kazanmış ve ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve sosyal gelişmenin ana faktörü olarak ele alınmaya başlanmıştır. Türkiye gelişmekte olan ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye'nin sürdürülebilir büyüme ve ekonomik refaha ulaşmasına etki eden en önemli unsurlardan biri de girişimci sayısının artırılmasıdır. Ekonomik kalkınmanın sağlanması, girişimci sayısının çoğaltılmasına ve girişimciliği etkileyen unsurların ortaya çıkarılmasına bağlıdır. Girişimciyi ve girişimciliği etkileyen en önemli unsurlardan biri de kültürdür.

Kültür, bir toplumun kendi geçmişi dahilinde oluşan değer yargılarının bütünüdür. Bu değerler, ilim, sanat, ahlâk ve dine ait değerlerdir. Kültür, ruhîdir ve her toplumun kendi ürünüdür, bizzat kendinin ortaya çıkardığı değerlerdir. Millet, kültürü oluşturan bu değerlerin üstünde yaşar (Topçu, 2011: 164). Dolayısıyla girişimcilerin bu değerlerden etkilenmemeleri imkânsızdır. Kültürel mirasın en önemli ürünlerinden birisi şüphesiz atasözleridir. Atasözleri içinde buldukları kültürel mirasın en öz ifadeleri, sözlü ürünleridir.

Atasözü, toplumun tarihi boyunca içerdiği deneme, düşünce ve özlemi kapsayan, belirli bir kalıp ve kural çerçevesinde olan, her zaman olması gerekeni ifade eden veya bir yargı bildiren özlü sözlerdir (Su, 1988: 5). Atasözleri toplumun özünden doğmuş ve toplumla birlikte gelişme göstermiştir. Girişimci ve girişimcilikte tıpkı atasözleri gibi toplumun özünden doğacak ve o toplumun kalkınmasını sağlayacaktır. Birbiriyle bu kadar ilişkili olan girişimcilik, kültür ve atasözlerinin birbirinden etkilendiği ve birbirini besleyeceği düşünülmüştür. Bundan dolayı bu çalışmada Türk atasözlerinin girişimcilik olgusuna yaklaşımını araştırmak

amaçlanmıştır. Yapılan literatür araştırmasına göre, daha önce yapılan çalışmalarda girişimcilik-kültür ilişkisinin ağırlıklı olarak incelendiği (Demirel ve Tikici, 2004; Aytaç, 2006; Güney vd., 2006; Aytaç ve İlhan, 2007; Güney ve Nurmakhamatuly, 2007; Kara, 2009; Kahraman vd., 2011; Okutan ve Balaban, 2014) ve Türk atasözleri ile yönetim paradigmaları, Türk iş kültürü ve sistemi, liderin güç kaynakları, girişimcilik, borç ve borçluluk, alışveriş olgusu, tüccarlık zanaatı (Akın , 2008; Akın, 2010; Meydan ve Polat, 2010; Esen ve Yılmaz, 2011; Avcı, 2014; Başfırıncı, 2015;Çilingir, 2015) ilişkisi ele alınıp, çalışma sonuçlarının bu ilişkilere göre açıklandığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise, girişimcilik, kültür ve atasözleri ilişkisi incelenip sonuç bu üçlü ilişki üzerinden içerik analizi yöntemi ile açıklanmıştır. Bu ilişki, “girişimcilik olgusuna” sosyo-kültürel yönden katkı sunulmasına ve genç girişimcilerin kendi özünü yansıtan bu sonuçlarla teşvik edilmesine öncülük edecektir.

“Girişimcilik olgusunun Türk atasözlerinde içerik analizi yöntemiyle incelenmesi” konulu bu araştırma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümü giriş kısmı oluşturmaktadır. İkinci bölümde; girişimci, girişimcilik, girişimcide olması gereken özellikler, girişimci olmaya yönelten sebepler, girişimci olmayı engelleyen sebepler, kültür, kültürün özellikleri ve boyutları, atasözleri, atasözlerinin tarihçesi, atasözlerinin özellikleri ve girişimcilik, kültür ve atasözleri ilişkisinden söz edilmiştir. İkinci bölümün sonunda konumuzla ilgili daha önce yapılan çalışmaların literatür araştırmasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde; araştırmanın amacı, önemi, soruları, yöntemi, kapsamı ve evreni, sınırlılıkları, geçerliliği ve güvenilirliğine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde; çalışmanın bulgularına yer verilmiş ve son olarak sonuç ve öneriler sunulmaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2.LİTERATÜR

#### 2.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

##### 2.1.1. Girişimcilik Kavramı

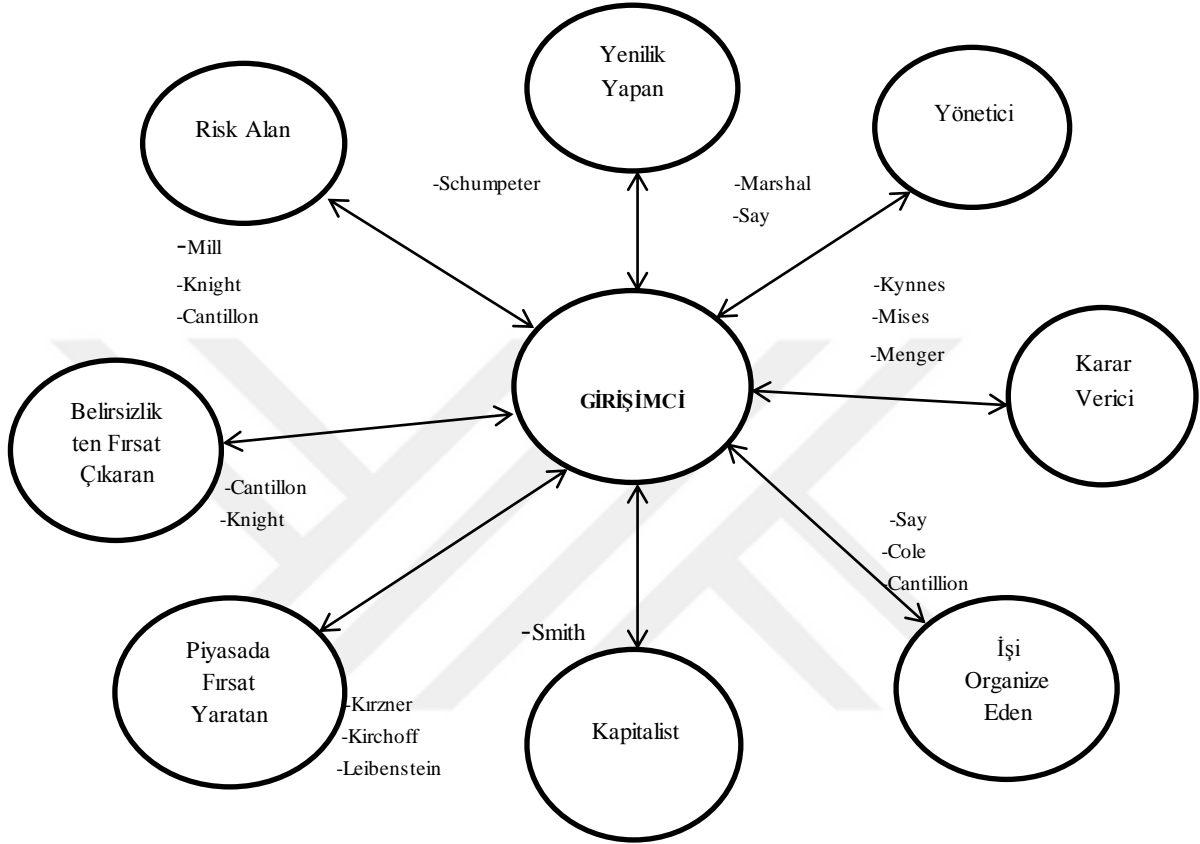
Günümüzde insan yaşamının kalitesini arttırmaya yönelik çalışan bütün alanlarda önemli bir dinamik öge olarak karşımıza girişimcilik ve yaratıcılık kavramları çıkmaktadır ve bu kavramlar sosyal bilimlerin tüm alanlarında kalkınma ve ilerlemeyi artıran bir güç olarak görülmektedir. Köken olarak *Latince* intare kökünden gelen girişimci kavramı, *İngilizce* 'de enter-giriş, pre-ilk, enterpre-neur ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir. Bilim ve teknoloji alanlarındaki nitelik değişimi, toplumsal ilişkileri belirleyen kurumları da değiştirdiğinden girişimcilik kavramı da değişmiştir. Girişimcilik kavramı, işletmecilikte risk alma, yaratıcı olma ve yenilik yapma gibi kavramlarla birlikte açıklanır (Arslan, 2012: 97).

Girişimciliğin hemen hemen tüm tanımlarında ortak olan nokta, girişimcinin daima “başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilmesi” ve “risk almaya yatkınlığı”dır. Bu açıklamalar ışığında girişimcilik; bir iş fikrine sahip kişinin pazardaki fırsatları yakalayıp mal ve hizmet üretmek amacıyla sermaye, doğal kaynak, emek gibi üretim faktörlerini bir araya getirerek işletmesiyle ilgili faaliyetler olarak tanımlanabilir (Tekin, 2012: 3-4).

Girişimcilik, “zenginlik yaratma” sürecidir. Bu sürecin temel aktörleri, gerekli becerileri ve kaynakları kullanıp bir ürün ya da hizmet sunarak, parasını ve emeğini riske atan kişiler, yani girişimcilerdir. Girişimci pazarda fırsat belirler ve motivasyonunu, enerjisini ve becerilerini kullanarak kaynakları birleştirir. Böylece bu fırsatı bir işe dönüştürür (Müftüoğlu ve Haliloğlu, 2013: 49).

Girişimcilik “iş dünyasındaki fırsatları tespit ederek, fırsatların hedeflere, imkanlara ve değerlere uygun olduğunun anlaşıldığı anda kâr, prestij, büyüme, yeniliklere öncü olma vs. amaçları ile riskleri de göze alarak insanlığa faydalı ürün

ve hizmetleri üreten aktif, esnek, yaratıcı, hızlı işletmelerin var olması için diğer üretim faktörlerini belirli bir düzen içinde bir araya getirmek sürecidir” şeklinde tanımlanabilir (Demirel ve Tikici, 2004: 52).



Şekil 1: Klasik Görüş Açısından Girişimcilik (Top, 2012, s. 8)

Girişimcilik kavramının ilk ortaya çıkışı Fransız ekonomist Cantillon ile 19. ve 20. yüzyıllarda başlar. Girişimciliği Say, tüm üretim faktörlerini bir araya getirerek bir malı üretmek şeklinde tanımlamış, girişimciyi de üretim fonksiyonunu yerine getirirken yakalayacağı kâr için risk alan kişi olarak ifade ederek bugün kullanılan anlamına yaklaştırmıştır (Aytaç, 2006: 141). Daha sonra Neo-Klasik İktisadın kurucusu A. Marshall (1890) girişimcilik kavramına katkı sağlamıştır (Braunerhjelm, 2010: 9-10). Girişimcilik literatürüne Schumpeter (1911) üst bir boyut kazandırmış ve girişimciliği; Schumpeteryen girişimciler, iç girişimciler ve yönetici işletme sahipleri olarak çeşitlendirmiştir. Schumpeter'den sonra Knight (1921), Kirzner (1973, 1997), Baumol (1990), Holcombe (1998) ile Wenckers ve Thurik (1999) girişimcilik konusu üzerinde durmuşlardır (Braunerhjelm, 2010: 9-10).

Girişimcilik ile ilgili en detaylı açıklamayı ise Wennekers ve Thurik (1999) yapmıştır (Braunerhjelm, 2010: 9-10). Onlara göre girişimci, bireysel olarak ya da takım içinde, mevcut organizasyonların içinde veya dışında, yeni ekonomik fırsatları fark eden, yeni fırsatlar ortaya çıkaran, fikirlerini piyasaya sunan, belirsizlik ve diğer engelleri göze alarak kaynakların ve işletmelerin yer seçimi, kurulması ve ayrımı hakkında kararlar veren kişidir. Wennekers ve Thurik bu tanımla, mevcut organizasyon içinde istihdam edilen ve fırsatları fark ederek inisiyatif alan kişileri de girişimci olarak ifade etmişlerdir (Işık, Işık ve Kılınç, 2015: 60).

Schumpeter (1974)'e göre, girişimcilerin işlevi, yeni bir teknoloji ile yeni bir ticari ürün ortaya çıkarmak ya da var olan bir ürünü yeni üretim şekilleriyle üreterek yenilemektir. Bu ifadeye göre, yenilik yapan her profesyonel yönetici girişimcidir ama her profesyonel yönetici girişimci değildir. Girişimciler fırsatları değerlendiren ve yenilik yapanlardır, dolayısıyla girişimciler sadece yeni şirket kuranlar olmak zorunda değildirler. Girişimciler, fırsatları yakalar ve gerekli kaynakları bir araya getirir, pratik bir eylem planı uygulayarak sonuçlarını belirli bir zamanda ve esnek bir şekilde elde eder (Gözek ve Akbay, 2012: 46).

Adam Smith'in "*Ulusların Zenginliği*" adlı kitabıyla temelleri atılan kapitalist ekonomik sistemin, sanayi devriminden sonra gittikçe artan üretim ve ticaret hacmiyle birlikte daha da serbestleşen ve rekabetin çok yoğun yaşandığı bir piyasa ekonomisine dönüştüğü söylenebilir (Durukan, 2006: 28).

Avusturya ekonomik düşünce sisteminin kurucusu olarak nitelenen Carl Menger iktisada önemli katkılar sağlamıştır. Menger, Neo-klasik iktisattan oldukça farklı olan çağdaş Avusturya okulunun değer, rekabet ve piyasaların analizi ile ilgili fikri temelleri ortaya çıkarmıştır. Menger'e göre girişimsel aktivite; ekonomik faaliyetlerle ilgili bilgi edinmeyi, hesaplı bir şekilde faktörlerin en etkin bir biçimde kullanılabilmesini, girişimcinin kendi iradesiyle hareketini ve üretimini denetlemeyi ifade etmektedir (Topkaya, 2013: 33).

Kirzner (1973), girişimcinin kâr olanaklarını keşfeden ve piyasada dengeleyici gücü olan kişiler olduğunu savunur. Girişimcinin en önemli özelliği belirsiz bir ortamda iktisadi faaliyet yürütebilmesi yani bilgiyi nereden elde edeceğini bilmesidir. Bu nedenle girişimci kâr fırsatlarını değerlendirmekte ve kâr



fırsatını yakaladığı yerde yenilikçi, değişimci ve yaratıcı vasfı ile karşımıza çıkmaktadır. Knight, risk ve belirsizlik kavramlarını birbirinden ayırmış ve girişimcinin işlevinin belirsizliğe tolerans olduğunu ortaya koymuştur. Cantillon'dan farklı olarak Knight, girişimciliğin arbitraj geliri elde etmekten daha fazla bir işlevi olduğunu ortaya koymuştur. Knight başarılı bir girişim için, belirsizlikle mücadele etmek ve adil bir karar alıcı olmak gerektiğini vurgular. Girişimci hesaplanamaz iş fırsatlarını değerlendirebilen, tüketicilerin isteklerini değiştirebilen kişidir. Bunlarla birlikte girişimci, işletme organizasyonlarının gelişiminden de sorumludur (Kılıç ve Aydın, 2014: 149).

Girişimcilik, aşağıdaki şekil ile ifade edilebilecek bir döngüdür (Müftüoğlu ve Haliloğlu, 2013: 12):



**Şekil 2: Girişimcilik Süreci (Müftüoğlu & Haliloğlu, 2013, s. 12)**

Girişimcilik; bir fırsat algılama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon ortaya çıkarma faaliyetidir (Yılmaz ve Sümbül, 2009: 196).

Girişimciliğin temeli fırsatlar peşinde koşmaya dayanır; fırsatları ortaya çıkarmak yaratıcılık olarak ifade edilirken, yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanması yenilik olarak adlandırılır. Girişimciler, yaratıcılıklarını sistematik bir şekilde kullanır ve yenilik yapabilecek tarzda düşünürler. Yeni fikirlerin oluşmasında girişimcinin kafasındaki düşünce birdenbire somutlaşır. Oluşan yeni fikirlerin değerlendirilmesi ve uygulamaya konulması, disiplin, azim ve cesaret gerektiren en zor bölümdür. Bu aşamada oluşan fikirlere son hali verilmektedir. Fikirlere son

halinin verilmesi fikrin uygulanabilirliği açısından önemlidir. Başarılı girişimciler, zihinlerinde oluşan fikirleri uygulanabilir hale getirip ve uygulayabilecek yetenektedirler (Arslantaş, 2001: 19-22).

Günümüzde girişimci kavramıyla ifade edilmek istenenin; işletme sahibi olsun veya olmasın, herhangi bir iş yerinde fiilen çalışsın veya çalışmasın, kısacası bulunduğu herhangi bir ortamda veya üstlendiği herhangi bir görevde var olan durumun işleyişini olumlu anlamda farklılaştıran kişiler olduğu söylenebilir (Ören ve Biçkes, 2011: 71).

Girişim, yeni bir işletmenin kurulması olabileceği gibi herhangi bir problemin çözümü ya da bir sorunun giderilmesi ile ilgili bir girişim de olabilir. Girişimciliğe böyle geniş bir açıdan baktığımızda, her bireyin girişimciliğini ortaya koymasının kendine özgü yolları olduğunu söyleyebiliriz.

- Yeni bir makine icat eden bir mucidin,
  - Çocuğunun girişimci fikirlerini takdir ederek ödüllendiren bir annenin,
  - Sanayicinin önündeki bir engeli ortadan kaldırmak için teklif geliştiren bir politikacının veya
  - Hasta randevu sisteminde iyileştirme yapan bir hastane görevlisinin
- girişimcilik gücünü değişik şekillerde ortaya koyduğunu söylemek mümkündür (Müftüoğlu ve Haliloğlu, 2013: 12-13).

Girişimcilik; belirsiz iş dünyasında belirli bir düzen oluşturmak için girdileri kullanma sanatı olarak da ifade edilmektedir. Başka bir ifade ile girişimcilik, “durumu idare etmekten ziyade bir sanattır ve hazırı kullanmaktan ziyade bulanık ortamdaki düzensizliğe düzen getirme cesaretini gösterebilmenin adıdır.” Hayatı kaliteli yaşamak bir sanatsa girişimcilik de bir sanat sayılmalıdır. Girişimcilerin amaçlarından birinin “insan yaşamının kalitesini artırmaya çalışmak” olduğu gerçeği, bu anlayışı desteklemektedir. “Bir şeyi kendi iç yasalarına göre özgürce biçimlendirme yeteneği” şeklindeki sanat tanımının girişimciliğin yenilikçi, yaratıcı, özgür ve cesur bakış açısıyla örtüşmesi de girişimciliğin bir sanat olduğuna işaret olarak kabul edilmelidir. (Demirel ve Tikici, 2010: 225).

Girişimcilikle ilgili olarak 1982-1992 yılları arasında yapılan farklı akademik yayınlarda, girişimci ve girişimcilikle ilgili bulunan 77 tanımlamada en az 5 defa tekrar eden 15 anahtar sözcük grubu tespit edilmiştir. Bu gruplar şu şekilde sıralanabilir (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001: 5):

1. Başlatma/ bulma/ meydana getirme
2. Yeni kuruluş
3. Yenilik/ yeni ürünler/ yeni Pazar
4. Fırsatların peşinde koşma
5. Risk alma/ risk yönetimi/ belirsizlik
6. Kâr arzusu/ kişisel tatmin
7. Üretim yolları ve kaynaklar
8. Yönetim
9. Değer oluşturma
10. Büyüme arzusu
11. Girişim
12. Değişim yapma
13. Sahiplik
14. Sorumluluk/ yetki
15. Strateji.

### **2.1.2. Girişimci Kavramı**

Kâr elde etmek amacıyla mal ve hizmet üretmek ya da pazarlamak için çeşitli üretim unsurlarını kullanarak ekonomik(ticari) faaliyette bulunan kişiye girişimci(müteşebbis, işadamı, işkadını, işveren) denir (Özdemir, 2015: 7).

Ülkelerin refahını sağlamak için, modern işletmeler kurarak istihdam sunan böylece işsizliği ve fakirliği önleyen ve tüm bunların ötesinde milli isteklerin karşılanması için mal ve hizmet üreten kişiler girişimcilerdir (Kılıç, Keklik ve Çalış, 2012: 424).

Girişimci çevresindeki iş fırsatlarını arayan, bunları değerlendiren ve iş planına dönüştüren, risk almaya yatkın, yaratıcı fikirlerini ticari anlamda başarılı yeniliklere dönüştüren, bu amaçla kaynakları organize eden ve nihayet ortaya çıkan mal ve hizmetleri pazarlayabilen kişidir. Bu haliyle girişimcinin ekonomideki tüm

mübadele ve dolaşımı gerçekleştirerek arz talep işleyişini sağlayan sınıf olduğunu söyleyebiliriz (Akın H. , 2010: 78).

Girişimci (Kaya , 2004: 48);

- Başkalarının pazardaki bakıp ama göremediği fırsat ve imkânları görebilen,
- Bu fırsat, imkânları iş fikrine dönüştürebilen,
- Risk alarak kaynakları bir araya getiren,
- Yatırım yapıp işletmesini başarıyla yöneten,
- Ürettiği mal ve hizmetlerden para kazanıp kâr elde eden,
- Kalite, fiyat ve ürünleriyle rekabet edip müşteri tatminini sağlayan,
- Yenilik yapan, değişimi ve dönüşümü sağlayan kişidir.

Bu özellikler birlikte ele alınıp girişimci tanımı yapıldığında hemen hepsinde yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilecektir (Kaya, 2004: 48).

Girişimciyi “kaynaklar konusunda öngörüle bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da kârlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunan kişi” şeklinde tanımlamak da mümkündür. Buna göre girişimci üretim faktörlerini en ileri teknoloji ve bilgilerle analiz edip bir araya getirerek mal ve hizmet üreten birey olarak ön plana çıkmaktadır (Bozkurt, 2011: 4).

Girişimciler, stratejik rekabet açısından geleceği şekillendirebilecek kaynak ve yetenekleri inşa etmek için harekete geçen, fikir ve eylemleri ile bir değer ortaya çıkaran umut fabrikalarıdır (Ören ve Biçkes, 2011: 71).

Girişimciler bir ülkenin gelişme ve kalkınma gücünün dinamosu işlevini üstlenen kişilerdir. Girişimci kavramı farklı mesleklere göre de farklı şekilde tanımlanmaktadır. Mesela ekonomistlere göre; üretim faktörlerini bir araya getirip kaynakları etkin kullanarak üretim yapıp sonucunda para kazanan kişi olarak tanımlanmaktadır. Bir sanayici bir iş adamı için girişimci; gözü kara bir yatırımcı, hırslı ve ihtiraslı bir rakip, bir müşteri ya da bir müttefik olarak ifade edilmektedir. Bir ticaret erbabı için ise; yatırım yapıp, risk üstlenen, rekabet ederek para kazanan

kişi olarak tanımlanmaktadır. Bir psikolog için ise; bir Şey elde etmek, bir Şeye ulaşmak, bir Şeyi denemek, diğerlerinin elindeki otoriteyi paylaşmak isteyen yksek motivasyonlu kişiler girişimcidir (Yılmaz ve Symbul, 2009: 196).

### **2.1.3. Girişimcide Olması Gereken Özellikler**

Girişimcilik özellikleri konusu; yerli ve yabancı literatürde geniş yer bulan ve hala daha üzerinde ampirik çalışmaların sıklıkla yapıldığı bir alan durumundadır. Bu özelliklerin ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamdaki hızlı değişimlerle uyum göstereceği ve önem derecelerinin değişiklik göstereceği düşünölmektedir (Bozkurt ve Alparıslan, 2013: 22).

Girişimci olmak, girişimcileri harekete geçiren özelliklerle beraber farklı özellikler taşımayı da gerektirmektedir. Bunlar kişilik özellikleri, iş fırsatlarını sezip değerlendirebilme yetisi, iş kurmaya hevesli olma, azimli ve kararlı olma, yaratıcı olma, yeterli motivasyona sahip olma gibi özelliklerdir. Kişilik özellikleri içinde; başarı ihtiyacı, kontrol alanı, risk alma ve cinsiyet önemli değişkenler olarak belirlenmiştir (Şahin, 2009: 288).

**Tablo 1: Sık Karşılaşılan Girişimci Özellikleri (Erdoğan, 2012: 32)**

Güven	Güvenilirlik
Sebat, azim(kararlılık)	Öngörü
Enerjik	Doğruluk
Beceriklilik	Müştereklik
Risk alma yeteneği	Kâr odaklılık
Dinamizm, liderlik	Hayal gücü
İyimser	Güç arzusu
Başarı ihtiyacı	Güzel kişilik
Çok yönlülük	Benmerkezcilik
Yaratıcılık	Cesaret
Başkalarını etkileme yeteneği	Kritik durumlarda duyarlı olmak
Anlayışlılık	Fayda(yarar)
Hızla karar verme yeteneği	Belirsizlik toleransı
Esneklik	Saldırganlık
Zekâ	Zevk alma
Açık amaçlara odaklanma	İnsanlarla geçinebilme yeteneği
Hatalardan ders alma yeteneği	Çalışanlara güvenme yeteneği
Bağımsızlık	Gelecek vaat etme
Olgunluk, denge	Hassaslık
Verimli çalışma	Dürüstlük, doğruluk

Tabloda sıralanan sık karşılaşılan girişimci özelliklerinden, bağımsızlık ihtiyacı, önsezi ve fırsatçılık, strese karşı dayanıklılık ve öz güven duygusu öne çıkan temel girişimci niteliklerini oluşturmaktadır (Erdoğan, 2012: 32).

Girişimcilerin temel özelliklerinin belirlenmesi konusunda farklı yazarlar tarafından yazılan bilimsel makaleler ise aşağıdaki özellikleri ortaya koymuştur (Güney, 2008: 57):

**Tablo 2: Girişimcilerin Temel Özellikleri (Güney, 2008: 57-58)**

TARİH	YAZAR	ÖZELLİKLER
1848	<i>Mill</i>	Risk almak
1917	<i>Weber</i>	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	<i>Schumpeter</i>	Yenilik, öncü olma
1954	<i>Sutton</i>	Sorumluluk alma
1959	<i>Hartman</i>	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	<i>McClelland</i>	Risk alma, başarı ihtiyacı
1963	<i> Davids</i>	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, öz-güven
1964	<i>Pickle</i>	İnsani ilişkiler, iletişim becerisi, teknik bilgi
1965	<i>Litzinger</i>	Riski göze alma, bağımsızlık, tanınma, babacanlık, liderlik
1965	<i>Schrage</i>	Doğru algılama, güç motivasyonu, gerginliğin performansı azalttığı gerçeğin farkına varma
1971	<i>Palmer</i>	Risk ölçme
1971	<i>Hornadey ve Aboud</i>	Başarı güdüsü, bağımsızlık; Saldırganlık, güç; tanınma
1973	<i>Winter</i>	Güç ihtiyacı
1974	<i>Liles</i>	Başarı ihtiyacı
1974	<i>Borland</i>	İçsel güç odağı
1977	<i>Gasse</i>	Kişisel değerlere dönüklük
1978	<i>Timmons</i>	Güdü/ öz-güven, amaca dönüklük; orta düzeyde risk alma; kontrol odağı, yaratıcılık/yenilikçilik.
1980	<i>Brockhaus</i>	Risk üstlenme kararlılığı

<b>1980</b>	<b>Sexton</b>	Enerjik olma/hırs; olumlu terslikler
<b>1981</b>	<b>Meskon-Montanari</b>	Başarı, hâkimiyet, bağımsızlık Dayanma gücü, kontrol
<b>1981</b>	<b>Welsh-White</b>	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, öz-güven/güdü; mücadele etme, orta düzeyde risk alma
<b>1982</b>	<b>Dunkelberg-Cooper, Welsh-Young</b>	Büyüme-dönüklük Bağımsızlık ihtiyacı, zanaatkârlık Kontrol kaynağı, öz güven, yenilikçilik

Girişimcide olması istenen özellikler genel olarak; risk alabilme yeteneği, başarılı olma arzusu, takım çalışmasına yatkınlık, başkalarına güvenebilme ve onları yönetebilme, kendi eksikliklerini kabullenme ve araştırmacı olma, zor ve ağır şartlar altında çalışabilme ve sabırlı olma şeklinde sıralanabilir (Sönmez ve Toksoy, 2014: 44).

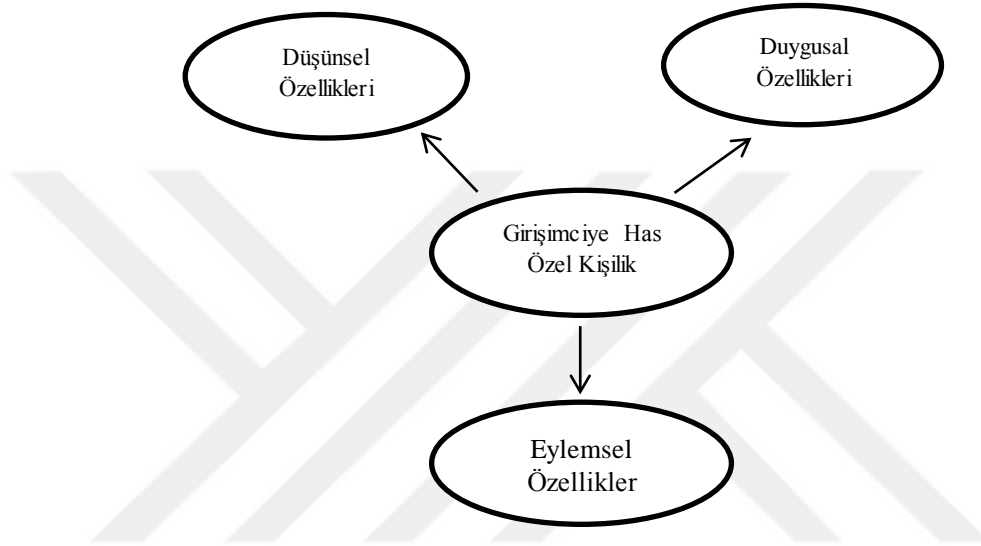
Girişimcilikte başarı ile girişimcilerin kişisel özellikleri arasında yakın ilişki bulunduğu düşünülmesinden dolayı başarılı girişimcilerin kişisel özellikleri şu şekilde ifade edilmiştir (Kaya, 2004: 49-50):

- a. Yaratıcı ve analitik düşünce yeteneği
- b. Yüksek oranda çalışma isteği
- c. Cesaret, tutku, kararlılık ve dirayet yeteneği,
- d. İnsanlarla başarılı ilişki kurabilme yeteneği,
- e. Kendini ifade edebilme yeteneği,
- f. İşini sevmesi ve işine gönül gücünü katma yeteneği
- g. Zengin bir bilinçaltı ve hayal kurabilme yeteneği,
- h. Takım çalışmasına uyumlu olma,
- i. Vizyon ve misyon sahibi olması,
- j. Değişime, dönüşüme açıklık,
- k. Esnek davranabilme gücü,



- l. Güvenilir, sempatik ve esprili kişilik yeteneği,
- m. İkna yeteneğinin yüksek olması,
- n. Yönetici ve lider özelliği,
- o. İş bitirme gayreti ve heyecanı.

Girişimci kişilik özelliklerini, daha pratik açıdan özetlemek gerekirse, girişimcilerin kişiliklerine, davranışlarına, alışkanlıklarına ve düşünsel özelliklerine göre de sınıflandırmak mümkündür (Top, 2012: 87-88):



Şekil 3:Girişimciye Has Özel Özellikler (Top, 2012: 88)

### **Duygusal Kişilik Özellikleri**

Girişimcilerin sezgilerinin yüksek olmasından dolayı içinde buldukları ortamı çok iyi gözlemleyip fırsatları yakalayarak uzun dönemde ihtiyaç duyulacak mal ve hizmetleri üretmek için gerekli ekipmanı bir araya getirdikleri ileri sürülmektedir. Bu çerçevede, girişimciler “sezgileri güçlü”, “iyi gözlemci”, “hayal gücü yüksek”, “sosyal yönü kuvvetli”, “düşünme ve muhakeme yetenekleri gelişmiş” kişilerdir (Aytaç, 2006: 143).

- İyi bir iletişimcidirler
- İyimserdirler ve kendilerine güvenirler
- Problemlere pozitif yaklaşırlar
- Eleştirilere açıktırlar
- Diğerleri ile iyi geçinirler

- İnatçı ve sabırlıdırlar
- Doğru işlerde ısrarcıdırlar
- Herkese rakip gözüyle bakarlar(kendi, kendilerinin rakibidirler)
- Vizyon sahibidirler
- Sezgiseldirler(içgüdülerine çok güvenirler)
- Kurallara isyan ederler
- Çok sabırsızdırlar
- İnisiyatifi her zaman ele alırlar
- Uzlaşıcı, demokrattırlar
- Başarıları ile asla yetinmezler
- Süper satıcıdırlar (Top, 2012: 88).

### **Düşünsel Kişilik Özellikleri**

Girişimciler kurdukları hayaller ve belirledikleri vizyon ile çok önemsiz gibi görünen durumları tam tersine çeviren enerjileri ile geleceğin ateşini yakan değişimin katalizörüdürler. Girişimci, asla geçmişte yaşamaz, gelecekte yaşar, nadir olarak da günümüze gelir. En mutlu olduğu zamanı, rahat rahat “ya olursa” ve “olduğu zaman” hayallerini kurabildiği anlardır. Her zaman gelecekle ilgilenerek bilinmeyenleri açığa çıkaran, imkansızdan imkan yaratan, kaos ortamından faydalanarak bu ortamda düzen kuran kişidir (Gerber, 1997: 24).

- Yenilikçidirler
- Bağımsız düşüncelere sahiptirler
- Düşüncelerinde bir ufuk vardır
- İleriyi görerek tahminde bulunurlar
- Yaratıcıdırlar
- Esnekler
- Problem çözücüdürler
- Stratejileri işlemediği zaman hızlı yeni stratejiye geçebilir(değişimci)
- Her öneriye değer verirler
- Hayal güçleri çok yüksektir
- Öğrenmeye isteklidirler (Top, 2012: 88-89).

## **Eylemsel Kişilik (Harekete Geçme) Özellikleri**

Davranışsal yaklaşımlar, girişimsel davranışların başlangıcını ve nasıl, ne şekilde devam ettiğini açıklamaya çalışır. Bu yaklaşım, özel bir olayda girişimcinin sergilediği davranışları esas alarak, iş sürecinde zamanla meydana gelen değişimlere karşı girişimcinin göstermiş olduğu eylemsel değişimleri inceler. Girişimci davranışı belirlenmek için; “yetenek”, “bilgi”, “performans” ve “psikolojik” değişkenlerden hareketle bir çerçeve geliştirilir (Aytaç, 2006: 144).

- Önceliklere önem verirler
- Zamanı iyi değerlendirirler
- Dinamik liderdirler
- Enerjiktirler, asla yılmırlar
- Bilgilerini hızla piyasaya uyarlayabilirler
- Ekipçi ve örgütleyicidirler
- Harekete geçmek için fırsatları kollarlar
- Tehlike ve tehdidi fırsat olarak algılayabilirler
- Sorumluluk alırlar
- Kâra ve getiriye odaklanırlar (Top, 2012: 89).

Girişimcilik, esasta fırsatları yakalayıp açığa çıkardıktan sonra azim ve kararlıkla yaratıcılığını ortaya çıkararak yenilik yapma yeteneğidir. Bu yeteneği etkileyen bazı temel kişilik özellikleri mevcuttur (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 59). Bunlar alt başlıklarda sıralanmaktadır:

### **2.1.3.1. Akıllı ve Zeki Olmak**

Zekâ bir uyum yeteneği iken akıllılık makul olma ve davranış düzlemine göre hareket edebilme ve aynı zamanda çağı iyi okuma ve çağa göre davranma anlamına gelir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 27).

Girişimcilikte zekânın rolü üzerinde de durulmaktadır. Girişimcilerin gerçekte zeki oldukları yönündeki kanıtlar ve kanıtlar fazladır. Halk arasında bilinen zekâ türü genellikle matematik zekâdır. Girişimcilikte bu zekâ türü genel olarak problem çözme yetenekleri olarak algılanmaktadır. Duygusal zekâ ise yeni yeni keşfedilmektedir (Top, 2012: 101).

Duygusal zekâ; kişinin kendisinin ve başkalarının hislerini sezerek kendisini motive etmesi ve kendi duygularını kontrol ederek kendisini motive etmesi, içindeki ve ilişkilerindeki duyguları iyi yönetme yetisine gönderme yapmasıdır. Kişiyi kendi potansiyelinin ve hedeflerinin peşinde koşmaya sevk eden, en içten değerlerini ve özlemlerini harekete geçiren ve onları, hakkında düşündüğü şeylerden yaşadığı şeylere dönüştüren şey duygusal zekâdır (Cin ve Günay, 2013: 13).

Girişimcinin en temel özelliği risk üstlenmek, belirsiz ortamda karar vermek demektir. Girişimcilere bu belirsiz ve kritik ortamlarda karar aldırarak onların başarıya ulaşmalarını sağlayan duygusal zekâlarıdır. Belirsizlik koşullarında risk alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak duygusal zekâ özelliği olduğu gibi, ihtiyatlı davranarak risk üstlenmek de girişimcinin duygusal zekâsını yansıtmaktadır (Yelkikalan, 2007: 48).

Duygusal zekâ özelliklerinin girişimci davranışlar üzerinde etkisi olduğunu duygusal zekâsı yüksek kişilerin yaratıcı oldukları, yaratıcılığında girişimcilerin en önemli özelliklerinden biri olduğu düşünülerek kolaylıkla söylenebilmektedir (Cin ve Günay, 2013: 16).

### **2.1.3.2. Hayal Kurmak**

Kişilerin çocukluk dönemlerinde başlayan ve hayatları boyunca devam eden hayallerini gerçekleştirmek için azim ve kararlılıkla mücadeleye devam etmeleri girişimciliğin odak noktasını ve başarı kapısının anahtarını oluşturmaktadır. Düşünüyorum olmak var olmanın önemli bir şartı ise hayal kurmakta girişimciliğin önemli bir şartıdır (Demirel, 2003: 50).

Girişimcilik vizyon anlamında geleceği iyi bir şekilde inşa etmektir. Geleceği inşa etmek belli ideallere sahip olmayı gerektirir. İdeali olmayan girişimcilerin gerçekleştirecekleri düşleri de olmaz. Girişimcilik düşü olmayanlar girişimciliğe başlarken engellerden sıkılabılıp geri adım atabilirler. Kendi kendilerinin lideri olamazlar. Hayal kurmamak girişimcilikte önemli bir yetenek eksikliğidir (Top, 2012: 103).

Girişimcilerin hayal kurma özellikleri, hayal mühendisliği kavramı çerçevesinde açıklanmaktadır. Hayal mühendisliği; her türlü düşünceye olumlu yaklaşarak bu düşüncelere farklı boyutlar kazandırmaya yönelik, geleceğin

belirsizliklerini ve kaoslarını sezerek farklı ufuk kapılarını aralayan, özgün ve yalın fikir üretme tarzı şeklinde tanımlanabilir. Başka bir ifadeyle, sağlam verilerin yaratıcılıkla bütünleştirilmesi ve potansiyelden eyleme etkin dönüşümü şeklinde tanımlanır. Hayal mühendisliği hayalleri sınırlamaz aksine hayallerin gerçeğe dönüşmesini kolaylaştıran unsular taşır. Hayal kurmada önemli olan hayallerin gerçeğe dönüşmelerini sağlayacak değerlere, değişime ve performansa yol açacak ufka sahip olmaktır (Demirel, 2003: 50).

#### **2.1.3.3. Risk Alma/ Belirsizliklere Tolerans**

Kişilerin risk alma eğilimi; risk ve belirsizliklere tolerans ve bunlarla baş edebilme düzeyi olarak ifade edilebilir (Duran, Büber ve Gümüştakin, 2013: 39).

Risk algısı; kişilerin maruz kaldıkları ya da maruz kalma ihtimali olan risklerle ilgili yargılarını ve risklere yaklaşımını ifade etmektedir. Başka bir tanıma göre risk algısı; hayatta karşılaşılabilecek tehlikeler ve bu tehlikelerin sonuçlarına karşı nasıl bir metot üretilmesi gerektiğinin öznel olarak değerlendirilmesidir (Timuroğlu ve Çakır, 2014: 132).

Girişimcilik kavramını ilk defa açıklayan Richard Cantillon'dan (1680-1734) beri girişimciliğin risk alma yönüne dikkat çekilmiş ve Cantillon ve Knight (1921) girişimciliğin kilit fonksiyonu ve temel özelliği olarak risk üstlenmeyi göstermişlerdir. Marshall (1890), bir girişimcinin risk üstlenme özelliği ekonomik başarı sağlamak için sahip olması gereken özelliklere nazaran daha genel bir özellik olduğunu vurgulamıştır. Say (1971)'a göre ise girişimcinin tek ekonomik fonksiyonu risk almak değildir, yönetim yeteneğine de sahip olması gerekmektedir. Kirzner (1981), riskin girişimsel faaliyette var olduğunu kabul eder ancak risk almayı belirsiz kârlarla beraber gelen kaçınılmaz bir yan faktör olarak gördüğünü ifade eder (Timuroğlu ve Çakır, 2014: 125).

#### **2.1.3.4. Azim ve Kararlılık**

Hayatta başarılı olmanın en önemli sırrı, azimli olmaktır. Azimli olmak, zorluklar karşısında bıkmadan zorluklara sabırla tahammül göstermektir. Azimli olmak, kararlarında ve amacında istikrarlı ve kararlı olmak, hedefe ulaşmaya kadar, amaç gerçekleşinceye kadar bıkmadan usanmadan çalışmak demektir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 24).

Girişimciliğin önemli özelliklerinden biri olan kararlılık, azim ve sebatı ifade eder. Bir girişimci pek çok özellikle girişimci hedeflerine ulaşma kararlılığında olan kişidir. Aldığı kararları uygulamada ısrarcı olan girişimci bu süreçte karşılaşabileceği her zorlukla mücadele edebilecek azimdedir ve sorunları olduğu gibi kabul etmektense yeni çözüm yolları bulmaktan ve karar almaktan çekinmez (Uluköy, Demireli ve Kahya, 2013: 83).

#### **2.1.3.5. Planlı Olmak**

Planlama, amaçların ve bunlara ulaştırılacak, araç ve olanakların tespiti, tayini ve seçimi işlemidir. Catheryn Seckler-Hudson'a göre, "Planlama, gelecekteki hareket tarzının esaslarını tespit etme sürecidir." Marshall Edward ve Clayd Dimock'a göre "Ticaret hayatında ya da ilmi sevk ve idarede planlama, sadece işlerin tesadüfe bırakılmayacak rasyonel bir projeye göre yürütülmesi, kararların; faaliyete girişildikten sonra, gidişere göre alınacak yerde, işe girişmeden önce alınması demektir" (Saylan, 2011: 63).

Girişimcilerin karşılaşacakları belirsizlikleri mümkün olduğunca azaltmaları gerekir. Girişimciler önlerine doğru bir şekilde bakabilmeye yani planlamaya ihtiyaç duyarlar. Ancak bu planlamanın başarılı olması, uzun dönemli ve kısa dönemli stratejiler belirlenmesine ve karşılaşılabilir risklere karşı cesaretle tutum alınmasına bağlıdır. Önemli olan, belirlenen stratejilerin, gerçekçi yani işletmenin kaynaklarına ve çevrenin şartlarına uygun ve dinamizm içeren yani gerektiğinde tolere edilebilecek yapıda hazırlanmış olmalarıdır. Yönetim fonksiyonunun en önemli işlevi olan planlama sayesinde girişimciler kaynaklarını etkin bir şekilde bir araya getirebilir ve pazarda karşılına çıkan fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilirler (Demirel, 2003: 59).

#### **2.1.3.6. Yaratıcılık**

Yaratıcılık yeni bir şeyler ortaya çıkarma yeteneğidir veya kişileri yeni, yararlı ve anlaşılabilir sonuçlar üretmeye yönelten bir süreçtir (Çavuş ve Akgemci, 2008: 233).

Yaratıcılık, var olan fikirlerin bir araya getirilmesi, değiştirilmesi ve bunların sentezlenmesi yapılarak yeni fikirlerin ortaya çıkarılmasıdır (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 58).

Yaratıcı insanlar her zaman sıra dışı davranarak yeni yolları dener, belirsizliklerin üzerine gider ve kaosun içindeki pırlantaları(cevherleri) bulur çıkarırlar. Mizahî bir yeteneğe sahiptirler ve akıllarına yatmayan mevcut kuralları fazla ciddiye almazlar. Kestirmeden giderler, rutin şeylerden sıkılırlar ve değişimden, değişmekten ve farklı olmaktan zevk alırlar. Hayal güçleri ve sezgileri, algıları, önsezileri, kuvvetli kişilerdir. Yaratıcı insanlar için yapılan bu tasvirler girişimciler içinde geçerlidir. Girişimcilerde kesinlikle klasik bir düşünce yolu izlemezler ve çoğunlukla mevcut teorik varsayımlara da meydan okurlar. Sorunları çözerken esnek ve uyarlayıcıdır. Bu özellikler onların yaratıcılık sürecinin de parçalarıdır (Top, 2012: 274).

Girişimci kişilik özelliklerine bakıldığında, yaratıcı düşünceyi güçlendiren birçok girişimci özelliğın olduğu görülmektedir. Bu özellikler aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Çerik, 2002: 16):

- Hızlı düşünmek
- Belirsizlik anında karar almak
- Kararlı ve azimli olmak
- Güçlü sezgilere sahip olmak
- İyi bir gözlemci olmak ve hayal gücünün yüksek olması
- Esnek, yaratıcı ve kendine güvenin olması
- Düşünme ve muhakeme yeteneğinin güçlü olması
- İkna kabiliyetinin yüksek olması
- İletişim becerisinin iyi olması.

#### **2.1.3.7. Yenilikçilik/İnovasyon**

Yenilik, bir fikri, satılabilir yeni ya da geliştirilmiş bir ürün veya mal ve hizmete dönüştürmek demektir. Kısacası yenilik, bir fikrin ortaya çıkmasından uygulamaya kadar götürülmesidir. Bu nedenle yenilik kompleks bir problem çözme süreci olarak da değerlendirilebilir. Yaratıcılık farklı düşünmektir, yenilik ise farklı düşüncelerin bir noktada birleşmesidir (Çavuş ve Akgemci, 2008: 234).

Yenilik, yaratıcılığın başarılı bir şekilde uygulanması olarak tanımlanabilir. İnovasyon, yeni fikirler aşamasıdır (Kruger, 2004: 42).

Yenilik süreci birbirini izleyen yedi aşamayı içermektedir (Arslantaş, 2001: 20):

1.Aşama: Bir gereksinimin ya da sorunun algılanması

2.Aşama: Benzer gerçeklerin derlenmesi ve sorunun gerçek niteliğine göre sınıflandırılması

3.Aşama: Yeni bilgilerin araştırılması ve sorunun tümünün analizi

4.Aşama: Bir çözüm için alternatif düşüncelerin önerilmesi

5.Aşama: Uygulama için nihai çözümün değerlendirilmesi ve seçimi

6.Aşama: Çözümün uygulamaya aktarılması

7.Aşama: Çözümün yeterli ve doyurucu olup olmadığının kanıtlanması

#### **2.1.3.8. İletişim Gücü**

İletişim becerisi, kendini doğru tanıdıktan sonra ve kendini doğru ifade etmek için bilgi, duygu, düşünce ve becerilerin en iyi şekilde başkalarına aktarılması süreci olarak ifade edilmektedir. İletişim becerisi, sosyal kabiliyet, sosyal algı, ikna ve sosyal uyum ile ilişkilidir. Aynı zamanda sosyal algısı yüksek olan girişimci etrafındakileri daha kolay etkileyebilmektedir. Girişimci çalışanları vasıtasıyla amaçlara ulaşmayı hedefleyen, çalışanları emir ve komuta ile yönlendiren kişi olduğuna göre kendisi ve astları arasında iletişimin önemi oldukça büyüktür ve girişimci iletişim becerilerini etkili kullanmalıdır (Uluköy, Demireli ve Kahya, 2013: 84).

#### **2.1.4. Girişimci Olmaya Yönelten Sebepler**

Holden(2007), girişimcinin(kendi için çalışan kişinin), başkaları için çalışanlardan farkını ortaya koyan faktörleri; otonomi, inisiyatif alma isteği ve daha fazla gelir elde etme şeklinde sıralamaktadır (Sezer, 2013: 53).

Bazı kişilerin düzenli bir işi ve maaşı olmasına rağmen neden kendi işini kurmaya çalıştıkları birçok araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Girişimcilerin iş kurma fikirlerinin oluşması sürecinde, onları girişimci olmaya yönelten sebepler üç temel alanda incelenmektedir:



- Pazar yapılarının ya da ekonomik koşulların yarattığı çevresel pazar fırsatları,
- Girişimcilerin bağımsız olma gibi kişisel özellikleri ve beklentileri,
- Finansal beklentiler ve zorunluluklar.

Bu temel alanlar kapsamındaki nedenler daha detaylı ele alındığında ise: kendi kendinin patronu olmak, bir ticari fikri uygulamaya geçirmek, istediği işi yapabilme özgürlüğü, daha iyi bir hayat sürdürme isteği, başarıya ihtiyacı gibi nedenler açığa çıkmaktadır (Kunday, 2014: 312).

İnsanların girişimci olabilmesi için her şeyden önce, bir girişimcilik zihniyeti ve psikolojik olarak yüksek bir motivasyon gerekir. Genel olarak bir insan aşağıdaki nedenlerle girişimci olmak ister (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 49). Girişimci olmaya yönelten sebepler:

#### **2.1.4.1. Ekonomik Yarar Sağlama İsteği**

Genel ekonomik koşullar altında tüm iş kollarında, sıradan veya üst düzey herhangi bir çalışanın elde edebileceği gelirin bir üst limiti vardır. Yetenek ve deneyimleri fark etmeksizin insanların bu durumda daha fazla gelir elde etmesinin bir imkânı yoktur. Bu durumdan kurtulmak ve elde edilen kârın tamamının kendisine kalma amacını benimsemek, başka bir deyişle ekonomik tatmin duygusunu yaşama isteği girişimci olmayı etkileyen sebepler arasındadır. Ekonomik açıdan gelecek kaygısı yaşayan ve girişimci özellikler taşıyan bireyler yeni bir iş kurmayı geleceklerini garanti altına alma yöntemi olarak görebilir ve bu doğrultuda hareket edebilirler (Ulucan, 2015: 19).

Zarar etme riskine karşın, fazla para kazanabilme arzusu kişileri kamuda sabit ve sınırlı bir ücretle çalışmak yerine, kendi işlerini kurarak daha fazla gelir elde etmeye yani girişimcilik faaliyetine yöneltebilir. Başarılı olma durumunda, sabit ücretle çalışanlara göre daha yüksek gelir elde etmek insanları girişimcilik konusunda cesaretlendirir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 50-51).

#### **2.1.4.2. Bağımsız Çalışma İsteği**

Kişileri girişimciliğe yönelten sebeplerin başında bağımsızlık isteği yani kendi işinin sahibi olma arzusu vardır. Bağımsızlık özgür hareket edebilme; karar

alma ve kendini ifade etme konularında insanın kendi çizdiği güven sınırları içinde istediği gibi hareket edebilmesi demektir. İnsanların birçoğu yaratışları gereği başkalarına bağımlı olarak çalışmaktansa çalışma koşulları ne kadar ağır olursa olsun, kârlılık ne kadar az olursa olsun, kendi kendini yönetme isteği insanlara kendi imkânları oranında bağımsız çalışma arzusu aşılacaktır. Bağımsız çalışma; toplumda değişime sebep olma ve toplumu etkileyebilme ortamını da yarattığı için girişimci, karşılaşılabileceği tüm riskleri göze alarak kendi işini kurmaktadır (Erdoğan, 2012: 33).

Bağımsız olma isteği, girişimcilerin kendi amaç ve planlarını gerçekleştirerek kendi başarılarını izlemek için amirlerinden bağımsız olarak karar almayı tercih etmeleri ve kısıtlanmış çevrelerden kaçınmalarıyla ilişkilidir. Bağımsızlık isteği yüksek olan kişiler kurallar ve kısıtlamalardan kaçınarak kontrolün kendisinde olmasını istemekte ve girişimsel davranmayı tercih etmektedirler (Çetin ve Varoğlu, 2009: 57).

#### **2.1.4.3. Ülke Ekonomisine Katkıda Bulunma İsteği**

Girişimci, kazanç isteğinin yanında, elde edeceği kazançla devlete ödeyeceği vergileri ve kuracağı işletmenin istihdama olumlu katkısını düşünerek, bölgesel ya da ulusal düzeyde ülke ekonomisine katkıda bulunmayı amaç edinir ve bu tür amaçlar, vatansever girişimciler için girişimcilik faaliyetinde bulunmanın arkasındaki güçlü motivasyon aracı durumundadır (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 51).

Girişimci, yasalar çerçevesinde hareket ederek en yüksek kârı elde etmek, kendi çıkarını azamileştirmek için faaliyet gösterse bile, topluma katkı yapar. Kâr müteşebbisin kuşkusuz hakkıdır, girişimin altında yatan temel motiftir. Girişimci, ekonomik nitelikli mal veya hizmet üreterek topluma katkı sunmakta, istihdam yaratmakta, vergi ödemekte ve son zamanlarda giderek önem kazanan, sosyal kârlılık adı verilen yolla da içinde faaliyet gösterdiği toplumun sorunlarının çözümünde aktif rol almaktadır (Cabar, 2006: 3).

#### **2.1.4.4. Yeni Bir Buluş veya Fikri Piyasaya Sunma İsteği**

Çoğu zaman girişimci olma arzusunun içerisinde maddi tatminin yanında kişinin bu amacına nasıl erişeceği noktasında bir araç olarak görülen iş fikrinin de önemi büyüktür. Bu çerçevede girişimcilerin ürettikleri yeni fikir ve ürünler onların

hayallerine ulaşmaları için bir araç halini alır. Bu kişiler genellikle çalıştıkları işlerde kendi özgün fikirlerini uygulamaya fırsat bulamazlar ve daha yüksek gelir yolunda fikirlerini kendilerini ifade eden bir araç olarak görürler. Yenilik yaratma faktörü içerisinde de incelenen konu içerisinde bireyler yenilik yaratma ve bunu ekonomik bir değere dönüştürme yeteneğini kendinde görebilmekte ve başkalarının aklına gelmeyen şeyleri düşünme becerisinin ekonomik karşılığını alma beklentisi içerisinde olabilmektedir (Ulucan, 2015: 20).

Girişimci yeni düşüncelerin açığa çıkarılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızlı büyüyen sektörler ortaya çıkararak ekonomik büyümeyi hızlandırır. Bundan dolayı girişimci ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde, istihdam yaratılmasında ve üretim faaliyetlerinde anahtar faktördür (Bozkurt, 2011: 10-11).

#### **2.1.5. Girişimci Olmayı Engelleyen Sebepler**

Ülkelerin girişimcilik oranlarına bakıldığında bazı ülkelerde girişimcilik eğilimi fazla iken bazılarında daha az olduğu görülmektedir. Girişimcilik ile ilgili yazına göre bu durum ülkelerin kültürel farklılıkları ile açıklanmaktadır. Toplumsal kültür, tutum ve davranışları direkt olarak etkilemektedir (Okutan ve Balaban, 2014: 9).

Türkiye’de ise sadece 100 kişiden 6’sı girişimci olabilmektedir. Bu durumu açıklamak için geçmişten gelen “asker millet” özelliği, tevazu, dini anlayış, desteklerin yetersizliği, eğitim sisteminin girişimcilik becerilerini geliştirme yönelimli olmadığı gibi faktörler ileri sürülmektedir. Söz konusu etkenler, bireyleri yenilik yapma ve risk alma eğilimini düşürmekte; görece daha rahat ve garantili mesleklerle uğraşmaya yöneltmektedir (Demirel, 2013: 124).

##### **2.1.5.1. Risk Almaktan ve Belirsizlikten Kaçınma**

Hofstede girişimciliğin kültür temelli ve değer sistemlerini ilgilendiren özelliklere bağlı olduğunu düşünür ve kültürlerin girişimcilik olgusuna yaklaşımını belirleyen unsurun, “*belirsizlikten kaçınma(uncertainty avoidance)*” davranışının düşük seviyelerde kalması olduğunu ileri sürmüştür. Her toplumun belirsizlik içeren durumlar için özgün uyum ve güvence mekanizmalarını tanımlar ve bu

mekanizmaların biçimsel niteliği kültürler arasında önemli farklılıklar gösterir. Bu uyum mekanizmalarının aşırı biçimleri muhafazakârlık, ırkçılık ve etnosetrim gibi bir dizi “hoşgörüsüz (*intolerance*)” ve “katı (*rigidity*)” inançların yaygınlığını arttırır. Böyle bir kültürel ortamda yenilikçi olmak ve risklere katlanabilme içeren “belirsizlik” koşulları rahatsız edici olarak görülür ve girişimci davranışın bu ana faktörleri toplumsal olarak desteklenmez. Tam tersine belirsizlik durumları bir anlamda açıklama çerçevelerinin işlevsizliği anlamına geleceğinden bireyler, bu tür durumlardan kaçınmak için yoğun çaba sarf ederler. Hofstede, bu anlamda “belirsizlikten kaçınma” davranışının düşük olduğu toplumlarda bireycilik vurgusunun daha yüksek olduğunu ve bu toplumların iktisadi kalkınmaya ilişkin “yenilikçi” girişim eğilimlerinin daha yüksek olduğunu iddia etmiştir (Bozkurt ve Baştürk, 2009: 51).

Daha çok doğu toplumlarına özgü bu özellik, temel unsuru risk olan girişimciliğin doğuda gelişmesine engel olmuştur. Nitekim Osmanlı İmparatorluğu’nda ticaretle uğraşan grupları inceleyen bir Fransız raporuna göre, Türklerin ticaret hayatından uzak olmasının nedeni riski göze alamamaları ve temkinli olmalarıdır. Dolayısıyla bu durum, özünde ‘risk alma’ unsuru olan girişimciliği olumsuz olarak etkilemiştir ve yapılan bir araştırma bu etkinin günümüzde de devam ettiğini göstermektedir (Cabar, 2006: 30).

Araştırmalar göstermiştir ki risk almaktan kaçınan bireyler, problemleri çözerken daha çok gerçekleşme olasılığı yüksek olan çözümleri seçmektedirler. Ancak, yaratıcılığın deneme ve yanılma sürecindeki riskler göze alınmadan meydana gelmeyeceği bilinen bir gerçektir (Shalley ve Gilson, 2004: 37).

Bazı toplumlarda aşırı belirsizlik yüksek gerilim ve gelecek hakkında yüksek endişe yaratır. Yüksek belirsizlikten kaçınma gösteren toplumlar göreceli olarak daha fazla duygusallık sergileme eğilimindedirler. Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu toplumlarda ise, daha düşük stres düzeyleri vardır ve fikir ayrılığını kabul etme dereceleri yüksektir. Ayrıca, belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu kültürlerde göreceli olarak daha fazla risk alma eğilimi bulunmaktadır. Hofstede’in(1980) kültürel özellikleri karşılaştırdığı araştırmasında Türkiye, kültürel

olarak yüksek oranda belirsizlikten kaçınan ülkeler arasında yer almaktadır (Terzi, 2004: 68).

#### 2.1.5.2. Din Faktörü

Din, bir toplumun kültürüne etki eden en önemli unsurlardan birisidir. Din sadece toplumun kültürünün değil aynı zamanda ekonomik ve hukuksal yapısının da şekillenmesine etki etmektedir. Dinsel değerlerin girişimci davranışlarını etkilediğini ortaya çıkaran ilk bilim adamlarından biri Max Weber'dir. Weber, toplumsal düzeyde girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıkların kültürel ve dinsel etmenlerle ve özellikle de bir toplumun Protestan iş ahlakını kabul etmesiyle açıklanabileceğini savunmuştur. Weber ve McClelland'a göre ideal bir girişimci profili Protestanlığın özelliklerini yansıtır (Güney, Yalçın ve Çetin, 2006: 69-70).

Katolik inancına göre bir zenginin cennete gitmesi mümkün değildi fakat Kalvinist papazlar bunun tam aksini savunmaya başlamışlar ve Katolik iktisat anlayışına başkaldırmışlardır. Onlara göre çalışıp kazanan ve biriktiren Tanrı'nın sevgilisidir. Bu görüş ile Protestan tarikatları dinlerine gösterdikleri dikkat ve itinaı dükkânlarına göstermeye başlamışlardır. Böylece Calvin'in öğretileri kapitalist girişim ruhu ile örtüşmüştür. Katolik kilisesi tüccarı kazanç hırsına sahip, günahkâr biri olarak nitelendirirken Calvin şöyle demiştir: "*İş gelirin toprak gelirinden büyük olmaması için ne sebep var? Tüccarın kârı çalışkanlığı ve gayretinden gelmiyorsa nereden geliyor?*" Calvin'in bu öğretisi ile burjuvazi dini inanç olarak Kalvenizmi benimsemiştir (Doğru, 2008: 76).

Protestan Çalışma Ahlâkının geniş bir ifadesini aşağıdaki cümlelerle özetleyebiliriz (Arslan, 2012: 118-119):

- Sıkı çalışma ve çalışkanlığı dini bir görev olarak kabul etmek
- Boş zamanları değerlendirme faaliyetlerine karşı olumsuz bir tutum sergilemek
- Tutumluluk ve verimlilik
- Dakiklik ve zamanda tutumluluk
- Yaptığı işten gurur duymak
- Mesleğe ve çalıştığı kuruma sadakat
- Başarı ihtiyacı

- Dürüstlük
- Aylaklığı, parada ve zamanda israfı ahlak dışı görmek
- İçsel kontrol(kişinin karşılaştığı sonuçlardan ötürü öncelikle kendisini sorumlu tutması)
- Maddi başarıyı Tanrı'nın bir lütfu olarak kabul etmek
- Yoksulluğu günahın evrensel bir göstergesi olarak kabul ederken refahı da Tanrısal lütfun bir işareti olarak görmek.

İslamiyetin Türk kültürü üzerinde büyük etkisi olmuştur. Türkler Müslüman olduktan sonra bin yıl İslam dini içinde yaşamışlar, onun uğruna savaşmışlar, hayatlarını onun esaslarına uydurmuşlardır (Kaplan, 2015: 71).

Weber İslam toplumlarında kapitalist bir ruhun gelişmemesinde üç önemli neden olduğunu öne sürer. Bunlar (Arslan, 2012: 138);

- Oryantal despotizm
- Cihat ruhu(İslam savaşçı ahlakı)
- Uhrevi çileciliğe dayalı Tasavvuf tarikatlerinin etkisi olarak sıralanır.

Oryantal despotizm, yasaların değil keyfiliğin hüküm sürdüğü, can ve mal emniyetinin olmadığı toplumsal bir yapıyı ve devlet terörünü ifade etmektedir. Böyle bir ortamda kurallar bugünden yarına keyfi olarak değişebileceği için kapitalist bir gelişme beklenemez. Çünkü yatırımcılar ileriye göremez, merkezi ve yerel iktidarların her an malları ve mülkleri müsadere edileceği bir ortamda kapitalist bir ruh değil ancak fırsatçı ve talancı bir zihniyet beslenecektir. Cihat ruhu ise mal üretim ve satışı ile zengin olmak yerine başka ülkelerin zenginliklerine el koyarak, talan ederek zengin olmayı teşvik ettiği için kapitalist ahlakla bağdaşmaz. Allah rızasını kazanmak için bu dünyadan el etek çekip tekkelerde münzevi bir sufi olmayı öngören bir tasavvuf anlayışı ise Katolik-Hristiyan manastırcılığından farksızdır ve kapitalist ahlakla bağdaşmaz (Arslan, 2012: 138-139).

1973 yılında Donald La Vere Bates tarafından, Türkiye'deki 20 sanayici-yönetici üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre; Türk Sanayicisinin uluslararası düzeyde rekabete dayanan serbest piyasa kurumları içerisinde girişimci karaktere sahip olmasındaki engellerin en başında İslami yapı ve geleneksel değerler olduğu ifade edilmiştir (Kahraman, Mutlu ve Arslan, 2011: 350).

Osmanlı'nın kapitalizme geçememesinin en önemli nedeni batınî tasavvuftur. Batınîliğin etkisinde kalan tasavvuf, Osmanlı-Türk insanını anti-maddeci davranışa mahkûm ederek insanların kanaatkâr olmasına neden olmuş ve ortalama faaliyet düzeyi geçimlik-götürü düzeyinde kalmıştır (Doğangün, 2013: 4).

Osmanlı-Türk insanı, kanaatkâr insandır; dolayısıyla dünyaya meyiletme ve dünya malına tamah yoktur ve bundan dolayı girişimci ve kapitalist bir insan olmamıştır. Çünkü her şeyden önce geçici bir dünyada yaşanıldığına inanılmaktadır. Tasavvuf Osmanlı-Türk insanını anti-maddeci davranışa mahkûm etmiştir, çünkü kanaatkârlık tasavvufun temel ilkesidir(Aza kanaat etme ilkesi).Tasavvufun etkisi toplumumuzda o kadar büyüktür ki günlük hayatta kullandığımız deyimlere bile girmiştir. Örneğin; tevekkülü ifade eden “*bir lokma bir hırka*” ve dünya işlerinden el etek çekme anlamında kullanılan “*hırkayı başa çekmek*”, “*sana mı ısmarladılar bu yalan dünyayı*”, “*Dünya fâni Allah bâki*” deyimleri buna en güzel örneklerdir (Doğru, 2008: 79-80-81).

## 2.2. GİRİŞİMCİLİK, KÜLTÜR VE ATASÖZLERİ İLİŞKİSİ

### 2.2.1. Kültür Kavramı

“Kültür” sözcüğü Latince “colere” sözcüğünden gelmekte, Türkçede, günümüzde pek kullanılmayan “ekin” karşılığında anlamını bulmaktadır. “Kültür”, toplumsal ortamın oluşumunda ana unsurdur ve insanoğlunun hayat mücadelesinde yaratmış olduğu düşünsel, inançsal, duygusal etkinlikler sonucunda ortaya çıkan yaratılar, değerler ve kuşaktan kuşağa aktarılan davranışlar bütünüdür (Gümüştekin, 2007: 318).

Kültür; toplumun herhangi bir kesiminin veya herhangi bir sınıfının ortaya çıkardığı bir şey değil, bir bütün olarak toplumun ürünüdür (Meydan ve Polat, 2010: 125-126).

Bütüncü kültür tanımlarının belki de en iyisi Tylor tarafından yapılmıştır (Güvenç, 2015: 129):

Kültür, ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak, insanoğlunun öğrendiği(kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür.

Kültür, tarihi süreç boyunca farklı toplumsal yapıların yaşantıları neticesinde oluşan deneyimlerinin sonucudur. Kültür kuşaktan kuşağa aktarılır. Dolayısıyla kültürü; “kuşaktan kuşağa aktarılan, toplumdan bireye, kazandırılan bir yaşama biçimi, insan tarafından oluşturulmuş ve yaratılmış olan maddi ve moral öğelerden oluşan bir çerçeve” şeklinde tanımlanabilir (Çağlar, 2001: 143).

Bu bağlamda kültür, toplumların hayat boyu ya kendilerinin oluşturdukları, ya da daha önceki kuşaklardan gelen veya diğer kültürlerden edindikleri değerlerden meydana gelir. Kültür, maddi ve manevi olarak iki açıdan değerlendirilebilir. Maddi kültür; bir toplumun kullandığı geleneksel kıyafet, her türlü alet, teknik ekipman, makineler ve fabrikalardır. Manevi kültür ise bir toplumun en başta dili, edebiyatı, sanatı, bilimi, felsefesi, halk inançları ve halk kültürü, örf ve adetleri, ahlak kuralları, normları, düğün şekilleri, yemek alışkanlıkları vb.’ dir (Arslanoğlu, 2001: 252).

Kültür, bir toplumun içindeki birey ve grupların davranışlarını yönlendiren normal davranış kalıpları, inançlar, tutumlar ve alışkanlıklar sistemidir. Gustav



Klemn'e göre kültür, bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekün yaşama stilidir. Voltair, kültürü insan zekâsının oluşumu, gelişimi ve geliştirilmesi olarak tanımlamıştır. Ivera'a göre kültür, ideoloji, din, edebiyat gibi toplumsal yaşamın belirtilerini kapsamaktadır (Emre, 2007: 53).

#### 2.2.1.1. Kültürün Özellikleri ve Boyutları

Pek çok kültür araştırmacısı, aşağıda tanımlanmış kültüre ilişkin özellikler üzerinde hemfikirdir (Luthans, 1989). Buna göre kültür (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 69):

- *Öğrenilir;* kültür kalıtsal değildir, öğrenilerek ve deneyimlerle kazanılır.
- *Nesilden nesile aktarılabilir;* kültür kümülatiftir ve birikimleri yansıtır, bir nesilden diğerine aktarılır.
- *Paylaşılır;* bir grubun, organizasyonun veya toplumun üyeleri olarak insanlar kültürü paylaşır, bireylere özgü değildir.
- *Semboliktir;* bir kavram ya da nesneyi ifade etmek için bir diğer kavram veya nesnenin kullanılması veya sembolize edilmesi konusundaki insan kapasitesine dayanır.
- *Kalıplaşmıştır;* bütüncül bir yapıya sahiptir, bir parçasındaki değişim bir diğerinde de değişime yol açar.
- *Uyarlanabilir;* insanların değişim veya adapte olma kapasitesine dayanır. Dolayısıyla, toplumu etkileyen dış güçlere karşılık olarak değişir.

#### Kültürün Boyutları

Hofstede çalışmasında (1980) dört boyut açısından (Güç Mesafesi, Belirsizlikten Kaçınma, Cinsiyet Algısı ve Bireycilik-Toplumculuk) bireylerin ait oldukları ulusal kültürün özelliklerini taşıdıklarını ve bu özelliklerin kişilerin çalışma yaşamındaki seçimlerini de doğrudan etkilediğini ifade etmektedir (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 5).

## Bireycilik-Toplumculuk

Bireycilik-toplumculuk algısı, belli bir toplumda, bireysel değerlerin mi yoksa toplumsal değerlerin mi hâkim değer olarak algılandığını gösteren bir kültürel değişkendir. Hofstede ve Bond, bireycilik ve toplumculuk kültürel değişkenini, bireylerin grupla bütünleşme düzeyi olarak tanımlamaktadırlar. Bireycilik veya toplumculuk inanç ve değerlerinin daha hâkim durumda olması, birey veya grupların tutum ve davranışlarına yansımakta ve farklı tutumlara neden olmaktadır. Bireyciliğe zıt bir konumda olan toplumcu kültürlerde “biz” bilinci hâkimken, bireyci kültürlerde “ben” bilinci hâkimdir. Toplumcu kültürler, grubu ön planda tutarken, bireyci kültürler bireyi ön planda tutmaktadır. Hofstede’in araştırmasında Batılı ülkelerin yüksek bireycilik eğilimi gösterirken, Doğulu ve Latin kökenli ülkelerin ise ortaklaşa davranışçı eğilimler gösterdikleri görülmüştür. Ayrıca Hofstede’in yaptığı çalışmalar sonucu Türk çalışanlarının bireycilik eğilimlerinin toplumcu eğilimlere göre düşük olduğu saptanmıştır (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 6).

## Güç Mesafesi

Hofstede, yüksek güç mesafesini şu şekilde açıklamaktadır,

*“Eşitsizlikte herkesin haklı yerinin olduğu bir düzen bulunur ve düzen tarafından yer yüksek ya da alçak olarak korunur. Çok az kişi bağımsız olmalı, pek çoğu bağımlı olmalıdır. Üstler, astların kendilerinden farklı olduğunu düşünür. Astlar, üstlerinin kendilerinden farklı olduğunu düşünür. Güç, toplumun temel gerçeğidir, iyi ve kötüden önce gelir. Güç sahibi olanlar, ayrıcalıklara yetkilidir, meşru olup olmaması önemli değildir. Güçlü kişiler, mümkün olduğunca güçlü görünmeye çalışmalıdır. Kötüye giden şeylerde suçlanacak olanlar güçsüzdür. Sosyal sistemi değiştirmenin yolu güçlülere tahttan indirmektir. Diğer kişiler bir kişinin gücüne potansiyel tehdittir ve güvenilemez. Güçlüler ve güçsüzler arasında gizli bir çatışma vardır. Güçsüzler arasında işbirliği zordur çünkü insanlara az güvenmek bir normdur”* (Kemikçiran, 2015: 323).

## **Dişilik-Erkeksilik**

Hofstede'e göre; eğer bir toplumda atılgan, para kazanma ve materyalist eğilimler egemen değerler olarak öne çıkıyorsa ve insana verilen değer geri planda kalıyorsa bu toplumlarda erkek egemen kültür söz konusudur. Dişi kültürün özellikleri ise; insani ilişkilere ve insana önem vermek, yaşamın genel niteliğini önde tutmaktır. Hofstede'nin yaptığı çalışmaya göre Türkiye dişilik özellikleri gösteren ülkeler arasındadır. Hofstede'nin Türk toplumu üzerine yaptığı genellemeyi test etmek amacıyla geniş bir zaman aralığında üniversite öğrencilerine dişilik ve erkeksilik ile ilişkilendirilen 20 soruluk bir anket çalışması uygulanmıştır. Anket sonuçları, Türk toplumunun erkek toplum imajına ters düşen bir tablo oluşturmuştur. Kız öğrenciler geleneksel kadınsı değerlerin egemen olduğu davranışları eksiksiz sergilerken, erkeklerin de aynı oranda olmasa bile, kadınsı sayılan değerleri, erkeksi değerlerden daha önde tuttukları tespit edilmiştir (Sargut, 2015: 175-176).

## **Belirsizlikten Kaçınma**

Toplumların belirsizlik karşısındaki tolerans derecesinin bir göstergesi olarak tanımlanabilir. Belirsiz durum ve koşullar karşısında bireylerin çeşitli duygu ve buna bağlı davranışlara yöneldiği görülmektedir. Bu davranışlar; endişe duyma, saldırgan ve sinirli olma, rahat olma, soğukkanlılığını koruma şeklinde oluşabilmektedir. Yine bu bağlamda bazı kültürel inanç, değer ve uygulamalar kişilerin maruz kaldığı stres düzeyini arttırabilmektedir. Her toplum başarısızlığa karşılık başarıyı, utanç verici duruma karşılık saygınlığı, kötü davranışa karşı iyi davranışı kendi içinde yer vermiştir. Dolayısıyla bazı toplumlarda kişilerde belirsizlik, belirsiz durum ve koşullar stres ve endişeye yol açmaktadır. Bu tür toplumlarda belirsizlikten kaçınma derecesi yüksekken risk üstlenme derecesi daha düşüktür (Öğüt ve Kocabacak, 2008: 153).

### **2.2.2. Atasözleri Kavramı**

Söyleyeni belli olmayan, topluma öğüt veren ve halka mal olmuş; kısa özlü sözlere "Atasözü" denir (Dereli, 1985: 5).

Atasözleri bir dilin söz varlığı içinde o toplumun bilgeliğini, dünya görüşünü ve anlatım gücünü ortaya koyan ve yüzyıllarca yaşayabilen sözlerdir ve manevi kültürün önemli bir parçasıdır (Yaşar, 2007:146).

Her toplumun atasözleri, kendi varlığına ve benliğine ait özellikleri yansıtır. Atasözleri bir toplumun yaşayışları, düşünceleri, inanışları ve geleneklerinden izler taşır. Atasözleri, toplumların zekâlarındaki keskinliği, hayallerindeki genişliği, duygularındaki inceliği belirten en değerli varlıklarıdır. Bu sözler, derin felsefelerden başka güzel buluşlarla, parlak nüktelerle, ince alaylarla, sert taşlamalarla doludur. Dolayısıyla her atasözü kendi toplumunun damgasını taşır (Aksoy, 1988: 137).

Şinasi'nin yorumuyla atasözleri; “Durub-ı emsâl ki hikmet ül-avâmdır, lisanından sadır olduğu milletin mahiyet-i efkârına delâlet eder. Durub-ı emsâl-i Osmaniye ise cümleten manidardır.” (Atasözleri ki avam=halk hikmetleridir, halk felsefesidir; dilinden çıktıkları milletin nasıl düşündüğünü, yani fikirlerinin ne mahiyette olduğunu anlatırlar. Osmanlı-Türk atasözlerinin ise hepsi manalıdır.) (MEB, 1971: D).

Atasözleri geniş halk kitlelerinin yüzyıllar boyunca edindikleri tecrübe ve bu tecrübeler dayanan, anonim olarak ağızdan ağza dolaşan, yol gösterici nitelik kazanmış, az kelime ile çok anlam ifade eden kültür unsurlarıdır (Yaşar, 2007: 146).

Atasözleri toplum hayatında önemli bir yer tutar. Anonim dünya görüşünün ifade biçimlerinden birisi olan atasözleri, halk felsefesini yansıtır. Hüküm verici özelliğiyle ön plana çıkan atasözleri, Türk kültürünün pek çok yazılı kaynağında geçmişten günümüze karşımıza çıkmaktadır. Yazılı kültür ortamına taşınmış olmasına karşın Türk atasözlerinin, asıl varlık alanı sözlü kültür ortamıdır. Atasözleri, halk fikrinin en yoğun ifade biçimleri olarak sözlü ortamda nesilden nesile aktarılmaktadır. Atasözü ve deyim gibi kalıp ifadeler Türk kültüründe iletişimin temel araçlarından biridir. Sözlü kültür geleneğinin çok güçlü olduğu toplumlarda olaylar karşısındaki tutum ve davranışlar bu kalıp ifadeler vasıtasıyla sağlanır. Toplumun hayat tecrübesini sonraki kuşaklara aktarım araçlarından birisi atasözleridir (Avcı, 2014: 61).

Atasözlerinin en belirgin özelliği, ele alınan konunun az söz kullanılarak, çok şey ifade ediyor olmasıdır. Atasözünün nesilden nesile geçmesi ve yaşaması, sadece sözün doğru olmasına bağlı değildir. Onun mevcudiyetini sağlayan birtakım faktörler vardır ki, bunların başında da sık sık başvurulan tezat, teşbih ve tenüsübün

yanı sıra, kelimelerdeki hece ve ses zenginlikleri gelir. Kelime kadrosunu, özenle seçilmiş sözler oluşturur (Kaya, 1999: 429).

Uzun gözlem ve tecrübenin ürünü olan atasözleri; bir olayı açıklamaya, bir duruma açıklık getirmeye ve bir olaydan ders çıkarılmasını sağlamaya yönelik, hüküm bildiren dil birlikleridir. Bazen ahlaki bir öğüt verir bazen de bir geleneğe işaret eder, bir inancı anlatır (Sinan, 2015: 22).

Her atasözü, toplumsal yaşantı içindeki bireyin uyması beklenen ya bir genel kural ya da bir davranış kalıbı niteliğindedir. Bundan dolayı, atasözleri, toplumların yapılarını, hayata karşı tavır ve zihniyetlerini yansıtan özlü sözlerdir. Bu nedenle, dünyanın oldukça geniş bir kısmına yayılmış Türk topluluklarına ait atasözleri, taşıdıkları mesajlar ve yönlendirdikleri davranışlarla, Türk milletinin temel zihin yapısını göstermeleri açısından ayrı bir öneme sahiptir. Tarih boyunca, birbirinden hayli uzak coğrafyaları vatan haline getirmiş olan Türklerin, atasözlerinde dile gelen düşünme tarzının esasta aynı olması sebebiyle, tek bir zihin ülkesinde yaşadıkları ve aynı sosyal psikolojiyi paylaştıkları görülmektedir. Bu nedenle de Türk atasözleri, milli karakterimizi yansıtan, coğrafya, lehçe vb. farklılıkların ötesinde bütün Türkleri birleştiren önemli bir kaynaktır (Çobanoğlu, 2004: 1).

Darb-ı meseller, halk topluluklarının asırlar boyunca karşılaştıkları olaylardan ve edindikleri tecrübelerden ilham alarak ortaya attıkları, benimsedikleri ve gelecek nesillere devrettikleri nasihatler, yol gösterici tavsiyeler, cemiyet ve tabiat hadiselerinin nasıl sona ereceklerini belirten düşüncelerdir (MEB, 1971: 3).

Bizim geleneklerle yerleşmiş bir atasözü anlayışımız vardır. Bu anlayışa göre atasözleri, ulusal varlıklardır ve Tanrı ve peygamber sözleri gibi kutsal sayılırlar; ruha işlerler; inandırıcıdırlar. Geniş halk kitlelerinin yüzyıllar boyunca edindikleri tecrübelerden ve bunlara dayanan düşüncelerden doğmuşlardır. Toplumun ortak düşünce, kanış ve tutumunu belirtir, kişilere yol gösterirler. Bir atasözle belgelendirilen tutumun doğruluğu herkesçe kabul edilir. Anlaşmazlıklarda bir atasözü en büyük yargıcıdır (Aksoy, 1970: 11).

Türk atasözleri, Türk halkının, yüzyılların verdiği deneme, düşünce ve özleminden doğmuş birer sanat ürünüdür. Bu bakımdan her birinde bir doğruyu

tespit, bir gerçeği ifade, haksız bir davranışı, bir kötülüğü eleştirme vardır. Bir atasözü, bir toplumun görüşünü, özlemini, yaşantısını, değer yargılarını yansıttığına göre; toplumun büyük bir bölümünün çıkarlarına ters düşen, ancak küçük bir bölümünün işine gelen bir düşünceyi öğütleyemez. Öğütlerse atasözü olmaz (Su, 1988: 6).

#### **2.2.2.1. Atasözlerinin Tarihçesi**

Yeryüzünde atasözsüz millet yoktur. Milletlerin ele geçen yazılı en eski eserlerinde atasözleri tarih aydınlığına çıkıyor. Aristo'ya bakılırsa atasözleri, tarihten önce vuku bulmuş büyük kargaşalıklar neticesinde inkıraz etmiş pek eski bir tefekkürün küçük kalıntılarıdır (Akün, 2006: 117).

Türk milletinin atasözleri, dünyanın eskilik bakımından en kıdemli atasözleri arasındadır. Yalnız bunların eskiliklerini yazılı vesikalara dayanarak tespit etmek, bugün için âdetâ imkânsız haldedir. Çünkü Türk edebiyatının elde mevcut en eski eseri Orhun abideleri, sekizinci asrın ilk yarısına aittir. Bu abidelerin metinleri arasında birkaç tane atasözü mevcuttur. Milâdî on birinci asra ait (1072-1074) Divânu Lûgati't-Türk'te de 290 kadar atasözü mevcuttur. Divânu Lûgati't-Türk denilebilir ki elde mevcut en eski atasözlerimizi bir araya getiren tek eserdir (MEB, 1971: V-VII).

Divanü Lûgat-it-Türk'te atasözleri, Arapça mesel, Türkçe sav sözcükleriyle anılmıştır. Divan edebiyatında ve Osmanlıcada bu kavram için mesel de darbimesel de kullanılır. Darbimesel, aslında “mesel getirmek, duruma uyan yaygın bir söz veya bir atasözü söylemek” demektir ama atalarsözü anlamında kullanılmıştır. Meselin çoğulu emsal, darbimesel'in çoğulu durub-ı emsal'dir. Bu sözler yerlerini yetmiş seksen yıldan beri Türkçelerine bırakmaya başlamışlardır (Aksoy, 1988: 131-132).

Eski dönemlerden itibaren sav, mesel(darbı mesel), tabir, makal, tapma, hikmet, kelâmıkibar, oranlama, samah, ulular sözü, atalar sözü, gibi adlar altında sözlü gelenekte nesilden nesile aktarılan atasözleri, anonim halk edebiyatı ve folklorumuzun da en önemli malzemelerindedir (Pala, 2015: V).

#### 2.2.2.2. Atasözlerinin Özellikleri

Atasözlerimizin özelliklerini kısaca özetlemek istersek şöyle bir sıralama yapmak mümkündür (Kuşçu ve Kuşçu, 1999: 12-13):

- Atasözlerimiz halkımızın düşüncesini, duygusunu anlatır. Bunun için (Hikmet-ül avâm) da denir.
- Ulusaldırlar.
- Dini sözlerin yaptığı etkiler gibi kişinin ruhunu etkilerler.
- Kesin tavırlıdırlar.
- İnanırdıcıdırlar.
- Geniş halk kitlelerinin yüzyıllardan beri geçirdiği denemelerden, bu denemeler sonucu ortaya çıkan düşüncelerden doğmuşlardır.
- Atalarımız kendi başlarına gelen ve ders aldıkları olayların kendilerinden sonrakilerin başına gelmemesi için ders verici bir biçimde sözler söylemişlerdir. Bu sözler rehberlik edici niteliktedirler.
- Denenmiş sözler olduğu için doğruluğu herkes tarafından kabul edilir.
- Sözlerde kelimelerin yeri değiştirilemez. Değiştirildiği zaman değişik anlamlar verebilir.
- Kalıplaşmış sözlerdir, kelime eklemek ve çıkarmak sözü bozar.
- Yalın sözlerdir, anlatımları açıktır.
- Toplum olaylarını tarafsız olarak aktarırlar, olayların meydana gelişini, alınması gerekli dersi bildirirler.
- Doğa olaylarının oluşunu bildirirler.
- Ahlâkı aşırlar, ahlâklı olmayı önerirler.
- Gelenek, görenekleri yansıtlar.
- Yurdun ayrıldığı coğrafi bölgelere göre söyleniş olanları vardır. (Bu sözler atasözünün anlamındaki özelliği değiştirmez.)
- Bir veya iki cümleden meydana gelirler.
- İçeriğinde bilgece düşünceler taşırlar.
- Çoğunda mecaz vardır. Mecazlı olmayanları da vardır.
- Atasözlerinde söz sanatları vardır.

- Atasözlerinde Türk ulusunun zekâsını, kıymetini, duygularını, hayallerini bulmak mümkündür (Kuşçu ve Kuşçu, 1999: 12-13).
- Eleştiri vardır,
- Telkin vardır,
- Yerme vardır,
- Yasaklama vardır,
- Mizah vardır,
- Taşlama vardır,
- Alay vardır (Öztürk, 1986: 269).

Atasözlerinin bu hükümlerinin bir kaçı, bir atasözünün anlamında yer aldığı gibi, bir veya ikisi de bir atasözünün anlamını oluşturur (Öztürk, 1986: 269).

#### Atasözlerinin Biçim Özellikleri

1. Atasözleri kalıplaşmış sözlerdir: Atasözlerinde sözcükler değiştirilip yerlerine –aynı anlamda da olsa- başka sözcükler getirilemeyeceği gibi sözdiziminin biçimi de değiştirilemez. Böyle değiştirmeler yapılırsa ortaya çıkan söz, -anlam değişmese dahi- atalarsözü diye anılmaz. Örneğin:

“Derdini saklayan derman bulamaz”

sözündeki derman yerine ilaç denilemez.

2. Atasözleri kısa ve özlüdür. Az sözcükle çok şey anlatır:

“Dikensiz gül olmaz”

“Alet işler, el övünür.”

3. Atasözlerinin çoğunlukla bir, iki cümledir. Daha uzun olanları azdır:

“Vakit nakittir.”

“Balık baştan kokar.”

“Yerin kulağı var.”

4. Atasözlerinde çoğunlukla geniş zaman kipi, bazı vakit(öğüt olan atasözlerinde) emir kipi kullanılmıştır. Başka kiplerle kurulmuş atasözleri daha azdır. Bunlarda da fiili söylenmemiş olanlarda da, ya geniş zaman ya emir anlamı gizlidir:

“Yalancının evi yanmış, kimse inanmamış.”

“Ne oldum dememeli, ne olacağım demeli.”



### Atasözlerinin Kavram Özellikleri

1. Sosyal olayların nasıl olageldiklerini -uzun bir gözlem ve deneme sonucu olarak- tarafsızca bildiren atasözleri vardır:

“Komşunun tavuğu komşuya kaz görünür.”

“Araba kırılınca yol gösteren çok olur.”

2. Tabiat olaylarının nasıl olageldiklerini –uzun bir gözlem sonucu olarak- belirten atasözleri vardır:

“Mart kapıdan baktırır, kazma kürek yaktırır.”

“Mart yağar nisan övünür, nisan yağar insan övünür.”

3. Sosyal olayların nasıl olageldiklerini uzun bir gözlem ve deneme sonucu olarak bildirirken bundan ders almamızı (açıkça söylemeyip dolayısıyla) hatırlatan atasözleri vardır:

“Öfke ile kalkan ziyan ile oturur.”

“Mahkeme kadıya mülk değil.”

4. Denemelere ya da mantığa dayanarak doğrudan doğruya ahlâk dersi ve öğüt veren atasözleri vardır:

“Çirkefe taş atma, üstüne sıçrar.”

“Ayağını yorganına göre uzat.”

5. Birtakım gerçekler, felsefeler, bilgece düşünceler bildirerek(dolayısıyla) yol gösteren atasözleri vardır:

“Bal bal demekle ağız tatlı olmaz.”

“Korkunun ecele faydası yoktur.”

6. Töre ve gelenekleri bildiren atasözleri vardır:

“Dost başa düşman ayağa bakar.”

“Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı var.”

7. Kimi inanışları bildiren atasözleri vardır:

“Ananın bahtı kızına”

“Akacak kan damarda durmaz” (Aksoy, 1971: 19-22).

### 2.2.3. Atasözleri, Kültür ve Girişimcilik İlişkisi

Kültür üzerine yapılan çalışmalarda, yazılı ve sözlü kültürlerden söz edildiğini görebiliriz. Yazının icadıyla birlikte insanlık duygu, düşünce, bilgi, birikim ve deneyimlerini ilk elden geleceğe aktarma imkânı bulmuştur. Yazı, bu birikimleri

zamana karşı dirençli hale getirmekle onları belirli bir kültürün, cemaatin ya da uygarlığın malı olmaktan çıkarmış ve tüm insanlığın kullanımına sunmuştur. Yazılı kültürün yanında bir de rivayetlerle kuşaktan kuşağa geçen sözlü kültür vardır. Halk hikâyeleri, efsaneler, türküler, ağıtlar, destanlar, menkıbeler, fıkralar, maniler, atasözleri ve deyimler sözlü kültürü oluşturan elemanlardır. Her kültür bir zihniyet yapısı içinde biçimlenir. Zihniyet, bu biçimlenişe eşlik eden ve ona yön veren bir projedir. Atasözleri, ürünü oldukları zihniyetin en öz ifadeleridir (Taşdelen, 2000: 121-122).

Atasözleri bir kültürün yansıması olarak düşünülmektedir ve herhangi bir toplumun kültürüne ait olarak, bireylerin ne ile uğraştığı, ilişkilerinde neye önem verdiği, değer yargılarının ne olduğuna ilişkin göstergeler atasözlerinde ifadesini bulmuştur (Karakuş ve Keçe, 2012: 134).

Atasözlerinin yapısını bozamaz, kelimelerini değiştiremezsiniz. Bu sözlerin yapısı bir milletin yapısıyla eşdeğerdedir. Kelimeleri bozmak, yıkmak ve değiştirmek demek, milli varlığa kastetmek demektir. Tanrı ve Peygamber sözü gibi içimize işleyen bu sözler, her Türk'ün okuyup düşüneceği ve ders alacağı mukaddes sözlerdir. Yine bu sözlerde Oğuz töresi adını verdiğimiz kanunların prensipleri gizlidir. Kâşgarlı, Divanü Lügati' - Türk'te "*El kaldı, törü kalmas*" yani "*il bırakılsa bile töre bırakılmaz*", bu gerçeği işaret etmektedir (Kavas, 1991: 35).

Gazanfer Paşayev'in, V.A. Gordlewski'den aktardığı, "Atasözleri Osmanlı Türkü için veya herhangi bir Türk için dedelerinden miras kalan en büyük servettir." şeklindeki tespiti son derece anlamlı ve dikkat çekicidir. Dahası, Gordlewski, "Bunları 'atasözleri'(slovo otçov) adlandırmakla Türkler, atasözlerine olan münasebetlerini ifade etmişler. Fakat bununla yetinmemiş, dini kutsal saydıkları gibi, atasözlerini de kutsallaştırmışlar" diyerek, Türk ulusu için atasözlerinin önemini açıklaması ve tarihsel bağlamlara dair yaptığı tespitler, bir bakıma atasözlerimizin ilk yaratılış bağlamları ve işlevlerine dair izler taşıması bakımından son derece dikkate değerdir. Nitekim Oğuznâme'de yer alan atasözü hakkındaki "Atasözü Kur'an'a girmez yanınca yel yel yarışur."(Atalar sözi Gur'ana girmez, amma Gur'an yanınca yalınlayın yalışur.) şeklinde atasözü, yukarıda V.A. Gordlewski'nin işaret ettiği, Türk kültüründe, atasözlerinin adeta dini unsurların kutsallığına benzer bir kutsama

sürecinden geçmelerinin en açık delili olarak karşımıza çıkmaktadır. İslamiyet'i kabul etmiş bir toplum içinde, Kur'an'ın yanısıra toplumsal yapıyı düzenleyip organize etmek hususunda onunla yarışan ve bu konuda meşruiyetinden şüpheye düşülmeyen bir kaynak olarak atasözünün bundan daha ileri bir şekilde kutsanması düşünülemez (Çobanoğlu, 2003: 5).

Yaşama ilişkin uzun deneyimlerin, henüz akıl tarafından işlenmemiş ham gözlemlerinden çıkarsanan, yine yaşamın neliği ya da yaşamının nasıllığına dair, kaynağı bilinmeyen yaşam ilkeleri veya kurallarıdır atasözleri. Bu anlamda, herhangi bir dildeki ve dolayısıyla o dilin ait olduğu kültürdeki atasözlerinin, o kültürün yaşama ya da yaşamın belirli alanlarına ilişkin anlayış, algılama ve değerlendirme biçimleri, kültürün kendisine en yakın, en uygun ve dolayısıyla en doğru biçimde yansıtan, taşıyan özgün ifadeler olduğu söylenebilir. "Özgün" sözcüğünün anlamı da yine, atasözlerinin, ait olduğu dili/kültürü temsil gücünü vurgular niteliktedir. Zira özgün olan, nitelikleri bakımından benzerlerinden ayrı ve üstün olmasından dolayı örnek olarak alınma değeri taşıyan ve fabrikasınca yapılmış olup taklidi olmayandır. Dolayısıyla atasözlerinin taklidinin ol(a)maması ve nitelikleri bakımından benzerlerinden üstün olmaları dolayısıyla, ait oldukları dili/kültürü en doğruya yakın biçimde temsil gücü taşıdıkları ileri sürülebilir (Yılmaz, 2000: 138).

Kültür, ait olduğu toplumun tüm ilişki ve etkileşim süreçlerine, kurumsal yapılarına etki ederek, o kültürde yaşayanların, çalışma ve üretim biçimlerini, yönetim ve örgütlenme tarzlarını güçlü bir şekilde etkiler. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlaki kurallar, davranış biçimleri, yaşam tarzları ve sosyal çevreye kadar birçok alanda kültürün izleri görülür. Ön yargılarımız ve tercihlerimiz büyük oranda içinde yaşadığımız toplumsal kültürün eseridir. Kültürler aynı zamanda yaptırım sistemleri olduğundan belirli birtakım tutum/davranış biçimleri yaratırlar. Bu bağlamda, kişiyi girişimciliğe iten motivasyon faktörleri ve davranış biçimleri de bu durumdan etkilenir. Başarı, risk üstlenme, cesaret, birikim yapma vs. gibi girişimci niteliklere ilişkin ilk telkinler ve uyarımlar kültür tarafından sunulur. Hâkim değerler, kişiyi girişimsel davranma ya da davranmama yönünde etkiler. Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

İçinde insanın olduğu sistemlerin; insanı insan yapan en önemli faktörlerden biri olduğu kabul edilen kültürlerden soyutlanarak düşünülmesi mümkün değildir. Çünkü insanlar içinde yetiştikleri kültürlerin birer yansımasıdır ve sahip oldukları kültürleri, oluşturdukları sistemlere de taşırlar. İnsanların kültürel yansımalarının bileşimiyle sisteme ait kültürler meydana gelir. Kültürler ise sistemlerin tanıtıcı kimliği vazifesini görürler. İnsanların, grupların, örgütlerin, toplumların ve devletlerin; geçmişlerinin bilinmesi, bugünlerinin tanınması ve yarınlarının öngörülmesi sahip oldukları kültür hakkında bilgi sahibi olmayı gerektirir (Demirel ve Tikici, 2004: 53).

Toplum kültürü bir ülkede girişimcilik düzeyini belirleyici ve etkileyici faktörlerden biridir. Toplumun girişimcilere olan tutumları, bakış açısı büyük önem arz etmektedir. Örneğin; Amerika Birleşik Devletleri'nde girişimciler kahraman olarak görülmekte ve onların başarı hikâyeleri ilgi odağı olmaktadır. Başarılı girişimcilerin uyguladığı yöntemler izlenecek model olarak alınmakta ve geniş kabul görmektedir. Toplumun girişimciye, iş hayatına ve servet edinmeye olan tutumları girişimciliğin gelişiminde belirleyici olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, toplumdaki girişimcilik kültürünün varlığı, girişimciliğe pozitif sosyal tutumların gelişmesini teşvik etmektedir. Toplumların servet ve zenginliğe karşı negatif tavırları ise girişimciliği olumsuz yönde etkiler (Koçyiğit, 2013: 29-30).

Girişimcilik ile bireyin içinde yaşadığı, doğup büyüdüğü sosyal yapı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Kişi veya birey içerisinde yaşadığı toplumun sosyal yapısından, teknolojik altyapıdan, ekonomik faaliyetlerden ve eğitim durumundan büyük oranda etkilenmekte ve düşünce yapısına bu ortam şekil vermektedir (Ersoy, 2010: 73).

Kültürün, girişimciliğe bakış açısı toplumun girişimcilere bakışına yansıyacaktır. Bir kültürde bireylerin bağımsız bir şekilde kendi işini kurmasına, başarılı olmaya ve para kazanmaya önem veriliyorsa girişimcilik faaliyetleri artacaktır. Diğer taraftan, başarısızlıkların çok büyük itibar kaybı olarak görüldüğü kültürlerde risk alma davranışı yerleşmediğinden girişimcilik faaliyetleri yetersiz kalacaktır (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 69).

Türk toplumunun yaratıcılara bakışı ilginçtir. Vasatlık olması gereken olarak kabul edilmekte, yaratıcı olanlar, çoğunlukla marjinal diye nitelendirilmektedir. Geneline baktığımızda vasatlığın, olağan olanın yüceltilmesinin bir savunma mekanizması olarak kabul edildiğini görürüz. Geçim derdi ön planda olduğundan “gereksiz maceralar” istikbali riske atma olarak kabul edilmekte, garantili meslekler sahibi olmak desteklenmektedir. Mesleki hayatta ise, belki de lonca sisteminin devam eden tesiri ile farklı olanı önermek düzene çomak sokmak olarak algılanmaktadır. “Sen mi kurtaracaksın?” düşüncesi genele hâkimken, zaten iyi olan ya vardır, ya da ödevini yerine getiren “Japonya gibi çalışkan, mucit toplumlar” tarafından yapılacağı düşüncesi yaygındır. Toplumunu yeni olanla tanıştırmaya hevesinde olanlar, sürecin başında “yeni icat çıkarma” söylemiyle eleştirilmektedir. Tüm bu olumsuzluklara karşın yeniyi, faydalı olanı ortaya çıkarmaya hevesli olanların “boş işlerle uğraştığı” düşünülmemekte ancak başarıya ulaştığı vakit gurur kaynağı ve “Müthiş Türk” yaftasıyla bir müddet omuzlarda taşınmaktadır. Müthiş Türklerin söylemleri ise yeterince destek görmedikleri, imkân verildiğinde daha iyi olanı müjdeleme üzerine birleşmektedir (Güneş, 2010: 267).

### **2.3. KONU İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR**

Aşağıda Tablo 3’te; yönetim alanında kültür, atasözleri ve girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalara yer verilmiştir. Girişimcilik ve kültür ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların genel olarak amacı, kültürün girişimcilik üzerindeki etkilerini saptamaktır. Sonuçta ise, girişimcilerin kültürlerinden etkilendikleri ve girişim kararlarını kültürleri ölçüsünde aldıklarını saptamışlardır. Yapılan çalışmaların tarihlerine baktığımızda, kültür ile ilgili yapılan ilk çalışma 2004, son çalışma ise 2014’tür. Aradan geçen 10 yıla rağmen kültürün girişimcilik üzerindeki etkilerinin değişmemiş olması da dikkat çeken bir noktadır.

Türk atasözleri ve yönetim ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların amacı ise; atasözlerinin girişimcilik, tüccarlık, alışveriş olgusu vb. kavramlara bakışını saptamaktır. Atalarımızın yaşam tecrübelerinin ürünü olan atasözlerinin yönetim alanında da nasihatler sunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Türk atasözleri üzerine yapılan çalışmalar, kendi konu bütünlükleri itibariyle ilk defa yapılan çalışmalar olması açısından özgündürler.

Tablo 3’te elde edilen çalışmaların yaptığımız çalışmadan farkları ise şöyledir:

- Girişimcilik ve kültür ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar yöntem olarak kavramsal çalışma ya da nicel veri yöntemlerini kullanmıştır. Yapılan bu çalışmada ise nitel veri yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır.
- Yönetim(alışveriş, tüccarlık, borç vb.) ve Türk atasözleri ilişkisi üzerine yapılan çalışmalardan farklı olarak yapılan bu çalışmada girişimcilik, kültürün boyutları ve atasözleri üçlü ilişkisi ele alınıp sonuçlar bu ilişki üzerinden açıklanmıştır.

Esen ve Yılmaz’ın (2015) yaptıkları makale çalışmasının yapılan bu çalışmadan farkları ise şöyledir:

- Makale çalışmasında Türk atasözleri ve deyimlerini incelemek için tek bir kaynak kullanılmıştır. Bu çalışmada yedi farklı Türk atasözleri kaynağından yararlanılmıştır.
- Makale çalışmasında, incelenen kaynakta girişimciliğe dair kaç adet olumlu, olumsuz ve nötr/yansız atasözü ve deyim olduğu bulunmuş ancak elde edilen atasözleri ve deyimler bildirilmemiştir. Bu çalışmada ise; girişimci olmaya yönelten sebepler, girişimci olmayı engelleyen sebepler dışında girişimcide olması gereken özelliklerle ilgili atasözleri de bulunmuş ve bunlar bulgular kısmında belirtilmiştir.

**Tablo 3: Yönetim Alanında Kültür, Atasözleri ve Girişimcilik İle İlgili Yapılan Araştırmalar**

YAZARLAR	AMAÇ	YÖNTEM	SONUÇ
Demirel ve Tikici (2004)	Kültürün girişimciliğe etkilerini bulmak	Kavramsal çalışma	Kültürün, topluma dinamizm katan girişimcilerin gelişmelerine doğrudan etki ettiği söylenebilir.
Aytaç (2006)	Girişimcilik-sosyal yapı ilişkisi, belirleyici faktörler ve kültürün girişimci kişilik/benlik oluşumuna etkisini açıklamaya çalışmak	Kavramsal çalışma	Girişimciliğe destek olan yapılar, zaman içinde hür teşebbüs kültürü ve girişimciliği olumluyan düşünsel eğilimler üretirler.

Güney, Yalçın ve Çetin (2006)	Kültürün girişimcilik ruhu ve girişimci davranışları üzerine etkisini bulmaktır.	Kavramsal çalışma	Kültürün girişimcilik ruhu ve davranışlarını etkileyen bir etmen olmasının yanı sıra daha çok girişimcilik ve diğer yapısal faktörler arasında arabulucu bir rol üstlenmiştir.
Aytaç ve İlhan (2006)	Girişimci(lik)olgusunun sosyo-kültürel yapıyla ilişkisini kurmak, kültürün girişimcilik üzerindeki etkilerine ve girişimci kültürün karakteristiklerine açıklık getirmek.	Kavramsal çalışma	Girişimci anlayış/felsefeler, özgür teşebbüs ve bireyci kültürün ikamesini olanaklı kılmakta; bu da sonuçta, akışkan sosyal ilişkiler, proaktif birey, değişken ve refah üreten bir sosyal bünyenin ortaya çıkmasına destek vermektedir. Girişimci edimler yaygınlaştıkça da, girişimciliğin politik inşası ve buna uygun düşünsel akımlar gelişme imkanı bulmaktadır.
Güney ve Nurmakhmatuly (2007)	Kazakistan ve Türkiye Üniversiteleri öğrencilerinin kültürlerarası girişimcilik özelliklerini belirlemek	353 öğrenciye, girişimci profil ve eğilimlerini saptamaya yönelik soruları içeren anket çalışması yapılmıştır. Bulgular Ki-kare ve Mann-Whitney Test Analizi yapılarak yorumlanmaya çalışılmıştır.	Kazak gençleri Türk gençlerine nazaran yaratıcı olarak tanınmaktansa, kontrollü ve mantıklı kişiler olarak tanınmayı tercih ettikleri ve orijinal kişilikleri ön plana çıktıkları görülmüştür. Türk gençlerin ise Kazak gençlere nazaran orijinal tanınmaktansa, güvenilir kişiler olarak tanınmayı tercih ettikleri ve yaratıcı kişilikleri ön plana çıktıkları görülmüştür.
Kara (2007)	Bireyin yaşadığı sosyal yapının ve kültürün girişimcilik üzerinde etkisi değerlendirilip Türk toplumunun sosyo-kültürel yapısının girişimcilik üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ortaya konmaya çalışılmıştır.	Kavramsal çalışma	Türk toplumunun sosyal ve kültürel yapısının girişimcilik üzerinde olumlu etkilerinin olduğu vurgulanmıştır.

Akın (2008)	Geçmişin birikimini içeren atasözleri ile modern zamanların birikimi olan yönetim paradigmaları arasındaki ilişkiyi ve içerik benzerliğini ortaya koymaktadır.	Yönetim paradigmalarına ilişkin tanımlayıcı/açıklayıcı bilgiler verildikten sonra, tespit edilen atasözleri ile ilgili içerik analizi yapılmaktadır.	Türk atasözleri, içerdikleri bilgi birikimi ve deneyimler sayesinde, kriz yönetim süreçlerine veya yeni iş açılımlarına gerek duyulan günümüzde bir çözüm işlevi görebilirler. Bu yönüyle, atasözlerinin iş yaşamı içindeki etkisi ve rolü dikkate alınarak, Türk İş Yaşamına/Sistemine katkı sağlayacak bir model önerisi ortaya konabilir.
Akın (2010)	Bir kültürel öge olan atasözleri vasıtasıyla Türk iş sisteminin ana unsurlarını ortaya çıkarmaktadır.	Türk iş kültürü ve sistemi, Türk atasözleri kapsamında yorumlayıcı/açıklayıcı yöntem ile içerik analizine tabi tutulmuştur.	İş süreçlerinde stratejik planlama ve disiplin önceliklidir. İş operasyonlarında ortak akıl önemsenmektedir. Üretim ve tedarik süreçlerindeki yöntemler verimliliği belirlemektedir.
Meydan ve Polat (2010)	Kültürel bağlamda yönetime odaklanarak, lider-izleyen ilişkisinde liderin güç kaynakları üzerinde kültürün etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır.	Atasözleri için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bireylerin liderlerinin kullandığı güç kaynaklarına yönelik algıları, Örgütsel Güç Algısı Ölçeği (GAÖ) ile ölçümlenmiştir.	Liderin güç kaynaklarından meşru gücün öne çıktığına ilişkin ipuçları elde edilmiştir.
Esen ve Yılmaz (2011)	Türk atasözleri ve deyimlerinin girişimcilik kavramına yaklaşımını ortaya çıkartmaktadır.	Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır.	10730 atasözü ve deyim incelenmesinde toplam 341 atasözü veya deyim girişimcilik kavramıyla olumlu-olumsuz ya da nötr olarak ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bunun sonucu olarak, 171 atasözü veya deyim girişimcilik kavramıyla ilişkisi olumlu, 127'sinin olumsuz ve 43'ünün ise nötr olduğu kanaatine varılmıştır. Çalışma neticesinde, girişimciliğe olumlu vurgu yapan atasözlerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.
Kahraman, Mutlu ve Arslan (2011)	Girişimciliğin oluşumunda kültürün (İslam inancının) etkilerini tespit etmektir.	Anket çalışması-One-Way Anova analizleri	İslam inancı ile başarı güdüsü kişisel özelliklerinin anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.



Okutan ve Balaban (2014)	Kültürel yapı ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkinin irdelenmesi amaçlanmıştır.	Araştırma verileri anket yöntemi ile elde edilerek, korelasyon ve regresyon analizi yöntemleri ile değerlendirilmiştir.	Kültürel yapı ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Avcı (2014)	Halk hayatının ekonomik boyutu içerisinde yer alan borç ve borçluluk konusunun atasözlerine yansıma biçimlerini incelemektir.	İçerik analizi yöntemi	Türk halk felsefesinin yansımaları olan atasözleri, borç almak ve borç vermek konusunda temkinli bir yaklaşım ortaya koymakta, borç ve borçluluğun genel anlamda kaçınılması gereken bir durum olduğu vurgusunu yapmaktadır.
Başfıncı (2015)	Türk toplumunun düşünce ve davranış biçimlerinin göstergesi niteliğindeki Türk atasözlerinde alışveriş olgusunun nasıl ele alındığını incelemektir.	Nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesine başvurulmuştur.	Modern tüketim kültürünün geleneksel Türk alışveriş alışkanlıklarında nasıl bir değişime yol açtığı konusunda önemli bilgilere ulaşılmıştır.
Çilingir (2015)	Kültürün yüzyıllar boyu edinilen yaşam deneyimini içeren atasözlerinden yararlanılarak, ticaret ve tüccarlık kavramlarına ilişkin temel unsurları ortaya koymaktır.	Nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesine başvurulmuştur.	Atasözlerinde yer alan ticari ilkeler başlığı altında özetlemek gerekirse; tüccar riske katlanmalı, faaliyetlerin devamlılığı için kar elde etmeli, meslek etiğine uygun davranmalı, sermayeye ve bazı kişisel özelliklere sahip olmalıdır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3.MATERYAL VE YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada ulaşılmak istenen temel amaç:

✓ Türk kültürünün en önemli ürünlerinden biri olan Türk atasözlerinin girişimcilik olgusuna yaklaşımını analiz etmektir.

Araştırmanın temel amacına ulaşmak için alt amaçlar belirlenmiştir. Araştırmanın alt amaçları;

✓ Türk atasözlerinin girişimci olmaya yönelten sebeplere yaklaşımını bulmak

✓ Türk atasözlerinin girişimci olmayı engelleyen sebeplere yaklaşımını bulmak

✓ Türk atasözlerinin girişimcide olması gereken özelliklere yaklaşımını bulmak

✓ Girişimcilik, kültür ve atasözleri arasındaki ilişkiyi bulup, bu ilişkinin Türk atasözlerine yansımalarını ortaya çıkarmaktır.

#### 3.2. Araştırmanın Önemi

Yeni bir iş, yeni bir fikir ile ekonomiye can veren girişimciler ülkelerin refah seviyesinin yükselmesinde en önemli güç kaynaklarıdır. Bu güç kaynaklarını etkileyen en önemli unsur da kültürdür. Yapılan literatür araştırması sonucuna göre, bir çok yazar kültür ve girişimcilik ilişkisini ortaya çıkartmış ve girişimciliğin kültürden etkilendiği sonucuna ulaşmıştır.

Bir toplumda kültür kendisini farklı yansımalarla göstermiştir. Kültürün bir yansımaları, söze dökülen hallerinden biriside atasözleridir. Atasözleri toplumun tecrübelerinin öğütlenmiş şeklidir. Bundan dolayı da yapılan bu çalışmada girişimcilik ve kültür arasındaki bağı atasözleri üzerinde yapılan içerik analizi

çalışmasıyla ortaya koymak amaçlanmıştır. Yönetimin dalları ve Türk atasözleri üzerine yapılan çalışmalardan ve girişimcilik ve kültür üzerine yapılan çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada girişimcilik, kültür ve atasözleri üçlü ilişkisi üzerinde durulmuş ve sonuçlar bu ilişki üzerinden açıklanmıştır.

Ayrıca, bu çalışma, ülkemizde girişimci gençler yetiştirilirken, gençlerin kendi özüne döndürülmesine ve girişimcilik tutkusunun sosyo-kültürel yönden aşılmasına öncülük edecektir.

### **3.3. Araştırmanın Sorusu**

Araştırmanın temel sorusu:

- ✓ Türk atasözlerinin, “girişimcilik olgusuna” yaklaşımı nedir?

Araştırmanın alt soruları:

- ✓ Türk atasözlerinin girişimci olmaya yönelten sebeplere yaklaşımı nedir?
- ✓ Türk atasözlerinin girişimci olmayı engelleyen sebeplere yaklaşımı nedir?
- ✓ Türk atasözlerinde, girişimcide olması gereken özelliklerden hangilerine vurgu yapılmıştır?
- ✓ Girişimcilik, kültür ve atasözleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
- ✓ Girişimcilik ve kültür arasındaki ilişki nedir ve bu ilişkinin Türk atasözlerine yansması nasıldır?

### **3.4. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışmada yöntem olarak, nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan “içerik analizi” yöntemi kullanılmıştır.

İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. İçerik analizi yöntemiyle verileri tanımlamaya, verilerin içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaya çalışılır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259).

İçerik analizinin ilk aşaması verilerin kodlanmasıdır. Bu aşamada araştırmacı, elde ettiği bilgileri inceleyerek, anlamlı bölümlere ayırmaya ve her

bölümün kavramsal olarak ne anlam ifade ettiğini bulmaya çalışır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 260).

Aşağıda Tablo 4'te; girişimci olmaya yönelten sebepler, girişimci olmayı engelleyen sebepler ve girişimcide olması gereken özelliklere ait kodlar, kod tanımları ve örnek atasözleri yer almaktadır. Bu kodlar girişimci ve girişimcilik konularıyla ilgili yapılan literatür çalışması sonucunda belirlenen kodlardır.

**Tablo 4: Kod Tanım Tablosu**

GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN SEBEPLER	TANIM	ÖRNEK TÜRK ATASÖZÜ
<b>1.EKONOMİK YARAR SAĞLAMA/PARA KAZANMA İSTEĞİ</b>	Elde edilen kârın tamamının kendisine kalma amacını benimsemek, diğer bir deyişle ekonomik tatmin duygusunu yaşama isteği girişimci olmayı etkileyen sebepler arasındadır (Ulucan, 2015: 51).	Var varlatır, yok söylerir. (Ö.A.A/98)
<b>Para:</b>	1.Değiş aracı ve değer ölçüsü olarak kullanılan maden veya kâğıt parçası. 2.Kuruşun kırkta biri.	Paran varsa cümle âlem kulun, paran yoksa tımarhane yolun.(Ö.A.A/87)
<b>Mal:</b>	1.Bir kimsenin sahip olduğu şey. 2.Değeri olan şey.	Mal canın yongasıdır.(Ö.Ç/372)
<b>Var:</b>	1.Mekânda veya düşüncede yer alan. 2.Elde bulunan.	Var akar, yok bakar.(MEB/9919)
<b>Varlık:</b>	1.Var olma. 2.Zenginlik, servet. 3.Var olan şey. 4.Yararlı, önemli	Varlığa darlık olmaz.(MEB/9940)
<b>Pul:</b>	Eskiden kullanılan akçeden küçük para	Varsa pulun olurum kulun, yoksa pulun kapıdır yolun!(MEB/9946)
<b>Zengin:</b>	1.Malı, parası çok olan. 2.Kendisinden beklenen şeyleri çok olan.	Zenginin iki dünyası da mamur.(İ.P/309)
<b>Fakir: *Fukara:</b>	1.Yoksulluk, fıkarcılık, fakr. 2.Noksanlık, eksiklik. *Geçinecek hiçbir şeyi olmayan veya çok az olan, fakir, yoksul.	Fakirin(fukaranın) tavuğu tek tek yumurtlar.(İ.P/114)
<b>Züğürt:</b>	Parası olmayan, parasız	Zengin kesesini döver, züğürt dizini.(A.S/209)
<b>2.BAĞIMSIZ ÇALIŞMA ARZUSU</b>	Bağımsızlık özgür hareket edebilme; karar alma ve kendini ifade etme konularında kişinin kendi çizdiği güven sınırları içinde istediği gibi hareket edebilmesi demektir (Erdoğan, 2012: 33).	Bülbülü altın kafese koymuşlar "Ah vatanım!" demiş. (İ.P/62)
<b>Özgür:</b>	Herhangi bir şekilde herhangi bir şarta bağlı olmayan, hür, serbest	Sana vereyim bir öğüt, kendi ununu kendin öğüt. (MEB/8983)
<b>Özgürlük:</b>	Özgür olma hali, serbestlik, hürriyet	Bülbülü altın kafese koymuşlar "Ah vatanım!" demiş. (İ.P/62)

<b>Sahip:</b>	Bir şey kendisinin olan	Başkasının malı mal sayılmaz. (D.L.T/2)
<b>3.ÜLKE EKONOMİSİNE KATKIDA BULUNMA İSTEĞİ</b>	Girişimci, ekonomik nitelikli ve mal ya da hizmet üreterek topluma katkı yapmakta, istihdam yaratmakta, vergi ödemekte ve son zamanlarda giderek önem kazanan, sosyal kârlılık adı verilen yolla da içinde faaliyet gösterdiği toplumun sorunlarının çözümünde aktif rol almaktadır (Cabar, 2006: 3).	Adamın hayırlısı halka faydalı olandır. (MEB/220)
<b>Faydalı:</b>	İşe yarayan, yararlı.	Adamın hayırlısı halka faydalı olandır. (MEB/220)
<b>Faydasız:</b>	İşe yaramayan, yararı dokunmayan, yararsız.	Faydasız baş, mezara yaraşır. (İ.P/115)
<b>Devlet:</b>	Belirli sınırları içinde toprağı olan bir hükümet idaresinde kendi yasalarına göre teşkilatlanmış bağımsız topluluk	Ya devlet başa; ya kuzgun leşe (İ.P/292)
<b>4.YENİ BİR BULUŞ VEYA FİKRİ PİYASAYA SUNMA ARZUSU</b>	Girişimci yeni düşüncelerin ortaya çıkarılması, yayılması ve uygulanmasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar (Bozkurt, 2011: 10-11).	Ayinesi iştir kişinin. (İ.P/37)
<b>Fikir:</b>	1.Düşünme, düşünce, düşünüş. 2.Zihin kuvveti. 3.Düşünülen şey. 4.Niyet, maksat.	Dervişin fikri ne ise zikri odur. (MEB/3565)
<b>İş:</b>	1.Çalışma, işleme. 2.Uğraşma konusu olan şey. 3.Yapacak şey, çalışma zoru, görev. 4.Meslek. 5.Hizmet. 6.Herhangi bir gaye ile kurulan düzen. 7.Menfaat, yarar, çıkar. 8.Emek vermeye değer şey. 9.Düzen, tertip. 10. Geçinmek için yapılan şey. 11.Bir sonuca bağlanması gereken şey. 12.Mesele, sorun. 13.Emek, ustalık, işçilik. 14.Bir gücün uygulanmış olduğu yer üzerindeki etkisi. 15.Yapılan şey, kavranış.	İş insanın aynasıdır. (İ.P/171)
<b>Sezmek:</b>	Olmuş veya olacak bir şeyi duygu yoluyla kestirmek, hissetmek.	Allah bilir ama kul da sezer. (İ.P/18)
<b>Eser:</b>	1.Emek verilerek meydana getirilen değerli veya önemli şey. 2.İz, nişan. 3.Belirti, emare.	Hayvan ölür semeri kalır, insan ölür eseri kalır. (MEB/5671)
<b>Gönüllü:</b>	1.Ağır veya tehlikeli bir işi kendi isteğiyle üstüne alan. 2.Pek istekli. 3.Seven veya sevgili.	Her yiğidin gönlünde bir arslan yatar. (Ö.A.A/71)
<b>GİRİŞİMCİ OLMAYI ENGELLEYEN SEBEPLER</b>	<b>TANIM</b>	<b>ÖRNEK TÜRK ATASÖZÜ</b>
<b>1.KANAATKÂR OLMAK</b>	Türklerin kanaatkârlığı ile ilgili Landau(1996) şöyle demektedir: <i>“Türkler şayan-ı hayret derecede kanaatkârdırlar. Yılda bir kere esvap yaptırırlar ve onu yıl boyunca giyerler</i> (Güney, Yalçın ve Çetin, 2006: 72).	Kanaat gibi devlet olmaz. (MEB/6739)
<b>Az:</b>	Çok değil.	Azıcık aşım, dinç başım. (Ö.Ç/122)
<b>Çok:</b>	1.Sayısı az olmayan, bolca bulunan. 2.Gereğinden fazla, ziyade, artık.	Çok yiyeyim diyen aç kalır. (MEB/3173)

	3.Tekrar tekrar. 4.Bir şeyin en fazla olan kısmı. 5.Her vakit, sıkça, çok vakit.	
<b>Öz:</b>	1.Gerçek. 2.İçine saflığını bozacak bir şey karışmamış olan, halis.	Az olup öz olsun, çok olup yavuz olacağına. (MEB/1613)
<b>Kanaat:</b>	1.Elindekiyle yetinme durumu, yeter bulma, kanıklık. 2.İnanma, kanma.	Kanaat tükenmez hazinedir. (MEB/6741)
<b>Tamah:</b>	1. Gözü doymama, açgözlülük, mal edinme tutkusu. 2. Açgözlülük etmek, açgözlü davranmak	Az tamah çok ziyan getirir. (A.S/50)
<b>Kıymet bilme:</b>	Önemini, değerini bilmek	Bugünkü tavuk(yumurta) yarınki kazdan iyidir. (Ö.A.A/55)
<b>2.RİSK ALMAKTAN KORKMAK</b>	Risk almaktan kaçınan bireyler, problemleri çözerken daha çok gerçekleşme olasılığı yüksek olan çözümleri seçmektedirler (Shalley ve Gilson, 2004: 37).	Korkulu rüya(düş) görmektense uyanık yatmak evladır. (TDK)
<b>Sıkıntı çekmek:</b>	Zorluk veya yoksulluk içinde yaşamak	Ne şeytani gör ne salavat getir. (TDK)
<b>3.KAZA-KADERE RIZA GÖSTERMEK</b>	Din, ekonominin her alanında etkili olduğu gibi girişimcilik alanında da etki etmekte ve bireylerin girişimciliğe ilişkin kararlarını etkilemektedir (Eren, 2012: 53).	Altı olur, yedi olur, hep Allah'ın dediği olur. (TDK)
<b>Kısmet:</b>	1.Kazanma talih. 2.Evlenme talih.	Kısmet ise gelir Hint'ten, Yemen'den kısmet değilse ne gelir elden. (TDK)
<b>Kader:</b>	Bütün hayat boyunca insanların gerçek hallerinin Tanrı tarafından tayin edildiğine inanma, bu inanışın şekli.	Kaderde varsa görülür. (MEB/6626)
<b>Kaza:</b>	Allah'ın ezelde takdir ettiği şeylerin zamanı gelince bu takdire uygun olarak yaratmasına denir.	Kazaya rıza gerek. (İ.P/191)
<b>Takdir:</b>	1.Beğenme, değer verme. 2.Önemini anlama. 3.Değer biçme. 4.Alın yazısı, kader.	Takdir-i hüda, kuvvet-i bazı ile dönmez. (MEB/9524)
<b>Alın yazısı:</b>	Kader, kısmet.	Alın yazısını kullar değiştiremez. (MEB/734)
<b>4.DÜNYA MALINA ÖNEM VERMEMEK</b>	Osmanlı-Türk insanı, kanaatkâr insandır; dünyaya meyletme ve dünya malına tamah yoktur (Doğru, 2008: 79).	Dünya malı dünyada kalır. (MEB/ 4049)
<b>Dünya:</b>	1.Yer yuvarlağı. 2.Evren.	Dünya, (Peygamber/Sultan) Süleyman'a bile kalmamış. (İ.P/95)
<b>GİRİŞİMCİDE OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER</b>	<b>TANIM</b>	<b>ÖRNEK TÜRK ATASÖZÜ</b>
<b>1.AKILLI OLMAK</b>	Zekâ bir uyum yeteneği iken akıllılık makul olma ve davranış düzenine göre hareket edebilme ve aynı zamanda çağı iyi okuma ve ona göre davranma anlamına gelir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 27).	Akıl kimde ise devlet ondadır. (MEB/519)
<b>Akıl:</b>	1.İnsanda anlayış kuvvetini yaratan veri. 2.Zekâ. Fikir. Düşünebilme niteliği. 3.Anlayış.	Akıl gibi sermaye olmaz. (MEB/511)

<b>2.CESARET/CESUR OLMAK</b>	Başarılı girişimci cesaret ve dikkatle hareket edebilmeli ve çalışmalar sonucunda ortaya çıkabilecek olumsuz koşulları kabullenebilme lidir (Özdemir, 2015: 9).	Zarardan korkan kâr edemez.(MEB/10556)
<b>Cesaret:</b>	Gözü yılmazlık, korkusuzluk, yiğitlik, yüreklilik, gözü peklilik	Sen işten korkma, iş senden korksun. (İ.P/260)
<b>Cesur:</b>	Yiğit. Yüreklilik. Gözü pek.	Cesur bir ölü, korkak bin ölü. (Ö.Ç/176)
<b>Korkak:</b>	Tabansız, ödle.	Korkak bezirgân ne kâr eder ne zarar. (Ö.Ç/357)
<b>Yiğit:</b>	1.Mert, cesur, bahadır. 2.Genç adam, delikanlı.	Yiğit kısmı gözünü budaktan sakınmaz. (MEB/10370)
<b>3.RISK ALMAK/BELİRSİZLİKLERE TOLERANS</b>	Kişilerin risk alma eğilimi; risk ve belirsizlikle baş edebilme ve bunlara katlanabilme düzeyi olarak ifade edilebilir (Duran, Büber ve Gümüştekin, 2013: 39).	Yağına kıymayan çöreği kuru(yaz) yer. (TDK)
<b>Risk:</b>	Ticarette zararı göze alma.	Gürültü istemeyen adam demirci dükkânına girmez. (MEB/5418)
<b>Âşık:</b>	Vurulmuş, tutkun, şiddetle seven, şiddetli ilgi duyan. Bağlı.	Âşık olan kördür. (Ö.Ç/94)
<b>Delî:</b>	1.Aklını kaçırmış olan. 2.Aşırı derecede düşkün.	Atın dorusu, yiğidin delisi. (Ö.A.A/49)
<b>Fedakâr:</b>	Ne olursa olsun, feda etmekten çekinmeyen, esirgemez.	Gülü seven dikenine katlanır. (Ö.A.A/67)
<b>Gaile:</b>	Sıkıntı verici iş, pürüzlü iş, baş derdi, baş belası.	Gailesiz baş yerin altında (Ö.A.A/66)
<b>Göze almak:</b>	Gelebilecek her türlü zararı ve tehlikeyi önceden kabul etmek.	Hamama giren terler. (Ö.Ç/281)
<b>4.AZİM/GAYRET VE KARARLILIK</b>	Azimli olmak, zorluklar karşısında bıkmadan sabırla tahammül göstermektir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 24).	Yel(rüzgâr) esmezse yaprak kıvıldamaz. (Ö.Ç/474)
<b>Azim:</b>	Bir işteki engelleri yenme kararı. Başarma kararı.	Azmin elinden bir şey kurtulmaz(ne kurtulur?). (İ.P/38)
<b>Gayret:</b>	Çaba, çalışma isteği, bütün gücünü çalışmaya veriş.	Gayret her müşkile galebe eder. (MEB/5057)
<b>Kararlılık:</b>	Kararlı olma halî, istikrar.	Arayan Mevla'sını da bulur belasını da. (A.S/39)
<b>Zahmet:</b>	1.Sıkıntı, eziyet, zor. 2.Yorgunluk.	Zahmet çeken, rahmet bulur. (MEB/10516)
<b>Ceht:</b>	Çaba göstermek	Cehdin elinden bir şey kurtulmaz. (MEB/2771)
<b>Hareket:</b>	1.Bir cismin yerinin değişmesi. 2.Kıvıldama. 3.Davaranış. 4.Yola çıkma. 5.Belirli bir gaye için yapılan akım.	Tarlada izi olmayanın, harmanda yüzü olmaz. (İ.P/275)
<b>Emek:</b>	1.Bir işin yapılmasında harcanan beden ve fikir gücü. 2.Çalışma karşılığı olan ücret.	Emeksiz(emek olmazsa) yemek olmaz. (MEB/4508)
<b>İnat:</b>	Bir konuda ayak direme, sonuna değin direnme, diretme, direnme.	Bir inat, bin murat (Ö.Ç/154)
<b>İcraat:</b>	Faaliyetler, yapılan işler, çalışma sonuçları.	Kaymağı seven, mandayı yanında taşır. (İ.P/190)
<b>Boş laf:</b>	Gereksiz, yararsız bir biçimde konuşma.	Lafla pilav pişirse deniz(dağ)

		kadar yağı benden. (Ö.A.A/81)
<b>Lakırtı:</b>	Boş söz, dedikodu, laf	Kuru laf(boş lakırdı) karın doyurmaz.(İ.P/218)
<b>5.PLANLI OLMAK/ORGANİZE ETMEK/İŞİ USULUNE GÖRE YAPMAK</b>	Planlama, amaçların ve bunlara ulaştırılacak araç ve olanakların tespiti, tayini ve seçimi işlemidir (Saylan, 2011: 63).	Bir işe başlamadan sonunu düşün. (MEB/2313)
<b>Plan:</b>	1.Bir işin, bir eserin gerçekleştirilmesi için uyulması tasarlanan düzen. 2. Düşünce, niyet, maksat, tasavvur.	Hesabını bilmeyen kasap, ne satır bırakır ne masat. (Ö.A.A/70)
<b>Düzen:</b>	1.Bir maksada verilen kurallı durum, intizam, tertip. 2.İşlerin uygun gitmesinden doğan düzgünlük.	Evvel hesap, sonra kasap (TDK)
<b>Tertip:</b>	Bir şeyi sıraya koyma.	İşin bilen, eşin bilen, aşın bilen fakir olmaz. (MEB/6453)
<b>Organize etmek:</b>	Bir etkinliği tasarlayarak gerçekleştirmek, düzenlemek	Küle üfleyeceğine, köze üflemek yeğdir. (D.L.T/107)
<b>Usul:</b>	1.Yol, tarz. 2.Kaide, yöntem, yordam.	Merdiven ayak ayak( basamak basamak) çıkılır. (Ö.A.A/82)
<b>Ölçmek:</b>	Aşırı olmamasına dikkat etmek	Bin ölçüp, bir biçmeli (MEB/2184)
<b>Strateji:</b>	Önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için tutulan yolların ve uygulanan yöntemlerin tümü.	Araba ile tavşan avlanmaz. (Ö.Ç/86)
<b>Sistem:</b>	Yol, usul, yöntem	Parola bilen er ölmez. (D.L.T/71)
<b>Özenmek:</b>	Bir şeyi yaparken elden geldiğince iyi yapmaya çabalamak, bir şeye büyük dikkat ve ilgi göstermek, itina etmek	Bakarsan bağ, bakmazsan dağ olur. (İ.P/43)
<b>Önem vermek:</b>	Değer vermek, önemli saymak	Bir mih bir nal kurtarır, bir nal bir at kurtarır, bir at bir er kurtarır, bir er bir vatan kurtarır. (MEB/2349)
<b>6.YARATICILIK VE YENİLİKÇİLİK/INOVASYON</b>	Yaratıcılık, var olan fikirlerin bir araya getirilmesi, değiştirilmesi ve bunların sentezlenmesi yapılarak yeni fikirlerin ortaya çıkarılmasını içerir (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 58). Yenilik, bir fikrin ortaya çıkmasından uygulamaya kadar götürülmesidir (Çavuş ve Akgemci, 2008: 234).	İnsanı ümit, deveyi hamut yaşatır. (MEB/6356)
<b>Bilgi</b>	1.İnsan zekâsının çalışması sonucu ortaya çıkan düşünce ürünü. 2. Genel olarak ve ilk sezi durumunda zihnin kavradığı temel düşünceler. 3. İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü.	Saadet belgesi bilgi (D.L.T/103)
<b>Bilmek:</b>	Bir şeyi anlamış veya öğrenmiş olmak.	Bilen ile bilmeyenin hali bir midir? (MEB/2153)
<b>Arif:</b>	Bilir. Anlayışlı. Sezişli.	Arif isen bir gül yeter kokmağa, hoyrat isen gir bahçeye yıkağa. (MEB/1068)
<b>Cahil:</b>	1.Bilmeyen. Okuması yazması olmayan 2.Dünyayı tanıyacak kadar bile bilgisi olmayan kimse. 3.Belli bir şeyde bilgisi olmayan	Cahil olan kimse vakitsiz öten horoz gibidir. (MEB/2693)
<b>Zaman:</b>	1. Vakit 2.Asır, devir, yüzyıl. 3.An. 4.Mevsim. 5. Mühlet.	Zaman insana her şeyi öğretir. (MEB/10533)



<b>Vakit:</b>	1.Zaman. 2.Uygun zaman. 3.Fırsat. 4.Mühlet, vade, devir, asır, yüzyıl. 5. Mevsim 6. Saat	Vakit nakittir. (İ.P/288)
<b>Hayal:</b>	1.Olmuş veya olacaktı gibi zihinde tasarlama.	Aç tavuk, kendini arpa(buğday) ambarında sanır(düşünde darı görür). (A.S/15)
<b>Umut:</b>	Ummak, beklemek, umulan şey	İnsan bir umutta doğar, bir umutta ölür. (MEB/6320)
<b>Ümit:</b>	Umut	Dünyada ümitsiz yaşanmaz. (MEB/4070)
<b>Arzu:</b>	1.Gönül meyli. İstek. 2.Heves, emel.	Arzudan ümit kesilmez. (MEB/1155)
<b>İstek:</b>	1.Bir şey için duyulan arzu, iştah. 2.Yerine getirilmesi istenilen şey.	İstek olmadıkça, taamin tadı olmaz. (MEB/6404)
<b>7.GÜÇLÜ OLMA İHTİYACI/NAM BIRAKMA</b>	Başarılı girişimci kendine özgü bir şeyler gerçekleştirmek ve bu gerçekleştirdiğiyle anılmak arzusunda olan kişidir (Tekin, 2012: 16).	Alçak yer yiğidi hor gösterir. (TDK)
<b>Nam:</b>	1.İsim, ad. 2.Şan, ün.	At ölür nal kalır, yiğit ölür namı kalır. (MEB/1288)
<b>Şan:</b>	1.Ün, san. 2.Gösteriş, gösterişlilik.	At ölür meydan kalır, yiğit ölür şan kalır. (MEB/1287)
<b>Lakap:</b>	Takma ad, yakıştırma isim.	Yiğit lakabıyla anılır. (Ö.Ç/481)
<b>Yavuz:</b>	Şiddetli, yaman, pek sert. 2.Pek güzel, pek ala	Yavuz at yemini(yavuz it ününü) kendi arttırır. (İ.P/298)
<b>Mühür:</b>	1.Üzerine bir kimsenin ismi kazanmış olan taş veya maden parçası. 2.Bu ismin mühürle kâğıda basılmış şekli veya yazısı.	Mühür kimde ise Süleyman odur. (A.S/162)
<b>8.İNSANLARLA İLİŞKİ KURABİLME YETENEĞİ/İLETİŞİM GÜCÜ</b>	İletişim becerisi, bilgi, duygu, düşünce ve becerilerin en iyi şekilde başkalarına aktarılması süreci olarak ifade edilmektedir (Uluköy, Demireli ve Kahya, 2013: 84).	İnsan olmayan insan kadrini bilmez. (MEB/6342)
<b>Kadir Kıymet bilmek:</b>	Gereken değeri vermek, saygı göstermek	Adam adam kadri bilir, sarraf, altın kıymetini (MEB/165)
<b>İyilik:</b>	1.İyi olma hali. 2.Karşılık beklemeden yapılan yardım. 3.Yarar, elverişli oluş.	Kötülük her kişinin kârı, iyilik er kişinin kârı (A.S/154)
<b>Kötülük:</b>	1.Kötü olma hali. 2.Zarar verecek iş. 3.Fenalik etmek.	İyilikle gel, kötülükle gelme. (D.L.T/48)
<b>Söz:</b>	1.Bir veya birkaç heceden meydana gelen anlamlı ses veya kelime. 2.Birbiri ardından söylenen lakırdı dizisi. 3.Söylenti. 4.Vaad etme.	Tatlı ye, tatlı söyle. (A.S/191)
<b>Dil:</b>	1.Ağız içindeki konuşma ve tat alma organı. 2.Lûgat, lisan. 3.Anlatıştaki kişiye özel ifade.	Tatlı dil yılanı deliğinden çıkarır. (İ.P/275)
<b>Gönül:</b>	Yürekte var olan sevgi, istek. Gönül hoşluğu: Memnun ve razı olmuş. Gönül kırmak: Hatır kırmak, kalp kırmak	Gönülden gönüle yol vardır. (MEB/5245)
<b>Sevgi:</b>	İnsanın içten duyduğu temiz duygu.	Sev beni seveyim seni (A.S/180)

<b>9.EKİP-TAKIM ÇALIŞMASINA YATKINLIK</b>	Belli bir amaç için kişilerin işbirliği yapmaları gerekir. Yönetimin gücü ve etkinliği işbirliğiyle artar (Özdemir, 2015: 8).	Baş başa vermeyince taş yerinden kalkmaz.(A.S/54)
<b>Birlik:</b>	1.Berberlik. Bir olma hali. 2.Bütünlük, tamlık. 3. Bir topluluğun menfaatini korumak için kurulmuş topluluk.	Birlikten kuvvet doğar. (İ.P/57)
<b>Yoldaş:</b>	1.Aynı yola gidenlerden her biri. 2.Arkadaş.	Ağaç yaprağıyla gürler(güzeldir). (A.S/22)
<b>Yalnızlık:</b>	Arkadaşsızlık, kimsesizlik.	Yalnızlık Allah'a mahsustur(yaraşır). (A.S/201)
<b>Danışmak:</b>	Bir iş için fikir veya yol sormak, akıl istemek.	Danışan dağı aşmış, danışmayan yolu şaşmış. (A.S/79)
<b>10.SABIRLI OLMAK</b>	Sabır, başarının temel taşlarından biridir ve bireysel kalite açısından son derece önemlidir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 28).	Allah bir kapıyı kaparsa, bin kapıyı açar. (MEB/762)
<b>Sabır:</b>	1.Başta gelen sınırlendirici veya acı olaya dayanma. 2.Acele etmeden bekleme.	Sabrın sonu selamettir.(A.S/176)
<b>Tahammül:</b>	1.Dayanma, katlanma. 2.Dayanık. 3.Kaldırma, yüklenme.	(Avcı) beklemekten sıkılmazsa boz kuş tutar, acele etmezse ak kuş tutar. (D.L.T/42)
<b>Bahar:</b>	İlk yaz. Mart, nisan, mayıs ayları	Kıştan sonra bahar olur. (MEB/7376)
<b>Gün:</b>	1.Güneş. 2.Gündüz. 3.Sıra, zaman	Gün doğmadan neler doğar. (MEB/5392)
<b>Gece:</b>	Güneşin batışından sabah doğuncaya kadar geçen zaman içinde kalan karanlık devre	Gecenin en karanlık vakti sabaha yakın olan zamandır. (MEB/5075)
<b>Karanlık:</b>	1.Işık olmadığı için içindekiler görünmez halde olan. 2.Gereği kadar anlaşılıp bilinmeyen. 3.Işıksız yer veya bu yerin hali.	Kara gün kararıp kalmaz(durmaz). (Ö.A.A/75)

Tablo 4'te verilen kodlar dışında atasözlerinin anlam bütünlüğü de göz önünde bulundurulmuştur.

### 3.5. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmamızın verileri, “doküman incelemesi” yoluyla toplanmıştır.

Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu ve olgular ile ilgili bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Hangi dokümanların önemli olduğu ve veri kaynağı olarak kullanılabilceği araştırma problemi ile yakından ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 217-218).

Araştırmanın evrenini “Türk atasözleri” oluşturmaktadır.

Araştırmanın örnekleme için ise, yedi farklı kaynaktan yararlanılmıştır. Bunlar, aşağıda tablo halinde sunulmuştur.

**Tablo 5: Veri kümesinin oluşturulmasında yararlanılan kaynaklar**

<b>Yazar</b>	<b>Eserin Adı</b>	<b>Atasözü Sayısı</b>
Ömer Asım Aksoy(1970)	Atasözleri ve Deyimler	1273
Özkul Çobanoğlu(2004)	Türk Dünyası Ortak Atasözleri Sözlüğü	1000
Kaşgarlı Mahmut	Divan-ı Lügat-it Türk	193
Milli Kütüphane Genel Müdürlüğü(1971)	Türk Atasözleri ve Deyimleri I-II	10730 (deyimlerde dahil)
Türk Dil Kurumu	<a href="http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_atasozleriview=atasozleri">http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_atasozleriview=atasozleri</a>	-
Aydın Su(1988)	Atasözleri Sözlüğü	1152
İskender Pala(2015)	Sözün Özünden Dünden Bugüne Atasözleri	912

### **3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Yaptığımız araştırma, sübjektif değerlendirmelerle yapılan bir araştırmadır. Her ne kadarda incelenen kaynak sayısı arttırılsa, kaynaklar dikkatle incelenmeye çalışılsa da çalışmamızda eksikler olabilir. Bu da çalışmanın sübjektifliğinden kaynaklanmaktadır.

Yaptığımız araştırma için standart bir formatın olmaması, kodlama yapmayı zorlaştırmıştır. Kodlama, girişimci- girişimcilik konusunun özüne dikkat edilerek yapılmaya çalışılmıştır; ancak burada da sübjektiflik ön plandadır. Bundan dolayı da yaptığımız kodlamada eksiklikler olabilir.

### **3.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği**

Sonuçların inandırıcılığı, bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden biri olarak kabul edilir. “Geçerlik” ve “güvenirlik” bu açıdan araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan iki ölçüttür (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 289).

#### **3.7.1. Araştırmada Geçerlik**

Nitel araştırmada geçerlik araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince tarafsız gözlemesi anlamına gelmektedir. Araştırılan olgu ya da olay hakkında bütüncül bir resim oluşturabilmesi için araştırmacının elde ettiği verileri ve ulaştığı sonuçları teyit etmesine yardımcı olacak bazı ek yöntemler (çeşitleme, katılımcı teyidi, meslektaş teyidi, vb.) kullanılması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 289-290).

Yapılan araştırmada içerik analizinin geçerliliğini sağlamak amacıyla kullanılan stratejiler:

**Çeşitleme:** Gerçeğin farklı yönlerini ve oluşumlarını öğrenebilmek için araştırmacı, araştırdığı olay ve olguya ilişkin farklı bakış aıllarını, farklı anlamları, farklı göstergeleri ve kaynakları ortaya çıkarmalıdır. Çeşitleme; veri kaynakları, yöntem ve araştırmacı çeşitlemesi olarak farklı başlıklar altında incelenebilir (Yıldırım ve şimşek, 2013: 301).

✓ Araştırmanın geçerliliğini artırmak için öncelikle incelenen doküman sayısı artırılmıştır. Türk atasözlerine dair farklı yedi kaynak incelenmiştir.

✓ Yönetim alanında kültür ve Türk atasözlerine dair yapılan tez ve makale çalışmaları incelenmiştir.

**Derinlik odaklı veri toplama:** Araştırmacının topladığı verilere eleştirel bir gözle bakması, bu verilerin araştırma sorularına yanıt vermede yeterliliğini sorgulaması ve ulaştığı sonuçların gerçeğe uygun olup olmadığını gerekirse ek veri toplayarak teyit etmesidir (Yıldırım ve şimşek, 2013: 301).

✓ Girişimcilik ve girişimci ile ilgili yapılan literatür araştırmasından sonra belirlenen kodlar Türk atasözlerinde araştırılmıştır. Belirlenen kodlar ile elde edilen Türk atasözlerinin uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

✓ Elde edilen Türk atasözlerinin araştırmanın temel sorusuna ve alt sorularına yanıt verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Uzman incelemesi:** Araştırma konusu hakkında genel bilgiye sahip ve nitel araştırma yöntemleri konusunda uzmanlaşmış kişilerden, yapılan araştırmayı çeşitli boyutlarıyla incelemesinin istenmesi geçerlik konusunda alınabilecek önlemlerdendir (Yıldırım ve şimşek, 2013: 302).

✓ İki farklı uzman araştırmacı tarafından çalışma incenmiştir ve uzman araştırmacıların önerileriyle çalışmanın niteliği artırılmıştır.

### 3.7.2. Araştırmada Güvenirlik

Nicel araştırmada güvenirlik geçerlik için bir ön koşuldur. Yani tekrar edilemeyen bir ölçümün geçerliği kuşku yaratır (Yıldırım ve şimşek, 2013: 305)

Güvenirlik tanımları genel anlamda nicel araştırmalar esas alınarak yapılmıştır. Stiles ve Bryman (akt. Roberst & Priest, 2006) güvenirlik kavramını,

aynı sonuçların veya ölçümün farklı şartlarda tekrar elde edilebilmesi şeklinde tanımlanmışlardır. Yine Marvasti (2004) tarafından güvenilirlik, bir araştırmadan elde edilen sonuçların farklı araştırmacılar tarafından da elde edilmesi şeklinde yorumlanmıştır. Mayring (2000) güvenilirlik için, ölçümün doğruluğunu, yaklaşımın doğruluğunu anlatmaktadır ifadesini kullanmıştır (Yıldırım, 2010: 84).

Yapılan araştırmada içerik analizinin güvenilirliğini sağlamak amacıyla kullanılan stratejiler:

✓ Girişimciye ve girişimciliğe dair yapılan literatür araştırması sonucunda elde edilen kodlar, doküman incelemesinde kullanılan yedi farklı Türk atasözleri kaynağında da aynı sonucu verdiği tespit edilmiştir.

✓ Esen ve Yılmaz'ın "Türk atasözleri ve deyimlerinde girişimcilik olgusu" adlı çalışmasının bulgu sonuçları ile yapılan çalışmanın bulgu sonuçlarının aynı olduğu tespit edilmiştir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4.BULGULAR VE TARTIŞMA

#### 4.1. Girişimcilik Olgusuyla İlgili Türk Atasözleri

Girişimciliğe konu olan Türk atasözleri incelenerek öncelikle girişimci olmaya yönelten sebepler ve girişimci olmayı engelleyen sebepler göz önünde bulundurulmuştur. Daha sonra ise, girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözleri ele alınmıştır.

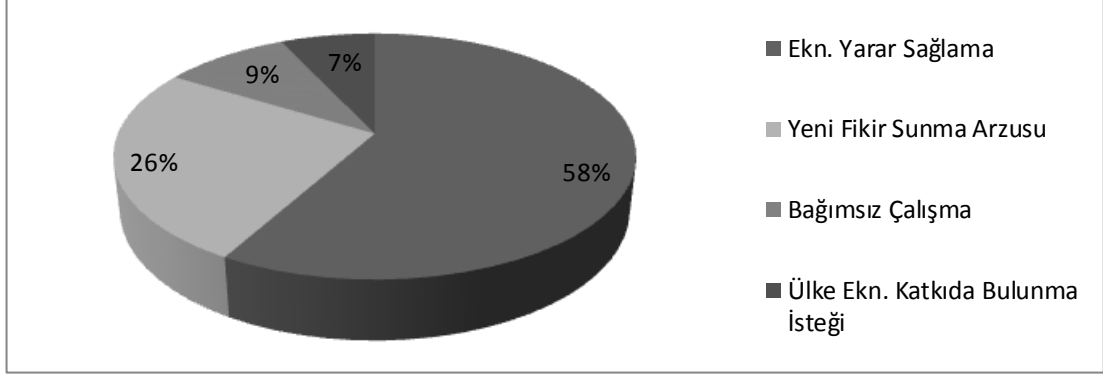
##### 4.1.1 Girişimci Olmaya Yönelten Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözleri

Kişileri girişimci olmaya yönelten sebepler ile ilgili literatür çalışması yapılmış ve Türk atasözlerinin de incelenmesi sonucunda Tablo 6'da elde edilen bulgulara ulaşılmıştır.

**Tablo 6: Girişimci Olmaya Yönelten Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklıkları**

GİRİŞİMCİ OLMAYA YÖNELTEN SEBEPLER	SIKLIK	%
EKONOMİK YARAR SAĞLAMA/PARA KAZANMA İSTEĞİ	25	58,1
YENİ BİR BULUŞ VEYA FİKRİ PİYASAYA SUNMA ARZUSU	11	25,6
BAĞIMSIZ ÇALIŞMA ARZUSU	4	9,3
ÜLKE EKONOMİSİNE KATKIDA BULUNMA İSTEĞİ	3	7

Tablo 6'da girişimci olmaya yönelten sebeplere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklıklarına yer verilmiştir. Girişimci olmaya yönelten sebeplere vurgu yapan 43 adet Türk atasözüne ulaşılmıştır.



**Şekil 4: Girişimci Olmaya Yönelten Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklık Yüzdesi**

Şekil 4’te girişimci olmaya yönelten sebeplere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklık yüzdesine yer verilmiştir. Kod sıklıklarının kullanım yüzdelere göre; Türk atasözlerinde girişimci olmaya yönelten sebeplerde para kazanma isteğine (58,1) en çok vurgu yapılırken ülke ekonomisine katkıda bulunma isteğine (7) en az vurgu yapıldığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bulguları oluşturan Türk atasözleri aşağıda belirtilmiştir.

#### 4.1.1.1 Ekonomik Yarar Sağlama/ Para Kazanma İsteği

Türk atasözlerinde malın, varlık sahibi olmanın önemli olduğu; varlık sayesinde daha güçlü olunacağı, varlık yoksa ezile bileceği üzerinde durulmuştur.

- Mal canın yongasıdır. (Ö.Ç/372)
- Mal melâmeti örter. (A.S/158)
- Rağbet güzel ile zenginedir. (İ.P/250)
- Adamı adam eyleyen paradır, parasız adamın yüzü karadır. (MEB/213)
- Paran varsa cümle âlem kulun, paran yoksa tımarhane yolun. (Ö.A.A/87)
- Varsa pulun (var mı), herkes kulun, yoksa (yok mu) pulun, dardır yolun. (Ö.A.A/98)/ Varsa pulun olurum kulun, yoksa pulun kapıdır yolun! (MEB/9946)
- Var ise aşın rahattır başın, yok ise aşın, kaşın babam kaşın. (MEB/9924)

- Var akar, yok bakar. (MEB/9919)
- Varlığa darlık olmaz. (MEB/9940)
- Var eli titremez. (A.S/199)
- Paralı adamdan dağlar bile korkar. (MEB/8714)
- Paranın yüzü sıcaktır.(A.S/170)
- Parayı veren düdüğü çalar.(A.S/171)
- Var varlatır, yok söyletir. (Ö.A.A/98)
- Var evi kerem evi, yok evi verem evi (A.S/199)
- Aç ölmekten tok ölmek yeğdir.(A.S/17)
- Züğürt olup düşünmektense, uyuz olup kaşınmak yeğdir.

(A.S/211)

▪ Zengin arabasını dağdan aşırır; züğürt düz ovada yolunu şaşırır.(İ.P/309)

- Zenginin horozu bile yumurtlar.(A.S/209)
- Fakirin (fukaranın) tavuğu tek tek yumurtlar.(İ.P/114)
- Altın anahtar her kapıyı açar. (A.S/35)
- Zengin kesesini döver, züğürt dizini.(A.S/209)
- Ar dünyası değil, kâr dünyası. (A.S/40)
- Zenginin iki dünyası da mamur (İ.P/309)
- Fazla mal göz çıkarmaz. (Ö.A.A/65)/ Artık mal göz çıkarmaz.

(A.S/41)

#### 4.1.1.2 Bağımsız Çalışma Arzusu

Türk atasözlerinde kişinin hak ettiği yerde olması gerektiği, hatta kişinin kendi işinin sahibi olması gerektiği ve bağımsızlığın önemli olduğu anlatılmıştır.

- Bülbülü altın kafese koymuşlar “Ah vatanım!” demiş. (İ.P/62)
- Sana vereyim bir öğüt, kendi ununu kendin öğüt. (MEB/8983)
- Başkasının malı mal sayılmaz. (D.L.T/2)
- Köşe taşı köşeye yakışır (yaraşır). (Ö.A.A/79)

#### 4.1.1.3 Ülke Ekonomisine Katkıda Bulunma İsteği

“Vatana hizmet” adıyla revaçta olan memuriyet anlayışını eleştirerek konuyu işleyen Osmanlı'nın son dönemlerindeki siyasilerden Mustafa Suphi, vatana



hizmet gibi özverilerin memur olmakla değil, bilakis memurluktan ayrılıp girişimci olmakla mümkün olacağını söyler:

*“O acıklı sonuçlar değil midir ki, her türlü insan haklarına sahip olduğumuz bugün bile bütün varlık ve yeteneğini, yaratılıştan gelen tüm saflığını korumuş olan bir toprağa, bir doğal zenginliğe sahipken elimiz boş, karnımız aç, gözümüz hâlâ bizden aç hükümet sandığında. Zayıf bir hayatı, bir memurcu hayatını, böylesine zayıf bir geçim şansını izlemekten vazgeçmiyoruz. Hâlâ maliyede bir mümeyyizlik, defterdarlıkta bir kayıt memurluğu hırsıyla sokaklar dolaşıp kapılar çalıyoruz.*

*Vatana hizmet etmek, özveride bulunmak hatta akılcı olmak koşuluyla kurban gitmek, kuşkusuz ki her yüzyılda her toplum tarafından yüceltilmiştir ve yüceltilecektir. Fakat iddia etmek mümkün müdür ki, bu hizmet, bu özveri yalnız memuriyetle ayakta kalır. Hayır, bugün vatanımızın kurtuluşunu sağlayacak, iktisadi refah ve mutluluktur. Buna en büyük hizmette kişilerde kendine güveni, kişisel girişimi beslemeye çalışarak vatan ve millete girişimcilik ve etkinlik ruhu vermek olacak; özveri memuriyette değil, memurculuğa fedada aranacaktır.” (Akın, 2003: 42).*

- Adamın hayırlısı halka faydalı olandır. (MEB/220)
- Faydasız baş, mezara yaraşır. (İ.P/115)
- Ya devlet başa; ya kuzgun leşe (İ.P/292)

#### **4.1.1.4 Yeni Bir Buluş veya Fikri Piyasaya Sunma Arzusu**

Her girişimcinin piyasaya sunmayı arzu ettiği bir fikir, gerçekleştirmeyi planladığı bir girişim vardır. Bunu anlatan Türk atasözlerimiz ise;

- Her yiğidin gönlünde bir arslan yatar. (Ö.A.A/71)/ Herkesin gönlünde bir arslan yatar. (TDK)
- Oduncunun gözü omçada; dilencinin gözü çömçede (İ.P/232)
- Dervişin fikri ne ise zikri odur. (MEB/3565)
- Dile gelen ele gelir. (A.S/84)
- Hastaya döşek sorulmaz. (İ.P/139)
- Altın eli bıçak kesmez. (A.S/35)
- Hayvan ölür semeri kalır, insan ölür eseri kalır. (MEB/5671)
- Ayinesi iştir kişinin. (İ.P/37)/ İş insanın aynasıdır. (İ.P/171)
- Adamın iyisi iş başında belli olur.(A.S/19)

- Allah bilir ama kul da sezer. (İ.P/18)

Kadınlar tarafından kurulan, işletilen veya yönetilen işyeri ve işletmelerde gerçekleştirilen girişimciliğe “kadın girişimcilik” denir. Girişimciliğin erkeğe yönelik bir iş olduğu fikri toplumda ağır basan bir görüştür. Fakat son dönemlerde gerek aldığı eğitim gerekse değişen toplumsal yapı, kadının da bu alanda aktif şekilde varlığını göstermesine yol açmıştır. Literatürde genellikle erkek girişimcilere ilişkin yapılan çalışmalar yer alsa da kadın girişimcilerin sayısında gözle görülür bir artış olduğu da bilinmektedir (Çalışır, 2016: 93).

Girişimcilikte cinsiyet ayrımının olmadığını, kadınların da erkekler gibi girişimci olabileceğini anlatan Türk atasözümüz;

- Erkek arslan arslan (da), dişi arslan arslan değil mi?  
(Ö.A.A/63)

#### **4.1.2. Girişimci Olmayı Engelleyen Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözleri**

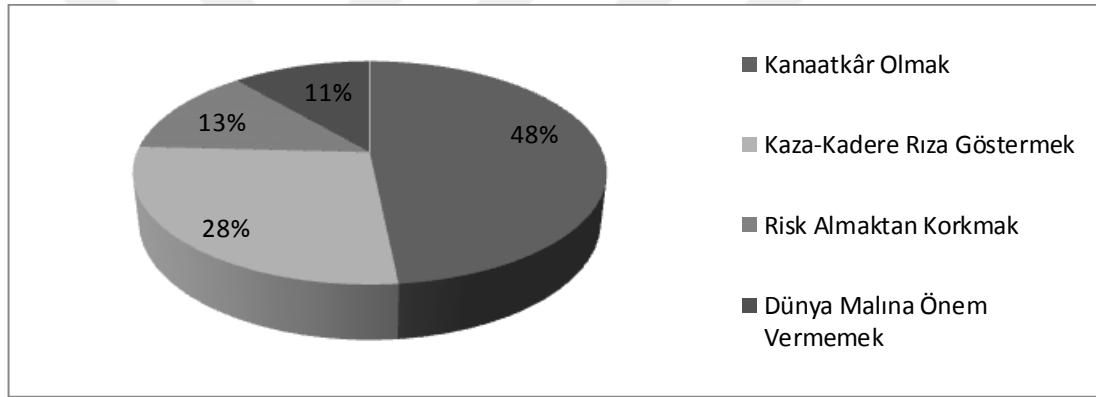
Kültürel/toplumsal yapı farklılıkları; risk almaya dönük tepkileri, rasyonel tercihleri, başarı güdüsünü, kendine güven ve sorumluluk alma düzeyini de farklılaştırmaktadır. Nitekim “kanaatkâr”, “kaderci”, “bir hırka bir lokma” anlayışına sahip kültürel yapılar için, para biriktirme, çok çalışma, ihtiyaçtan fazla üretme, kazancı kutsama, fırsat kollama, rekabet vb. kavramlar bir anlam ifade etmez. Bu toplumlarda sözü geçen fiillere ilişkin teşvik ve yönlendirme azken aksi eğilimlere prim veren kültürler; kazancı, biriktirmeyi, üretimi, rekabeti, başarıyı, hırsı vs. olumlayıp yüceltirler (Aytaç ve İlhan, 2007: 110).

Kişilerin girişimci olmasını engelleyen sebepler ile ilgili literatür çalışması yapılmış ve Türk atasözlerinin de incelenmesi sonucunda Tablo 7’de elde edilen bulgulara ulaşılmıştır.

**Tablo 7: Girişimci Olmayı Engelleyen Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklıkları**

GİRİŞİMCİ OLMAYI ENGELLEYEN SEBEPLER	SIKLIK	%
KANAATKÂR OLMAK	30	48,4
KAZA-KADERE RIZA GÖSTERMEK	17	27,4
RİSK ALMAKTAN KORKMAK	8	12,9
DÜNYA MALINA ÖNEM VERMEMEK	7	11,3

Tablo 7’de girişimci olmayı engelleyen sebeplere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklıklarına yer verilmiştir. Girişimci olmayı engelleyen sebeplere vurgu yapan 62 adet Türk atasözüne ulaşılmıştır.



**Şekil 5: Girişimci Olmayı Engelleyen Sebeplere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklık Yüzdesi**

Şekil 5’te, girişimci olmayı engelleyen sebeplere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklık yüzdesine yer verilmiştir. Kod sıklıklarının kullanım yüzdesine göre; Türk atasözlerinde girişimci olmayı engelleyen sebeplerden kanaatkâr olmaya (48,4) en çok vurgu yapılırken dünya malına önem vermeye (11,3) ise en az vurgu yapıldığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bulguları oluşturan Türk atasözleri aşağıda belirtilmiştir.

#### 4.1.2.1. Kanaatkâr Olmak

Tezcan, Türk değerleri ile ilgili çalışmasında, Türk insanın temel özellikleri arasında kanaatkâr olmanın önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedir. Türklerin kanaatkârlığı ile ilgili Landau (1996) şöyle demektedir: “*Türkler şayan-ı hayret*

*derecede kanaatkârdırlar. Yılda bir kere esvap yaptırırlar ve onu yıl boyunca giyerler. Bu kadar az ihtiyacı olan bir halkta teşebbüs fikri ve gayret ateşi için bir saik olmayacaktır... ”. (Güney, Yalçın ve Çetin, 2006: 72).*

Türk atasözlerinde elindeki ile yetinmek gerektiği, az olanın daha kıymetli olduğu anlatılmıştır.

- Az olsun, öz (uz) olsun. (Ö.Ç/120)
- Azıcık aşım, dinç başım. (Ö.Ç/122)/ Azıcık aşım ağrısız başım. (A.S/49)/ Azıcık aşım, kaygısız başım. (İ.P/38)
- Aç başım, dinç kulağım (Ö.Ç/47)
- Aza kanaat etmeyen çoğu bulamaz. (İ.P/37)
- Az olup öz olsun, çok olup yavuz olacağına. (MEB/1613)
- Her şeyin azından olur bereket. (MEB/5865)
- Her şeyin çokluğu zarar getirir. (MEB/5869)
- Az tamah çok ziyan getirir. (A.S/50)
- Büyük başın derdi büyük olur. (Ö.A.A/55)
- Kanaat gibi devlet olmaz. (MEB/6739)
- Kanaat tükenmez hazinedir. (MEB/6741)/ Kanaat servettir. (MEB/6740)
- Çoğu zarar, azı karar (Ö.Ç/189)
- Çok isteyen belasını ister. (Ö.Ç/190)
- Çok yiyeyim diyen aç kalır. (MEB/3173)
- Fazla aş, ya karın ağrıtır ya baş. (MEB/4903)
- Lokmayı yutacağın kadar kopar. (MEB/8076)
- Erine göre bağla başımı, tencerene göre kaynat (pişir) aşımı. (ÖAA/63)

Türk atasözlerinde elinde olanın kıymetini bilmek gerektiği yoksa elindekinin de gideceği anlatılmıştır.

- Evli evinde, köylü köyünde gerek. (İ.P/112)
- Yakadakini yalayayım derken elindekini yitirir. (D.L.T/177)
- Her kâra uzatma elin, eteğin; yelkovana döner ahir emeğin. (MEB/5807)

- Deve boynuz ararken iki kulaktan da olmuş. (MEB/3587)
- Küçük suda büyük balık olmaz (avlanmaz). (İ.P/216)
- Kırdaki sülünü ararken evdeki tavuğu kaçırma. (D.L.T/183)
- Ağır yük altına girme belin incinir. (MEB/338)
- Açlıkla tokluğun arası bir parça ekmektir. (Ö.Ç/53)/ Açlıkla tokluğun arası yarım yufka. (TDK)
- Bir başa bir göz yeter. (TDK)
- Ayağını yorganına göre uzat. (Ö.Ç/115)
- Bugünkü tavuk (yumurta) yarınki kazdan iyidir. (Ö.A.A/55)/ Yarınki kazdan, bugünkü tavuk (yumurta) yeğdir. (Ö.A.A/99)/ Yarınki tavuktan bugünkü yumurta iyidir. (Ö.Ç/469)/ Gelecek deveden gelen tavuk yeğdir. (MEB/5102)
- Gümüş sağ olsun, altın gidekosun. (TDK)
- Bulgur bulamaç ne bulursak yer ona şükrederiz. (MEB/2617)

#### 4.1.2.2. Risk Almaktan Korkmak

Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda bireyler belirsiz, açık olmayan ve yazılı kurallarda bulunmayan riskli durumlardan korkmakta ve sürekli olarak kendilerini güvenceye almak istemektedirler. Buna karşılık belirsizlikten kaçınma özelliğinin düşük olduğu toplumlarda bireyler daha özgür olmayı, risk üstlenmeyi, yenilik ve değişime açık olmayı tercih etmektedirler. Osmanlı İmparatorluğu'nda ticaretle uğraşan grupları inceleyen bir Fransız raporuna göre, Türklerin ticaret hayatından uzak olmasının nedeni riski göze almamaları ve temkinli olmalarıdır. Dolayısıyla bu durum da, özünde risk alma unsuru olan girişimciliği olumsuz olarak etkilemiştir (Güney, Yalçın ve Çetin, 2006: 67-72).

Türk atasözlerinde, tehlikeli bir işe girişip sıkıntıya düşmektense o işten vazgeçmek gerektiği anlatılmıştır.

- Ne şeytanı gör ne salavat getir. (TDK)/ Ne şeytanı gör ne lahavle çek. (TDK)
- Ne mezarlıkta uyu, ne korkulu düş gör! (MEB/8398)
- Ne değirmende yat, ne korkulu rüya gör. (MEB/8376)

- Korkulu rüya (düş) görmektense uyanık yatmak evladır. (TDK)
- Can çekişmektense ölmek yeğdir. (TDK)
- Aç kalmak, borçlu olmaktan iyidir. (TDK)
- Borçtan korkan kapısını geniş açmaz. (MEB/2486)/ Borçtan korkan kapısını küçük açar! (MEB/2487)
- Ayağının girmediği yere başını sokma. (Ö.Ç/116)

#### 4.1.2.3. Kaza-Kadere Rıza Göstermek

Din insanların günlük yaşamlarını, psikolojik yapılarını, kültürel altyapılarını, çalışmaya karşı tutumlarını, alışkanlıklarını, tüketim, üretim ve harcama biçimlerini kısacası insanla ilgili olan her şeyi etkiler ve büyük oranda değiştirip yönlendirir. Bundan dolayı din, ekonominin her alanında etkili olduğu gibi girişimcilik alanında da etkili olmaktadır ve bireylerin girişimciliğe ilişkin kararlarına etki etmektedir (Eren, 2012: 53).

Türkiye’de halkın çoğunluğu son zamanlara kadar kaderci bir anlayışa sahip olmuştur. 1974’de yapılan bir ulusal araştırmaya göre kaderciliğin Türklerin ulusal özelliklerinden biri olduğu ortaya çıkmıştır (Arslan, 2012: 176).

Türk atasözlerinde, ne kadar çabalanırsa çabalansın kaderin, kısmetin ötesine geçilemeyeceğine ve Allah nasip etmedikçe her girişken olanın girişimci olamayacağına vurgu yapılmıştır.

- Altı olur, yedi olur, hep Allah’ın dediği olur. (TDK)
- Bugün buldum bugün yerim, yarına Allah kerim. (MEB/2593)
- Kısmetinde ne varsa kaşığına o çıkar. (TDK)
- Kaderde varsa görülür. (MEB/6626)
- Takdir ne ise o olur. (MEB/9520)
- Takdirde yazılan tedbirle bozulmaz. (MEB/9522)/ Takdir, tedbiri bozar. (MEB/9521)
- Takdir-i hüda, kuvvet-i bazı ile dönmez. (MEB/9524)
- Alın yazısını kullar değiştiremez. (MEB/734)
- Başa yazılan gelir. (MEB/1894)/ Alna yazılan başa gelir. (A.S/35)/ Başa gelen çekilir. (İ.P/46)/ Alında yazılan görülür. (MEB/735)

- Kazaya rıza gerek. (İ.P/191)
- Kısmet ise gelir Hint'ten, Yemen'den kısmet değilse ne gelir elden. (TDK)
- Felek, kimine kavun yedirir, kimine kelek. (İ.P/116)
- Kimse kimsenin kısmetini (rıskını) yemez. (İ.P/203)
- Vermeyince Mabut, neylesin Mahmut? (A.S/200)
- Çiftçiye yağmur, yolcuya kurak; cümlelerin muradını verecek Hak. (İ.P/71)
- Baht olmayınca başta, ne kuruda biter ne yaşta. (MEB/1730)
- Gelini ata bindirmişler, “Ya nasip!” demiş. (İ.P/121)

#### **4.1.2.4. Dünya Malına Önem Vermemek**

Türk atasözlerinde, çok olan şeye hoş bakılmamış, mala- mülke önem verilmemiştir.

- Çok söz (laf) yalansız, çok mal (para) haramsız olmaz. (TDK)
- Mal cehennem (bile) kapısını açar. (D.L.T/140)
- Dünya malı dünyada kalır. (MEB/ 4049)
- Para dediğin el kiri (yıkarsın, gider). (İ.P/246)/ Akçe el kiridir.(A.S/27)
- Dünya, (Peygamber/Sultan) Süleyman'a bile kalmamış. (İ.P/95)
- Dünya ölümlü, gün akşamlı (A.S/89)
- Şöhret afettir. (İ.P/273)

#### **4.1.3. Girişimcide Olması Gereken Özelliklere Vurgu Yapan Türk Atasözleri**

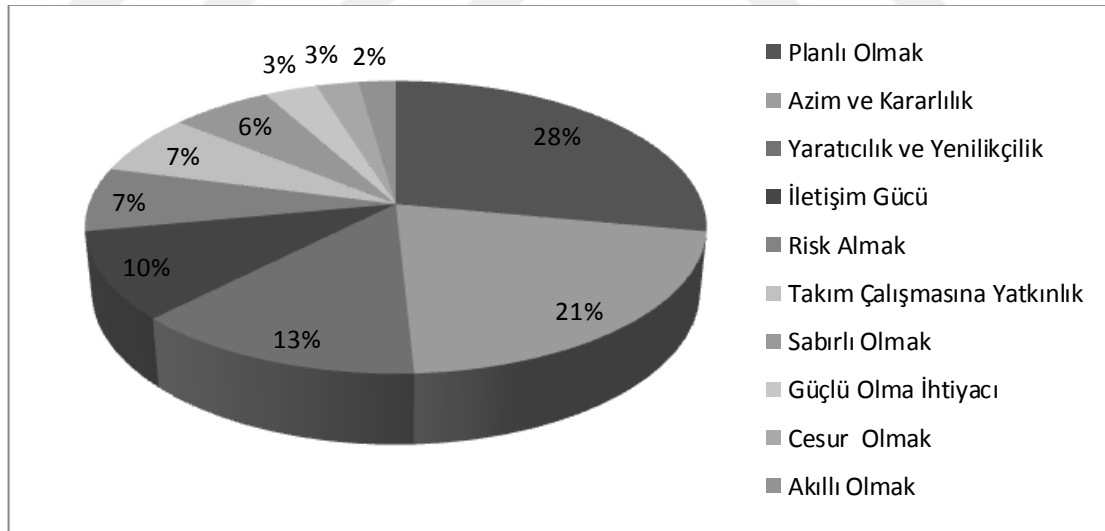
Çeşitli araştırmalarda öne çıkan girişimci kişilik özellikleri, azim, başarı motivasyonu, bağımsız olma, merak ve öğrenme isteği, özgüven, risk alma eğilimi ve yenilikçilik gibi unsurları içermektedir. Bu özelliklerin girişimcilik yönü yüksek ve düşük bireyleri birbirinden ayırdığı varsayılmaktadır. (Uygun ve Mete, 2012: 147).

Girişimci olması gereken özellikler ile ilgili literatür çalışması yapılmış ve Türk atasözlerinin de incelenmesi sonucunda Tablo 8'de elde edilen bulgulara ulaşılmıştır.

**Tablo 8: Girişimcide Olması Gereken Özelliklere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklıkları**

GİRİŞİMCİDE OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLERE VURGU YAPAN TÜRK ATASÖZLERİ	SIKLIK	%
PLANLI OLMAK/ORGANİZE ETMEK/İŞİ USULÜNE GÖRE YAPMAK	87	28
AZİM/GAYRET VE KARARLILIK	66	21,2
YARATICILIK VE YENİLİKÇİLİK/İNOVASYON	41	13,2
İNSANLARLA İLİŞKİ KURABİLME YETENEĞİ/İLETİŞİM GÜCÜ	30	9,6
RİSK ALMAK	22	7,1
EKİP-TAKIM ÇALIŞMASINA YATKINLIK	21	6,8
SABIRLI OLMA	19	6,1
GÜÇLÜ OLMA İHTİYACI/NAM BIRAKMA	10	3,2
CESUR OLMAK	8	2,6
AKILLI OLMAK	7	2,3

Tablo 8’de girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklıklarına yer verilmiştir. Girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan 311 adet Türk atasözüne ulaşılmıştır.



**Şekil 6: Girişimcide Olması Gereken Özelliklere Vurgu Yapan Türk Atasözlerinin Kod Sıklık Yüzdesi**

Şekil 6’da girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklık yüzdesine yer verilmiştir. Kod sıklıklarının kullanım yüzdesine göre, Türk atasözlerinde girişimcide olması gereken en önemli özelliğin



planlı olmak (28) olduğu tespit edilmiştir. Planlı bir şekilde organize edilen işlerin azim ve kararlılıkla devam ettirilmesi gerektiğinin ispatı ise azim ve kararlılığın (21,2) ikinci sırada olmasıdır. Akıllı olmak (2,3) en az rastlanan kod sıklığı olmuştur.

Elde edilen bulguları oluşturan Türk atasözleri aşağıda belirtilmiştir.

#### 4.1.3.1. Zeki ve Akıllı Olmak

Türk atasözleri incelendiğinde aklın en önemli sermaye olduğuna ve akıl olmadan hiçbir işin başarılmayacağına vurgu yapıldığı görülmektedir.

- Akıl kişiye sermayedir. (A.S/28)/ Akıl gibi sermaye olmaz. (MEB/511)
- Akıl para ile satılmaz. (MEB/524)
- Akıl kimde ise devlet ondadır. (MEB/519)
- Akıl olmayınca başta, ne kuruda biter ne yaşta. (MEB/522)/ Akıl olmayınca başta kuru kafa neyler. (MEB/521)
- En fena züğürtlük akıl eksikliğidir! (MEB/4521)

Atasözlerinde akıl ile ilgili vurgulanan diğer bir husus ise; kişiyi bilgili yapmanın yaş değil, bilgi ve deneyim olduğudur.

- Akıl yaşta değil baştadır. (Ö.Ç/72)
- Akıl tecrübe ile kemal bulur. (MEB/525)

#### 4.1.3.2. Cesaret/ Cesur Olmak

Girişimci cesur olduğu ölçüde girişimciliğe yönelir. Türk atasözlerinde de bir işi yaparken cesur olmanın gereği anlatılır.

- Korkak bezirgân ne kâr eder ne zarar. (Ö.Ç/357)/ Korkak bezirgân ne kâr eder ne ziyan. (Ö.A.A/78)
- Zarardan korkan kâr edemez.(MEB/10556)
- Cesur bir ölür, korkak bin ölür. (Ö.Ç/176)
- Sen işten korkma, iş senden korksun. (İ.P/260)
- Borç yiğidin kamçısıdır. (Ö.Ç/481)
- Yiğit kısmı gözünü budaktan sakınmaz. (MEB/10370)
- Yiğit savaşta, bilgin dernekte (D.L.T/8)

Türk atasözlerinde bir insan ne kadar güçlü olursa olsun cesaret olmadıktan sonra bu gücün önemli olmadığına da vurgu yapılmıştır.

- Yiğitlik bilekte değil yürekte (Ö.Ç/481)

#### 4.1.3.3. Risk Almak/ Belirsizliklere Tolerans

Girişimcilik, güven arayan her tür davranışında aşırı ihtiyatlı olan çekingen insanların mesleği değildir. Başarılı girişimci risk alan, riski yöneten, krizi fırsata dönüştürebilen kişilerin işidir. Cesaretin olmadığı yerde büyük başarı göstermek ya da elde etmek kolay değildir. Çok klişeleşmiş bir söz olan, “Deneyen kaybedebilir ama denemeyen zaten kaybetmiştir.” cümlesi girişimcilikte riski üstlenme olgusunu çok iyi anlatmaktadır. Ancak risk almak, hiçbir zaman gözü kara olmakla aynı anlama gelmez. Risk almak, fırsatları cesaretle iş fikrine dönüştürmektir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 23).

Girişimciliğin ve gündelik gözlem tanımına göre, girişimcilerin diğer insanlara oranla daha fazla risk taşıdığı düşünülmektedir. Risk alma, girişimci olabilmenin ön koşulu olarak görülmektedir (Macko ve Tyszka, 2009: 470).

Türk atasözlerinde bir şeye çok istekli olan kişinin, o şeyi elde etmedeki zorlukları hiçe sayacağına, bu uğurda katlanacağı fedakârlıkların ve göze alacağı risklerin ona güç gelmeyeceğine vurgu yapılmıştır.

- Âşığa Bağdat sorulmaz. (TDK)
- Âşık olan kördür. (Ö.Ç/94)
- Atın dorusu, yiğidin delisi. (Ö.A.A/49)
- Âşığa Bağdat ırak gelmez (değil). (Ö.A.A/48)
- Dervişe Bağdat'ta pilav var demişler, yalan değilse ırak değil demiş. (MEB/3563)
- Gülü seven dikenine katlanır. (Ö.A.A/67)
- Dikensiz gül olmaz. (Ö.Ç/211)/ Dikensiz gül olmaz, engelsiz yar olmaz. (MEB/3692)
- Atın ölümü arpadan olsun. (Ö.A.A/49)
- Pilavdan dönenin kaşığı kırılısın. (İ.P/249)
- Sonunu çok düşünen muradına eremez. (MEB/5418)

▪ Gürültü istemeyen adam demirci dükkânına girmez. (MEB/5418)

- Hamama giren terler. (Ö.Ç/281)
- Serçeden korkan darı ekmez. (Ö.Ç/420)
- Yağına kıymayan çöreği kuru (yaz) yer. (TDK)
- Büyük başın büyük olur ağrısı. (MEB/2673)/ Büyük dağın dumanı büyük olur. (MEB/2675)
- Ağrısız baş mezarda olur (gerek). (Ö.A.A/45)/ Gailersiz baş yerin altında (Ö.A.A/66)

Türk atasözlerinde risksiz ve kolay olan işlerin herkes tarafından yapılabileceğine vurgu yapılmıştır.

- Yazın araması, kışın taraması olmazsa herkes besler mandayı. (TDK)
- Alçacık eşeğe herkes biner. (A.S/31)
- Alçak eşek binmeye kolay, öksüz çocuk dövmeye kolay. (Ö.A.A/45)

Ayrıca, Türk atasözlerinde yapılan her işin sonucunun her zaman başarıyla sonuçlanmayacağı, bu riskinde göze alınması gerektiği anlatılmıştır.

- Kâr (fayda) zararın kardeşidir (ortağıdır). (Ö.A.A/76)
- Zarar, kâr insan içindir. (MEB/10552)/ Zarar, ziyan insan içindir. (MEB/10553)
- Adam yenilmekle marifetli olur, yanılmakla âlim. (MEB/201)

#### **4.1.3.4. Azim/ Gayret ve Kararlılık**

Girişimci olabilmek için bir takım güçlükleri göze almanın yanında bu güçlüklerle baş edebilmek için azim ve gayret gereklidir. Türk atasözlerinde azim ve gayretle mücadeleye başlamak, karşılaşılan zorluklarda yılmamak gerektiği vurgulanmıştır.

- Azmin elinden bir şey kurtulmaz (ne kurtulur?). (İ.P/38)
- Yel (rüzgâr) esmezse yaprak kımıldamaz. (Ö.Ç/474)
- Zahmet çeken, rahmet bulur. (MEB/10516)

- Zahmetsiz, rahmet olmaz. (MEB/10521)
- Zahmetsiz lokma yenmez. (MEB/10520)
- Safa ile yenen, cefa ile kazanılır. (İ.P/254)
- Sen işlersen mal işler, insan öyle genişler. (İ.P/260)
- Bağda izin olsun; üzümüne yüzün olsun. (İ.P/43)/ Bağa bak üzüm olsun, yemeye yüzün olsun. (A.S/52)
- Tarlada izi olmayanın, harmanda yüzü olmaz. (İ.P/275)
- Coşkun dere geçitsiz olmaz. (D.L.T/83)
- Zora dağ dayanmaz. (A.S/209)
- Er olan ekmeğini taştan çıkarır. (İ.P/106)
- Cehdin elinden bir şey kurtulmaz. (MEB/2771)
- Dağ ne kadar yüce olsa, yol (onun) üstünden aşar. (İ.P/79)
- Dikmeyince bitmez, dilemeyince bulmaz. (D.L.T/158)
- Gidemediğin yer senin değildir. (İ.P/123)
- Barışta ter dökmeyen savaşta kan döker. (İ.P/45)
- Arayan Mevla'sını da bulur belasını da. (A.S/39)
- Çobanın gönlü olunca tekeden süt çıkarır. (Ö.Ç/184)
- Gayret her müşkile galebe eder. (MEB/5057)
- Çalışmakla her iş tamam olur. (MEB/2895)
- Çalışan kazanır.(A.S/70)
- Her şeye çare bulunur, ölüme çare bulunmaz. (MEB/5863)
- Çalışan kişi aç kalmaz./ İşlemeyen dişlemez. (Ö.Ç/178)
- İşleyen demir pas tutmaz (paslanmaz ışıldar). (Ö.A.A/74)
- Akan su pislik (yosun) tutmaz. (İ.P/13)
- Yuvarlanan taş yosun tutmaz. (Ö.A.A/101)
- Lokma çiğnenmeden yutulmaz. (Ö.A.A/181)
- Nerede hareket, orada bereket (Ö.Ç/391)
- Kısmet gökten zembille inmez. (A.S/147)
- Çiğnemedен yutulmaz. (Ö.A.A/57)
- Emeksiz (emek olmazsa) yemek olmaz. (MEB/4508)
- Ekmeden biçilmez. (İ.P/100)
- Terlemeden para kazanılmaz, solumadan ölünmez. (TDK)

- Canı kaymak isteyen mandayı yanında taşır. (İ.P/66)/ Kaymağı seven, mandayı yanında taşır. (İ.P/190)
- Arayan bulur, inleyen ölür. (Ö.Ç/88)
- Aşk olmayınca meşk olmaz. (Ö.A.A/48)
- Meramın elinden bir şey kurtulmaz. (TDK)
- Bir inat, bin murat (Ö.Ç/154)
- Allah balmumu yakana balmumu, yağmumu yakana yağmumu verir. (A.S/33)

“Türk gibi başlamak” deyimini bir olay karşısında aniden harekete geçmeyi, problem çözümlerinin ilk aşamasında yüksek özgüven ve motivasyonla işe girişmeyi ifade etmektedir. Yaratıcılık, çözüme başlama aşamasında, yüksek özgüven ve niyet gerektirir. Ancak özgüven kadar, süreci yönetecek, niyeti kararlılıkla devam ettirecek organizasyon becerisine de ihtiyaç vardır. Türk usulü problem çözümlerinde eleştirilen temel noktalardan birisi, başlangıçta bulunan yüksek motivasyonun sürecin tamamına yayılmamış olmasıdır. Daha önce Türk gibi başlanarak ama daha sonra rafa kaldırılan birçok proje ile karşılaşmak mümkündür. Bu nedenle bu deyim, yaygın şekilde “Türk gibi başla, Alman gibi bitir.” şeklinde kullanılır (Güneş, 2010: 267).

Türk atasözlerinde de “Türk gibi başlamak” kadar, başlanılan işin tamamlanmasının da önemli olduğunu vurgulanmıştır.

- Boş laf karın doyurmaz. (Ö.Ç/166)/ Kuru laf (boş lakırdı) karın doyurmaz. (İ.P/215)
- Boş fiçı çok langırdar. (A.S/63)
- Boş kaşık ağza yaramaz, boş söz kulağa yakışmaz. (D.L.T/101)
- Çok lakırdı para etmez. (MEB/3151)
- Leyleğin ömrü lal lakla geçer. (İ.P/218)
- Çok söz anlaşılır olmaz, yalçın kayayı yıkamaz. (D.L.T/151)
- Dilden gelen elden gelse herkes padişah olur. (Ö.Ç/214)/ Dilden gelen elden gelse her dilenci padişah olur. (MEB/3717)/ Dilden gelen

elden gelse, fukara bahtiyar olur! (MEB/3716)/ Dilden gelen elden gelse her yoksul bir bay olur. (MEB/3718)

- Bakmakla kasap olursa köpekler kasap olurdu. (Ö.Ç/128)/  
Bakmakla usta olursa, köpekler(kediler) kasap olurdu. (A.S/52)
- Olsa ile bulsayı ekmişler, yel ile yuf bitmiş. (TDK)
- Olsa ile bulsa, ikisi bir araya gelse, neler olurdu neler. (MEB/8531)

- Lafla pilav pişerse deniz (dağ) kadar yağı benden. (Ö.A.A/81)
- Lafla (lakırdı ile) peynir gemisi yürümez. (A.S/157)
- Lafla dükkân açılmaz. (MEB/8009)
- Lafla duvar örülmez. (MEB/8008)
- Lafla iş bitmez. (MEB/8010)
- Lafla karın doymaz.(MEB/8011)
- Lafla kuş tutulmaz. (MEB/8012)
- Lafla pilav pişmez. (MEB/8015)
- Laf torbaya girmez. (Ö.A.A/81)
- Kuru gayret adamı bitli eyler. (MEB/7860)
- Kuru gayret çarık eskidir. (MEB/7861)
- Hareket olmadıkça bereket olmaz. (MEB/5590)
- Bal bal demekle ağız tatlanmaz. (Ö.Ç/128)
- Helva helva demekle ağız şirin olmaz. (MEB/5701)
- Bin tasa (merak) bir borç ödemez. (İ.P/52)

#### 4.1.3.5. Planlı Olmak/Organize Etmek/ İşi Usulüne Göre Yapmak

Bir iş doğru planlanmalı ve bu plan doğrultusunda hareket edilmelidir. Türk atasözlerinde de bir işi doğru yerde, zamanda ve mekânda planlamanın, işi usulüne göre yapmanın sağlıklı sonuçlara ulaşmak için önemli olduğuna vurgu yapılmıştır.

- Aşımı, eşini, işini bil. (Ö.Ç/95)
- İşin bilen, eşin bilen, aşın bilen fakir olmaz. (MEB/6453)
- Bin ölç bir kes (MEB/2183)/ Yüz kere ölç, bir kere kes. (Ö.Ç/472)
- Evvel hesap, sonra kasap (TDK)
- Maşa varken elini ateşe sokma (A.S/159)

- Yol ile giden yorulmaz. (A.S/206)
- Her sudan abdest alınmaz. (MEB/5851)
- Bin ölçüp, bir biçmeli (MEB/2184)/ Dokuz ölç, bir biç. (Ö.A.A/61)/ İki ölç, bir biç. (A.S/131)
- Eski mezarlıkta ev olmaz, gevşek toprakta av olmaz. (D.L.T/134)
- Bir işe başlamadan sonunu düşün. (MEB/2313)
- Dibi görünmeyen tasta su içme. (TDK)
- Dibi görünmeyen sudan geçme. (TDK)/ Dibi görünmeyen suya girme. (İ.P/88)
- Aklına geleni işleme, her ağacı taşlama. (TDK)
- Her şeyin vakti var, horoz bile vaktinde öter. (Ö.A.A/70)
- Karpuz kabuğunu görmeden denize girme. (TDK)
- Suyu görmeden çizme çıkarma. (D.L.T/137)
- Ateş alevle söndürülmez. (D.L.T/122)
- Küle üfleyeceğine, köze üflemek yeğdir. (D.L.T/107)
- Pilav yiyen kaşığı yanında(besinde) taşır. (Ö.A.A/82)
- Aşure yemeye giden kaşığı taşır. (A.S/43)
- Merdiven ayak ayak ( basamak basamak) çıkılır. (Ö.A.A/82)
- Harman yel ile, düğün el ile (İ.P/137)
- (Çakmak) çakınca tüter, (sır kulağa) çalınca bilinir. (D.L.T/46)
- Demir tavında dövülür. (Ö.A.A/60)
- İş tavında, tacir kârında (D.L.T/67)
- Bağ bayırda, tarla çayırdadır (İ.P/42)
- Parola bilen er ölmez. (D.L.T/71)
- Çivi çiviye söker. (İ.P/73)
- Kurulu kırıntı düğümlenmez, kementle dağ eğilmez. (D.L.T/100)
- Deveye binip koyun arasında gizlenilmez. (D.L.T/156)
- Deveye bindikten sonra çalı ardında gizlenilmez. (İ.P/87)
- Deveci ile görüşen kapısını büyük açar(açmalı). (A.S/83)

- Yaş ot yanmaz, elçi öldürülmez. (D.L.T/181)
- Çin kağanının ipeği çok, (fakat) denklemeden biçmez. (D.L.T/144)

- Doğru gidenin başı duvara çarpmaz. (MEB/3820)
- Bakarsan bağ, bakmazsan dağ olur. (İ.P/43)
- Düşüne düşünme görmeli bir işi, sonra pişman olmamalı kişi. (MEB/4120)

- Atılan ok geri dönmez. (İ.P/32)

Türk atasözlerinde, usulüne göre yapılmayan işlerin sonucunun da güzel olmayacağına değinilmiştir.

- Hesabımı bilmeyen kasap, ne satır bırakır ne masat. (Ö.A.A/70)
- İşin encamını düşünmeyen çaresiz kalır. (MEB/6454)
- Taşıma su ile değirmen dönmez. (İ.P/275)
- Bugünün işini yarına bırakma. (İ.P/61)
- Azıksız yola çıkanın gözü el torbasında kalır. (İ.P/38)
- Dirlik olmayan yerde varlık olmaz. (MEB/3782)
- Her deliğin altına elini sokma, ya yılan çıkar ya çıyan. (Ö.A.A/70)

- Eğri cetvelden doğru çizgi çıkmaz. (MEB/4182)/ Eğri mastardan doğru çizgi çıkmaz. (MEB/4187)
- Eğri dikilen taze nihâl, büyürse doğrulmak mahal (MEB/4183)
- Herkes davul çalar; ama tokmağı makama uyduramaz. (İ.P/146)

- Abdestsiz sofuya namaz dayanmaz. (İ.P/2)
- Hacı hacı olmaz gitmekle Mekke'ye, dede dede olmaz gitmekle tekkeye. (İ.P/134)

- Yordamsız elin kazası çok olur. (MEB/10414)
- Acele işe şeytan karışır. (İ.P/3)
- Karışık ipliğin buruşuk bezi (MEB/6909)
- Lezzetsiz çorbaya tuz kâr etmez. (İ.P/219)
- Sirkesini, sarımsağını sayan paçayı yiyemez. (Ö.A.A/91)



Ayrıca Türk atasözlerinde, işe başlamadan uygulanacak sistemin ve kullanılacak araç-gereçlerin doğru planlanması gerektiği vurgulanmıştır.

- Araba ile tavşan avlanmaz. (Ö.Ç/86)
- Şahin ile deve avlanmaz. (MEB/9408)
- Dut kurusu ile yâr sevilmez. (A.S/88)
- Boş torba ile at tutulmaz. (A.S/63)
- Tek kürekle mehtaba çıkılmaz. (MEB/9619)
- Tek kanatlı kuş uçmaz. (Ö.A.A/94)
- Kanatsız kuş uçmaz(olmaz, onmaz). (İ.P/184)
- Püf demeye dudak ister. (İ.P/249)
- Arpa unundan kadayıf olmaz. (Ö.A.A/48)
- Arık etten yağlı tirit olmaz. (İ.P/25)
- Darı unundan baklava, incir ağacından oklava olmaz. (MEB/3323)
- Şimşek çakmadan gök gürelemez. (Ö.A.A/93)
- Boşuna çalışmak akıntıya kürek çekmek olur. (MEB/2526)
- Deveye “inişi mi seversin, yokuşu mu?” demişler, “düze kıran mı girdi?” demiş. (İ.P/87)
- İrmak kenarında çeşme yapılmaz. (Ö.A.A/72)
- Bostan gök iken pazar(-lık) yapılmaz. (Ö.A.A/54)
- Denizdeki balığın pazarlığı olmaz. (Ö.A.A/60)
- Aba vakti aba alan, yaba vakti yaba alan yanılmamış. (MEB/9)
- Silah hazırlayan fayda bulur, silah unutan tutsak olur. (D.L.T/163)
- Ay ışığında ceviz silkilmez. (MEB/1480)
- Çalı çırpıyla ev yapılmaz harç ister. (MEB/2884)
- Uygun olmayan yerde değirmen kurarsan, yararsız zamanda yar peyda olur. (D.L.T/152)
- Çürük bina temel tutmaz. (MEB/3212)
- Çürük iple kuyuya inilmez. (MEB/3214)
- Çürük merdivenle dama çıkılmaz. (MEB/3215)

- Çürük tahta çivi tutmaz. (MEB/3216)/ Çürük tahta mih tutmaz. (MEB/3217)
- Kötü demirden kılıç olmaz. (MEB/7723)
- Mayasız yoğurt tutmaz (çalınmaz). (İ.P/223)

Yapılan hiçbir iş, önemsiz gibi görülmemelidir. Büyük işler, küçük işlerin toplamından oluşur.

- Bir mıhtan ötürü nal, naldan ötürü bir at kaybolur. (MEB/2350)
- Bir mih bir nal kurtarır, bir nal bir at kurtarır, bir at bir er kurtarır, bir er bir vatan kurtarır. (MEB/2349)
- Damlaya damlaya göl olur. (A.S/79)
- Akmasa da damlar. (A.S/30)

#### **4.1.3.6. Yaratıcılık ve Yenilikçilik/İnovasyon**

Yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesiyle sonuçlanan düşünme süreci olarak tanımlanabilecek yaratıcılık, yenilikçilik ve dolayısıyla girişimciliğin temel taşıdır. Yaratıcı düşünce bilgi, hayal gücü ve zamanın bir bileşimidir (Akın H. , 2010: 81).

Yaratıcılık faaliyetlerinin gerçek dünyaya taşınması, yani realize edilmesi girişimcinin temel farklılığıdır ve bu süreç yenilikçilik olarak adlandırılır. Yenilikçiliği yaratıcılık faaliyeti meydana getirir, onun kıvılcımı, kaynağıdır. Yenilik, yaratıcı fikirleri, tüketici hizmetlerini geliştirecek, maliyetleri düşürecek ve organizasyon için yeni kazançlar oluşturacak somut ürün ve süreçlere dönüştürecek bir süreçtir. Yenilik kişiler arasında meydana gelen sosyal bir olgu iken yaratıcılık, kişinin içinde olan, bireye ait olan bilişsel bir süreçtir (Akın H. , 2010: 82).

Yenilikçiliğe ve yaratıcılığa vurgu yapan Türk atasözleri, yaratıcılık bileşimleri göz önünde bulundurularak incelenmiştir.

#### **Bilgi kavramı;**

Bilgi, tarih boyunca “güç” olarak algılanan bir kavram olmuştur. Bunun sebebi ise bilginin, yaşamın temeline yerleşmiş olmasıdır. Çünkü verim ve yeniliklerle yaratılan değerler bilginin işe uygulanması sonucu ortaya çıkar (Güçlü ve Sotirofski, 2006: 351).

Bilgi, üretilen, yapılan, satılan ve satın alınan şeylerin asıl bileşeni haline gelmiş bulunmaktadır. Dolayısıyla bilgiyi yönetmek bireylerin, örgütlerin ve ülkelerin en önemli ekonomik görevi haline gelmiştir. Çünkü bilgi, sanayi ve hizmetler sürecinde daha fazla kullanılmakta ve üretimde işgücü ve sermayeden daha önemli bir unsur haline gelmektedir (Ağır, 2007: 14).

Sürekli bilgi edinen değil, bilgi üreten bir toplum olma sürecinde bireylerin bilgi toplumunun oluşumuna katkı sağlayacak biçimde yetiştirilmesi süreci Türk atasözlerine de yansımış, bireylerin bilişsel yeterliliklerinin gelişmesine hep vurgu yapılmış, işlevsel bir toplum yapısı adına bilmezlik ve cahillik ise kaçınılması gereken bir durum olarak görülmüştür. Eğitimli dolayısıyla bilgi donanımı yeterli bireylerin eleştirel düşünce becerileri gelişmiş, çağın gereklilikleri doğrultusunda toplumsal değişimleri ateşleyebilen, düşündüğünü söyleyebilen, eleştirel düşünce sistemine sahip ve yaratıcı bireyler olarak bilgi toplumunun oluşumuna katkı sağladıkları atasözlerine de yansımaktadır (Yaşar, 2007: 148).

- Bilen bilir, bilmeyen aslı var sanır. (MEB/2151)
- Bilen ile bilmeyen bir olmaz. (MEB/2152)/ Bilen ile bilmeyenin hali bir midir? (MEB/2153)
- Saadet belgesi bilgi (D.L.T/103)
- İşaret olsa yol şaşılmaz, bilgi olsa söz sapılmaz. (D.L.T/167)
- Boş çuval ayakta durmaz. (A.S/63)
- Akıl bir attır, dizgini arifin elinde gerek. (MEB/508)
- Arife tarif ne lazım (MEB/1074)
- Arif olan buluttan nem kapar. (MEB/1070)
- Arif olan tez duyar. (MEB/1072)
- Arifin elinde, zarifin belinde (MEB/1076)
- Arif olana bir söz yetişir. (MEB/1073)
- Arif isen bir gül yeter kokmağa, hoyrat isen gir bahçeye yıkmağa. (MEB/1068)
- Arı bal alacağı çiçeği bilir. (MEB/1045)
- Bilerek yapan aldanmaz. (MEB/2156)
- Bilmemek ayıp değil, öğrenmemek ayıp. (MEB/2164)
- Çalıda gül bitmez, cahile söz yetmez. (MEB/2888)

- Cahil adam meyve vermeyen ağaca benzer. (MEB/2690)
- Cahil olan kimse vakitsiz öten horoz gibidir. (MEB/2693)
- Cehalet daima nedamete sebep olur. (MEB/2769)

#### **Zaman kavramı;**

- Vakit nakittir. (İ.P/288)
- Terazi tartıyla, her şey vaktiyle (A.S/192)
- Zaman sana uymazsa, sen zamana uy. (MEB/10536)
- Zaman zamana uymaz. (MEB/10537)
- Zamana uymak gerek. (MEB/10538)
- Zaman insana her şeyi öğretir. (MEB/10533)
- İnsanı zaman kadar terbiye eden bir şey yoktur. (MEB/6357)

#### **Hayal kavramı;**

Hayal etmekle ilgili birebir örtüşen Türk atasözü bulunmamaktadır. Bunun için, düşünmek, istekli olmak ve ümit kavramları üzerinde durulmuştur.

- Düşüne düşünce görmeli bir işi, sonra pişman olmamalı kişi. (MEB/4120)
- İstek olmadıkça, taamın tadı olmaz. (MEB/6404)
- Gönülsüz yenen aş ya karın ağrıtır ya baş. (A.S/111)
- Namaza meyli olmayanın kulağı ezanda olmaz. (A.S/163)
- Dünyada ümitsiz yaşanmaz. (MEB/4070)
- Umut, fakirin (garibin) ekmeğidir. (A.S/196)
- Dünya ümit dünyasıdır. (MEB/4055)
- Arzudan ümit kesilmez. (MEB/1155)
- Gönül ferman dinlemez. (A.S/110)
- Gönül kocamaz (A.S/111)
- İnsanı ümit, deveyi hamut yaşatır. (MEB/6356)
- Çıkmadık candan umut kesilmez. (İ.P/71)
- Tilkiye: “tavuk kebabı yer misin?” demişler; “adamın güleceğini getiriyorsun” demiş. (A.S/194)
- İnsan bir umutta doğar, bir umutta ölür. (MEB/6320)

- Aç tavuk, kendini arpa(buğday) ambarında sanır(düşünde darı görür). (A.S/15)

#### **4.1.3.7. Güçlü Olma İhtiyacı/ Nam Bırakma**

Başarılı girişimci kendine özgü bir şeyler gerçekleştirmek ve bu gerçekleştirdiğiyle anılmak arzusunda olan kişidir (Tekin, 2012: 16).

Türk atasözlerinde, nam bırakmaya ve güçlü olmaya vurgu yapılmıştır.

- Yiğit lakabıyla anılır. (Ö.Ç/481)
- At ölür meydan kalır, yiğit ölür şan kalır. (MEB/1287)
- At ölür nal kalır, yiğit ölür namı kalır. (MEB/1288)
- Ölürse yer beğensin, kalırsa el beğensin. (İ.P/242)
- Yavuz at yemini (yavuz it ününü) kendi arttırır. (İ.P/298)
- Yürük at yemini, kendi arttırır. (İ.P/306)
- Mühür kimde ise Süleyman odur. (A.S/162)
- At binenin; kılıç kuşananın (İ.P/31)
- Büyük balık küçük balığı yutar. (İ.P/63)
- Alçak yer yiğidi hor gösterir. (TDK)

“Mühür kimde ise Süleyman odur”, “At binenin; kılıç kuşananın” ve “Büyük balık küçük balığı yutar” atasözlerinde; güç ve yönetme yetkisi kimde ise söz sahibinin de o olacağına vurgu yapılmıştır.

“Yavuz at yemini(yavuz it ününü) kendi arttırır” ve “Yürük at yemini, kendi arttırır” atasözlerinde; yaptıkları işlerde başarılı olan kişilerin halk arasında ünlerinin artacağına vurgu yapılmıştır.

#### **4.1.3.8. İnsanlarla İlişki Kurabilme Yeteneği/ İletişim Gücü**

İletişim gücü; girişimcinin bireysel kalitesinin ana unsurlarından biridir. Bireysel ve örgütsel iletişimin etkin ve verimli biçimde yürütülmesi için çok önemli bir kalite boyutudur (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 28).

Girişimci, insanlarla üst düzeyde ilişki kurabilen, insanları ikna yeteneği güçlü olan, insanlara toleranslı davranabilen, insanların kıymetini bilen, iletişim gücü yüksek olan kişidir.

Türk atasözlerinde de insan ilişkilerinin önemli olduğu, karşılıklı anlayışın olması gerektiği anlatılmıştır.

- Adam adama yük değil, cam gövdeye mülk değil. (A.S/17)
- Adamın kıymetini adam bilir. (MEB/186)/ İnsanın kıymetini, insan bilir. (MEB/6334)/ İnsan olmayan insan kadrini bilmez. (MEB/6342)
- Adam adam kadri bilir, sarraf, altın kıymetini (MEB/165)/ Adam adamın, sarraf altının kadrini bilir. (MEB/173)
- Bıçağı kestiren kendi suyu; insanı sevdiren kendi huyu (İ.P/51)
- Kötülük her kişinin kârı, iyilik er kişinin kârı (A.S/154)
- Çalma (elin) kapısını; çalarlar kapını (İ.P/69)
- Gönülden gönüle yol vardır. (MEB/5245)/ Kalpten kalbe yol vardır. (A.S/140)
- Gönül yapmak arş yapmaktır. (MEB/5244)
- Gönül bir sırça saraydır(kırılırsa yapılmaz). (İ.P/124)
- Adam olana bir söz yeter. (MEB/191)
- Adama bir kere derler. (MEB/205)
- Sen bilirsin deyince (değirmende) kavga olmaz. (A.S/179)
- İnsan konuşarak, hayvan koklaşarak (D.L.T/92)/ İnsan söyleşe söyleşe (konuşa konuşa), hayvan koklaşa koklaşa (A.S/132)
- Say beni, sayayım seni. (A.S/179)
- Sev beni seveyim seni (A.S/180)
- Tatlı ye, tatlı söyle. (A.S/191)
- Söz var iş bitirir, söz var baş yitirir. (A.S/184)
- Tatlı dil yılanı deliğinden çıkarır. (İ.P/275)
- İnsanın eti yenmez, derisi giyilmez; tatlı dilinden başka nesi var? (A.S/133)
- Acı söz er belini büker. (A.S/12)
- Her şey incelikten, insan kabalıktan kırılır. (İ.P/150)
- Bıçak yarası geçer, dil yarası geçmez. (A.S/56)
- Erdemin başı dil(dir). (D.L.T/56)
- İyilik eden iyilik bulur. (A.S/137)

- İyilik(muhabbet), iki baştan (mermer iyi taştan) olur. (İ.P/178)
- İyi insanın kemikleri erir, adı kalır. (D.L.T/47)
- İyilikle gel, kötülükle gelme. (D.L.T/48)
- İyilik et denize at, balık bilmezse Halik bilir. (A.S/137)
- Zorla güzellik olmaz. (A.S/210)
- İslam'ın şartı beş, altıncısı insaf demişler. (A.S/133)

#### 4.1.3.9. Ekip-Takım Çalışmasına Yatkınlık

Başarılı girişimci ekip çalışmasına önem vererek daha güçlü olunacağını farkında olan kişidir. Türk atasözlerinde de birlikten kuvvet doğacağını, insanın tek başına bir güç olamayacağını üzerinde durulmuştur.

- Bir elin nesi var, iki elin sesi var. (MEB/2274)
- Birlikten kuvvet doğar. (İ.P/57)
- Baş başa vermeyince taş yerinden kalkmaz.(A.S/54)
- El elden üstündür. (A.S/96)
- El el ile değirmen yel ile (A.S/94)
- Bir elin şamatası çıkmaz. (MEB/2275)
- El eli yıkar, el de yüzü (A.S/96)
- Akıl akıldan üstündür. (MEB/505)
- Âdem âdeme gerektir. (MEB/229)
- Adam adam sayesinde adam olur. (MEB/166)
- Adam adama gerek olur, iki serçeden börek olur. (MEB/167)
- Altın eşik, gümüş eşige muhtaç olur. (A.S/37)
- Ağaç yaprağıyla gürler (güzeldir). (A.S/22)
- Can canın yoldaşdır. (A.S/68)
- Yalnız kalanı kurt yer. (A.S/201)
- Sürüden ayrılanı (ayrılan koyunu/kuzuyu) kurt kapar. (İ.P/269)
- Yalnız taş duvar olmaz. (A.S/201)
- Yalnızlık Allah'a mahsustur(yaraşır). (A.S/201)
- Yol sormakla bulunur. (A.S/206)
- Danışılmış bilgi güzelleşir, danışılmamış bilgi parçalanır. (D.L.T/85)
- Danışan dağı aşmış, danışmayan yolu şaşmış. (A.S/79)

#### 4.1.3.10. Sabırlı Olmak

“Sabrın sonu selamettir (A.S/176)” Türk atasözünden ilham alınarak bu başlık en sona bırakılmıştır.

Sabır, başarının temel taşlarından biridir ve bireysel kalite açısından son derece önemlidir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 28).

- Sabreden derviş, muradına ermiş. (A.S/175)
- Sabreyle işine, hayır gelsin başına. (A.S/176)
- Sabır ile bitmez iş olmaz. (MEB/8864)
- Sabır acıdır, meyvesi tatlıdır. (MEB/8861)
- Sabır meserretin, acele nedametın anahtarındır. (MEB/8866)
- Sabır maksadın en kestirme yoludur. (MEB/8865)
- Sabır ile koruk helva olur, dut yaprağı atlas. (Ö.A.A/89)
- Sabır hayırlıdır, tahammülü güç olmasa (MEB/8863)
- (Avcı) beklemekten sıkılmazsa boz kuş tutar, acele etmezse ak kuş tutar. (D.L.T/42)
- Cehd ve sabırla, sıçan tahtayı deler. (MEB/2770)
- Terazi var, tartı var; her bir şeyin vakti var. (Ö.A.A/95)

Türk atasözlerinde, yaşanan başarısızlıklara sabretmek gerektiği ve sonunda başarının mutlaka geleceği anlatılmıştır.

- Allah gümüş kapıyı kaparsa altın kapıyı açar. (A.S/34)
- Allah bir kapıyı kaparsa, bin kapıyı açar. (MEB/762)/ Allah bir kapıyı kaparsa, diğerini açar. (Ö.Ç/78)
- Allah'tan umut kesilmez. (A.S/34)
- Kara gün kararıp kalmaz(durmaz). (Ö.A.A/75)
- Gecenin en karanlık vakti sabaha yakın olan zamandır. (MEB/5075)
- Kıştan sonra bahar olur. (MEB/7376)
- Gün doğmadan neler doğar. (MEB/5392)



## SONUÇ VE TARTIŞMA

Son yıllarda ülkelerin gelişmişlik düzeyini belirleyen en önemli konulardan birisi de girişimciliktir. Girişimciler; sundukları yeni fikirler, ortaya koydukları yeni ürünler, kurdukları yeni işletmeler ile ülke ekonomisine çok büyük katkı sunmaktadırlar. Bir ülke için girişimci; ülkesini kalkındıran, başka ülkelerle rekabet edilmesini sağlayan, ülkedeki işsizliğin azalmasını sağlayan en önemli güç kaynağıdır. Bunun için, ülkelerin girişimci sayısını ve girişimciliğini arttırması gerekir. Yapılan bu araştırmanın amacı da, girişimcilik olgusuna katkıda bulunmaktır. Girişimci içinde bulunduğu kültürün bir parçasıdır ve ondan etkilenir. Kültür bir toplumun aynası gibidir ve toplumun kendisinde geçmişini, geleceğini kısacası özünü bulmasını sağlar. Atasözleri de bu özün söze dökülen halidir. Bundan dolayı, yapılan araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak Türk atasözlerinin girişimcilik olgusuna yaklaşımını bulmak amaçlanmıştır. Türk atasözleri yedi farklı kaynaktan doküman incelemesi yapılarak elde edilmiştir.

Türk atasözleri; girişimci olmaya yönelten sebeplere, girişimci olmayı engelleyen sebeplere ve girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözleri şeklinde sınıflandırılarak incelenmiştir. Kültürün girişimciliğe etkileri de göz önünde bulundurularak sonuca ulaşılmıştır. Girişimci olmayı engelleyen sebeplere vurgu yapan 62 Türk atasözü, girişimci olmaya yönelten 43 Türk atasözü ve girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan 311 Türk atasözü bulunmuştur. Bu bulgular, Türk toplumunun girişimcilik özelliklerini taşıdığına göstergesidir. Girişimciliğe yönelten sebeplerin ve girişimcide olması gereken özelliklerin, girişimci olmayı engelleyen sebeplerden fazla olması; girişimciliği engelleyen sebeplerin ortadan kaldırılabilmesinin de göstergesidir.

Girişimcilik ve kültür konusunda yapılan literatür araştırmasına göre; Hofstede'nin(1980) yaptığı araştırmalar da toplumların kültürden etkilendiğini ve bunun girişimcilik faaliyetlerine yansıdığını kanıtlar niteliktedir. Hofstede(1980) belirsizlikten, risk almaktan kaçınmayan toplumlarda bireyciliğin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Bireyciliğin yüksek olduğu toplumlarda ise yenilikçiliğin ve girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Bireyciliğin yüksek olduğu toplumlarda; kişisel istekler, bağımsızlık isteği, bireysel olarak yeni şeyler gerçekleştirme isteği ön plandadır. Toplumculuğun yüksek olduğu toplumlarda ise; grubun istekleri, ekip çalışması, topluma/ülke ekonomisine faydalı olma isteği ön plandadır. Türkiye'de yapılan çalışmalar sonucunda; Türk insanının risk almaktan korktuğu, belirsizlikten kaçındığı ve Türklerde toplumculuğun yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Hofstede, 1980).

Türk atasözlerine yönelik yapılan içerik analizi sonucuna göre ise; Türk toplumu risk almaktan korkan(8) bir toplum değil, aksine risk alan(22) ve cesur olan(8) bir toplum olduğu düşünülmektedir. Ayrıca incelemeye alınan atasözleri dikkate alındığında Türk toplumu; toplumculuğun yüksek olduğu bir toplum değil, bireyciliğin yüksek olduğu bir toplum olduğu düşünülmektedir. Çünkü ekip/takım çalışmasına yatkınlık(21) ve ülke ekonomisine katkıda bulunma isteği(3) ile ilgili bulunan atasözleri; para kazanma/ekonomik yarar sağlama isteği(25), yeni bir buluş ve fikri piyasaya sunma isteği(11) ve güçlü olma ihtiyacı(10) ile ilgili bulunan atasözlerinden azdır. *“Korkak bezirgân ne kâr eder ne de zarar”, “atın ölümü arpadan olsun”, “at ölür meydan kalır, yiğit ölür şan kalır”*... Ayrıca risk almaktan korkmayan toplumlarda, yenilikçiliğin dolayısıyla girişimciliğin ön planda olduğu savunulmuştur. Girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözlerinde, yaratıcılık ve yenilikçiliğin (41) üçüncü sırada olması da Türk toplumunun hem bireyselliğini hem de girişimciliğini ispatlar. *“Arif isen bir gül yeter kokmağa, hoyrat isen gir bahçeye yıkmağa”, “zamana uymak gerek”*...

Eril ve dişil toplum özelliklerine göre; eril toplumların baskıcı, saldırgan, dediği dedik, yarışmacı, egemen vb. özellikleri taşıırken dişil toplumların ise merhametli, şefkatli, sıcak, başkalarına karşı duyarlı, nazik vb. özellikleri taşıdığı tespit edilmiştir. Hofstede(1980) yaptığı çalışmalar sonucunda Türkiye'nin dişil toplum özelliklerine sahip olduğunu tespit etmiştir. Türk atasözlerini inceleme

sonucumuz da bu tespiti doğrulamıştır. İnsanlarla ilişki kurabilme yeteneği/iletişim gücü (30) girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözlerinde dördüncü sırada yer almaktadır. *“Adam adamın, sarraf altının kadrini bilir”*, *“gönülden gönüle yol vardır”*...

Weber (1982), İslam toplumlarında Protestan Çalışma Ahlakının gelişmediğini savunmuştur. Kapitalist ruhu ifade eden; çalışkanlık, başarı ihtiyacı, yoksulluğa karşı olmak gibi özelliklerin İslam toplumlarında olmadığını, tam tersine uhrevi çileciliğin var olduğunu savunmuştur. Eren (2013) ve Arslan (2012) ise yaptıkları araştırma ile Weber'in (1982) savının doğru olmadığını iddia etmişlerdir.

İslam'a göre insan kısa olan dünya hayatı için değil sonsuz olan ahiret hayatı için yaratılmıştır. Ancak bu İslam'ın sadece ahirete önem verdiği anlamına gelmemektedir. İslam insanların dünya ve ahireti dengelemeleri gerektiğini savunurken, dünyayı tamamıyla terk edencesine bir yaşam sürmelerini doğru karşılamaz. Her ikisine de hak ettikleri değer kadar önem verilmesini ister (Eren, 2013: 373).

Türk atasözlerinde de, para kazanma isteği (25) ile ilgili atasözlerinin dünya malına önem vermemek (7) için söylenen atasözlerinden fazla olduğu tespit edilmiştir. *“Mal canın yongasıdır”*, *“adamı adam eyleyen paradır, parasız adamın yüzü karadır”*, *“aç ölmekten tok ölmek yeğdir”*...

İslam inancı bu dünyayı ihmal eden bir inanç değildir. Sahihliği tartışmalı da olsa *“hiç ölmeyecekmiş gibi bu dünya için yarın ölecekmiş gibi öte dünya için çalışınız”* hadisi en azdan İslami kültürün çalışma hayatına yaklaşımını göstermektedir. Çalışma ve iş İslam'da hem bir görev hem de bir ibadet olarak ele alınmaktadır. Tembellik ve aylaklık da İslam'da şiddetle kınanmıştır. Bu konudaki diğer bir hadiste şöyle denmektedir: *“Bir kişinin pazarda hamallık yapması dilenmesinden kat kat üstündür.”* (Arslan, 2012: 172).

Türk atasözlerinde de; azimli, gayretli ve çalışkan olmanın önemine vurgu yapılmıştır. Girişimcide olması gereken özelliklerde, çalışkan olmanın ikinci sırada olması Türk atasözleri için de çalışkanlığın ne kadar önemli olduğunun göstergesi olmuştur. Ayrıca; Türk atasözlerinde azim/gayret (66)e, kanaatkâr olmak (30)tan ve kaza-kadere rıza göstermek (17)ten daha fazla vurgu yapıldığı tespit edilmiştir.

*“Emeksiz (emek olmazsa) yemek olmaz”, “hareket olmadıkça bereket olmaz”, “Allah balmumu yakana balmumu, yağmumu yakana yağmumu verir.”...*

Weber’e (1982) göre İslam toplumlarında kapitalist ruhun gelişmemesinin nedenlerinden birisi de; cihat ruhu (İslam savaşçı ahlakı) dur. Weber cihat ruhunu; başka ülkelerin zenginliklerine el koyma ve talan etme şeklinde açıklamıştır. Kaplan (2015) ise Weber’in bu savını şu cümlelerle eleştirmiştir: *“Türkler münasebette bulunduğu veya idaresi altına aldığı kavimlere saygılı ve âdil olmasını bilmiştir. Anadolu Türkü’nün başarısını sadece kılıç kuvvetiyle izaha kalkışmak çok yanlış bir görüştür. Anadolu Türk devlet ve medeniyetini kuranlar sadece gaziler değildir. Mevlana, Hacı Bektaş Veli ve Yunus Emre gibi, bütün insanlığı sevgi ile kucaklayan ve birleştiren velilerin de bunda büyük rolü vardır. Anadolu’yu fetheden Türkler her yerde mimari eserlerde bırakmışlardır. Bunlar Türklerin yiğitlik ve kahramanlığına adaleti, sevgiyi, müsamahayı, zarafet ve inceliği katmıştır.”* (Kaplan, 2015: 34).

Türk atasözleri de Kaplan’ın (2015) savının doğruluğunu kanıtlar niteliktedir. İnsani ilişkilerin, iyilik yapmanın, sevginin ve saygının önemine Türk atasözlerinde de değinilmiştir. *“İnsanın kıymetini, insan bilir”, “Kötülük her kişinin kârı, iyilik er kişinin kârı”...* Ayrıca girişimcide olması gereken özelliklere vurgu yapan Türk atasözlerinin kod sıklıklarında insani ilişkilere önem vermenin dördüncü sırada olması da bu savın doğruluğunu bir kez daha kanıtlar.

Elde ettiğimiz sonuçlar Türk toplumu açısından Weber’in savlarının tam tersini iddia etse de o dönemin şartları açısından değerlendirilmesi daha doğru olabilir ve Weber’in haklı bir savunma yaptığı düşünülebilir. Türk atasözleri bulgu sonuçlarına göre girişimci olmaya yönelten sebeplerin, girişimci olmayı engelleyen sebeplerden fazla olması Türk toplumunda girişimcilik ruhunun var olması ile ilgili olmak yerine, atalarımızın girişimcilik ruhunu aşılama için öğütler vermeleri sonucunda da gerçekleştiği söylenebilir.

Atasözleri bir milletin hayat pınarları, canlı birer ibret vesikalarıdır. Yaşadığımız kültürün ve hayat şeklinin özü, kalıplaşmış bir şekli olan atasözleri dünü bugüne, bugünü düne bağlayan mirastır. Birkaç kelimedden oluşmasına rağmen insan, tabiat, cemiyet hayatı, ahlâk, felsefe, töre ve inanç gibi nice konuları içine alan, yine birkaç kelimeye Türk dünyasını sığdıran atasözleri, milli bir varlık olarak

halk kitlelerinin engin hayat tecrübelerinden doğmuştur (Kavas, 1991: 35). Yaptığımız araştırma gösteriyor ki bu engin hayat tecrübeleri girişimcilik olgusuna da katkı sunmuştur. Öyleyse bu katkıdan faydalanılmalıdır. Türk milletinin ilerlemesi, gelişmiş ülkeler seviyesine yükselmesi için önemli olan girişimcilik olgusu için de bu kıymetli sözlerden ilham alınmalıdır. Türk toplumu, özünde girişimcilik ruhu var olmasına rağmen girişimcileri “yeni icat çıkarma”, “gereksiz maceralara atılma”, “dünyayı sen mi kurtaracaksın?” sözleriyle bastırmakta ve girişimcilerin hayallerine prangalar vurmaktadır. Kendi kültür yapısını bilen, yaşamın ve yaşanmışlığın mimarı atalarımız her söze kulak asmamak gerektiğini anlatmak için de öğütler vermiştir. “*El ağzına (sözüne) bakan, karısını tez boşar.(İ.P/100)*”, “*elin ağzı torba değil ki (çekip) büzesin.(İ.P/103)*” Elde edilen bulgular gösteriyor ki ataların her söze söyleyeceği bir cevabı bulunmaktadır. Öyleyse gençlere girişimcilik aşılırken Türk atasözleri yol gösterici olmalı, girişimcilik dersleri, Türk atasözleri ile kalıplaşmış cümlelerden kurtarılmalıdır. Kendi milletimizi girişimciliğe teşvik etmek için kurulan kurum ve kuruluşların duvarları, girişimcide olması gereken özelliklere ve girişimci olmaya yönelten sebeplere vurgu yapan Türk atasözleri ile süslenmeli, girişimcilik sadece üniversite öğrencilerine ya da yetişkinlere verilen bir eğitim olmaktan çıkarılmalı; ilkokullarda ve ortaokullarda da girişimcilik eğitimi verilmelidir. Atalarımız “*ağaç yaş iken eğilir.(A.S/21)*” sözüyle önerimizi desteklemiştir. Öyleyse girişimcilik tutkusu insanlara küçük yaşlarda aşılmalıdır. Kültürümüzün en önemli parçası olan atasözlerimizle çocuklar özüne döndürülmeli ve geçmişinde var olan girişimcilik ruhu ile geleceğin girişimci devleri olarak yetiştirilmelidir. Atalarımız “*ön tekerlek nereden giderse, arka tekerlek de oradan gider(İ.P/243)*” sözüyle geçlerin ve çocukların kendilerini örnek alacaklarına, kendilerinin yolundan gideceklerine inanmış ve buna vurgu yapmışlardır. Kısacası; özümüze, kültürümüze, atasözlerimize sıkı sıkı sarılalım, çünkü geçmişin hataları da geleceğin ve gençliğin kurtuluşu da oradadır.

Araştırmanın katkılarına literatür açısından bakıldığında ise elde edilen bulgular Esen ve Yılmaz’ın (2015) araştırma sonuçları ile uyumludur. Ancak bu araştırmayı Esen ve Yılmaz’ın (2015) çalışmasında farklı kılan unsurlar vardır. Bu çalışmada yedi farklı kaynak analiz edilmiş ve girişimci olmaya yönelten ve girişimci olmayı engelleyen sebeplerin yanı sıra girişimcide olması gereken özelliklere vurgu

yapan atasözlerine de değinilmiştir. Gelecek araştırmacılara öneri olarak bu genişlikte ve bu boyutlarda bir araştırmanın deyimler üzerinde yapılması, lider ve yöneticinin özelliklerine dair Türk atasözlerinin araştırılması sunulabilir.



## KAYNAKÇA

- Ağır, A. (2007). Bilişim Toplumuna Geçiş Sürecinde Bilgi Yönetimi Yaklaşımı. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(30), 5-17.
- Akın, A. (2008). Doğudan Batıdan: Bir kültür öğesi olan "Türk Atasözleri'nin "Yönetim Paradigmaları" açısından incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(12), 1-29.
- Akın, A. (2010). Kültür penceresinden Türk İş Sisteminin temelleri ve atasözleri bağlamında bir model. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 809-838.
- Akın, H. (2003). Türkiye'de Girişimcilik ve Memurluk Üzerine Mustafa Suphi ve Prens Sabahattin'den Mülhem Bir Analiz. *Piyasa Dergisi*, 6(7), 29-51.
- Akın, H. (2010). *Girişimcilik, İş Kurma ve Yönetim* (1. b.). Ankara: Adres Yayınları.
- Aksoy, Ö. A. (1970). *Atasözleri ve Deyimler*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Aksoy, Ö. A. (1971). *Atasözleri Sözlüğü-I*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Aksoy, Ö. A. (1988). Atasözleri, Deyimler. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı Belleten*(217), 131-166.
- Akün, Ö. F. (2006). Atalar Sözüne Dair. *Türklük Bilimi Araştırmaları (TÜBAR) Dergisi*(19), 117-119.
- Arslan, M. (2012). *İş ve Meslek Ahlakı Dünya ve Türkiye Örnekleri*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Arslanoğlu, İ. (2000). Kültür ve Medeniyet Kavramları. *Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*(15), 243-255.
- Arslantaş, C. C. (2001). Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik. *Yönetim Dergisi*(38), 17-23.
- Avcı, C. (2014). Türk Atasözlerinde Borç ve Borçluluk. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(28), 61-68.

- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15), 139-160.
- Aytaç, Ö.ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür:Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(18), 101-120.
- Başar, M., Tosunoğlu, B.ve Demirci, E. (2001). Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası İş Planı. Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası Yayını.
- Başfıncı, Ç. (2015). Türk Atasözlerinde Alışveriş Olgusu. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 95-116.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). *Dünyada ve Türkiye'de Girişim Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bozkurt, Ö. Ç.ve Alparlan, A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi:Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Bozkurt, Ö.ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.
- Bozkurt, V.ve Baştürk, Ş. (2009). KOBİ Girişimcilerinde Risk ve Belirsizlik Algıları: Bursa Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(2), 43-74.
- Cabar, H. (2006). Türkiye'de Girişimcilik Kültürünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim-Organizasyon Bilim Dalı.
- Cin, H.ve Günay, G. Y. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 7-32.
- Çağlar, İ. (2001). Yönetim-Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma. *G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 3(3), 125-148.
- Çalışır, G. (2016). İletişim ve Halkla İlişkiler Bağlamında Girişimcilik: Kadın Girişimcilik. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 02(01), 89-103.
- Çarıkcı, İ. H.ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci-Toplumcu Kültür Ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(3), 1-18.



- Çavuş, M. F.ve Akgemci, T. (2008). İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayiinde Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(20), 229-244.
- Çerik, Ş. (2002). Ailelerin Gençlere Karşı Tutumları ve Gençlerin Ailelerinin Tutumlarını Algılayışlarına Yönelik Üniversite Gençliği Üzerinde Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 2(1), 21-24.
- Çetin, F.ve Varoğlu, A. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2), 51-66.
- Çilingir, Z. (2015). Türk Atasözleride Tüccarlık Zanaatı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(34), 173-184.
- Çobanoğlu, Ö. (2003). Karşılaştırmalı Atasözleri Bağlamında Türk Dünyası Atasözlerinde Sosyo-Kültürel Süreklilik ve Değişme Üzerine Tespitler. *Türkbilig Dergisi*(5), 3-12.
- Çobanoğlu, Ö. (2004). *Türk Dünyası Ortak Atasözleri Sözlüğü*. Ankara: Atatürk Yüksek Kurumu, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Demirel, E. T. (2003). Girişimcilik Kültürü. *Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı.
- Demirel, E. T. (2013). Yaşam Amaçlarının Girişimcilik Düşüncesini Şekillendirmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 123-143.
- Demirel, E. T.ve Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.
- Demirel, E. T.ve Tikici, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin baskınlık Analizi ile Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 221-253.
- Dereli, A. (1985). *Türkçe Atasözleri Sözlüğü*. İstanbul: Salan Yayınları.
- Doğangün, B. (2013). 19.y.y.' dan Cumhuriyete Osmanlı İmparatorluğu'ndan Devralınan Girişimcilik Mirası. *Akademik Bakış Dergisi*(39), 1-21.
- Doğru, C. (2008). Osmanlı Toplumunda Kapitalist-Girişimci Sınıfın ve İnsan Tipinin Oluşumunu Engelleyen Faktörler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 75-91.

- Duran, C.ve Saraçoğlu, M. (2009). Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(1), 57-71.
- Duran, C., Büber, H.ve Gümüştekin, G. E. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksek Okulu Makine Programı Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 33-56.
- Durukan, T. (2006). Düünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Emre, S. (2007). Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması. *Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı.
- Erdoğan, Z. (2012). *Girişimcilik ve KOBİler Kavramlar, Sorular ve Çözüm Önerileri*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Eren, İ. (2012). Girişimcilik ve Din: Temel Kaynakları Çerçevesinde İslam'ın Girişimciliğe Bakışına Yönelik Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(1), 49-68.
- Eren, İ. (2013). İslam'ın Ekonomik Yapısında İnsan Modeli: Homo Economicus İle Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 367-384.
- Ersoy, H. (2010). Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 71-77.
- Esen, S.ve Yılmaz, E. (2011). Türk Atasözleri ve Deyimlerinde Girişimcilik Olgusu(SOSYO-EKONOMİK AÇIDAN BİR BAKIŞ). *Dumlupınar Üniversitesi*(30), 249-258.
- Gerber, M. E. (1997). *Girişimcilik Tutkusu*. (T. Keskin, Çev.) İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Gözek, S.ve Akbay, C. (2012). Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri ve Sorunları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 45-59.
- Güçlü, N.ve Sotirofski, K. (2006). Bilgi Yönetimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(4), 351-371.
- Gümüştekin, N. (2007). Kültür Kavramı ve Osmanlıdan Günümüze Kültürel Yapının İncelenmesi. *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu 38. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 317-326.

- Güneş, S. (2010). Türk Zekâsı ve Girişimcilik. *Dünya Türkleri Dergisi*, 2(3), 255-277.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular* (3. b.). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Güney, S.ve Nurmakhamatuly, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan Ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 62-86.
- Güney, S., Yalçın, Ö.ve Çetin, A. (2006). Girişimcilik ve Kültür. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi*, 1(2), 53-77.
- Güvenç, B. (2015). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Heyet. (1971). *Türkçe Sözlük*. İstanbul: Ak Kitabevi.
- Işık, N., Işık, H.ve Kılınç, E. C. (2015). Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme. *Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1(2), 57-90.
- Kahraman, Y., Mutlu, K.ve Arslan, S. (2011). Girişimciliğin Oluşumu ve Kültürle İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 349-361.
- Kaplan, M. (2015). *Kültür ve Dil*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Kara, M. (2007). Sosyal ve Kültürel Yapının Girişimcilik Üzerine Etkileri ve Türk Toplumundan Örnekler. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 12, 465-485.
- Karakuş, U.ve Keçe, M. (2012). Türk Atasözlerinde Doğal Çevre Algısı ve Çevre Eğitimi Açısından Önemi. *Türk Dünyası Dergisi*, 4(3), 131-145.
- Kavas, Y. (1991). *Açıklamalı - Örneklili Deyimler ve Atasözleri Sözlüğü*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Kaya, A. (2004). *Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*. Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Kaya, D. (1999). *Anonim Halk Şiiri*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kemikkıran, N. (2015). Güç Mesafesi Yüksekse Eşitsizlik Mi İstenir? *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 70(2), 317-344.
- Kılıç, R., Keklik, B.ve Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma:Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği.

- Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 423-435.
- Kılıç, S.ve Aydın, D. G. (2014). İktisadi ve Toplumsal Dönüşüm ve Yenilikçi Girişimci. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 143-158.
- Koçyiğit, E. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Kruger, M. E. (2004, April). Creativity In The Entrepreneurship Domain. *PhD Thesis*. University Of Pretoria the Faculty of Economic and Management Sciences.
- Kunday, Ö. (2014). Girişimci Olma Nedenleri ile Karşılaşılan Engeller Ürüsındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(2), 309-322.
- Kuşçu, Ü.ve Kuşçu, H. (1999). *Altın Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Macko, A.ve Tyszka, T. (2009). Entrepreneurship and Risk Taking. *Applied Psychology*; 58(3), 469-487.
- Mahmut, K. (1986). *Divan-ı Lügat-it Türk*. İstanbul: Toker Yayınları.
- MEB. (1971). *Türk Atasözleri ve Deyimleri I-II (Haz: Milli Kütüphane Genel Müdürlüğü)*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi .
- Meydan, C. H.ve Polat, M. (2010). Liderin Güç Kaynakları Üzerine Kültürel Bağlamda Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(4), 123-140.
- Müftüoğlu, M. T.ve Haliloğlu, N. (2013). *Nasıl Girişimci Olunur?* Ankara: Turhan Kitabevi.
- Okutan, E.ve Balaban, Ö. (2014). Kültürel Yapının Girişimcilik Eğilimine Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 8-26.
- Öğüt, A.ve Kocabacak, A. (2008). Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(23), 145-170.
- Ören, K.ve Biçkes, M. (2011). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri(Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 67-86.

- Özdemir, A. (2015). *Girişimcilik*. İstanbul: Gece Kitaplığı.
- Öztürk, A. (1986). *Türk Anonim Edebiyatı*. İstanbul: Bayrak Yayıncılık.
- Pala, İ. (2015). *Sözün Özünden Dünden Bugüne Atasözleri*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Sargut, A. S. (2015). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Saylan, U. (2011). Girişimcilik Kültürü: Balıkesir'de Turizm Sektörüne Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Sezer, C. (2013). Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi İle Belirlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 49-60.
- Shalley, C. E.ve Gilson, L. L. (2004). What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity. *The Leadership Quarterly* 15, 33-53.
- Sinan, A. T. (2015). *Türkçenin Deyim Varlığı*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Sönmez, A.ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.*, 21(2), 41-58.
- Su, A. (1988). *Atasözleri Sözlüğü*. İstanbul: Yeni Dünya Yayınları.
- Şahin, E. (2009). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(17), 287-309.
- Taşdelen, V. (2000). Türk Atasözlerinde Eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 33(1), 121-135.
- TDK. (1932, Temmuz 12). *Türk Dil Kurumu*. Mart 15, 2016 tarihinde Türk Dil Kurumu Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü: [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_atasozleri&view=atasozleri](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_atasozleri&view=atasozleri) adresinden alındı
- TDK. (1932, Temmuz 12). *Türk Dil Kurumu*. Ekim 25, 2016 tarihinde Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük: [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&view=gts](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts) adresinden alındı
- Tekin, M. (2012). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Konya: Günay Ofset.

- Terzi, A. R. (2004). Üniversite Öğrencilerinin Güç Mesafesi Belirsizlikten Kaçınma Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, VI(2), 65-76.
- Timuroğlu, M. K.ve Çakır, S. (2014). Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(2), 119-136.
- Top, S. (2012). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Topçu, N. (2011). *Yarıncı Türkiye*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Topkaya, Ö. (2013). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Teorisi: Girişimciliğin Ekonomik Büyüme ve İstihdam Boyutu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 29-54.
- Tutar, H.ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik(Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ulucan, S. (2015). Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı.
- Uluköy, M., Demireli, C.ve Kahya, V. (2013). KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 79-96.
- Uygun, M.ve Mete, S. (2012). Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 145-156.
- Yaşar, F. Ö. (2007). Bilgi Toplumu Bağlamında Türk Atasözlerinde "Eğitim" ve "Bilgi" Kavramları Üzerine Düşünceler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19), 146-158.
- Yelkikalan, N. (2007). 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 39-51.
- Yıldırım, A.ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, K. (2010). Nitel Araştırmalarda Niteliği Artırma. *İlköğretim Online Dergisi*, 9(1), 79-92.
- Yılmaz, E.ve Sumbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(21), 195-203.

Yılmaz, M. (2000). Türkçe Atasözlerinde Eğitim Anlayışı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 33(1), 137-145.



## EKLER

### EK-1: SÖZLÜK

KELİME	ANLAM
Aba:	1. Eskiden potur, hırka gibi giyecek yapımında kullanılan, yünden, yün dövülerek yapılan kaba, kalın bir tür kumaş 2. Bu kumaştan yapılmış, eskiden dervişlerin giydiği yakasız, bol ve uzun üstlük
Acele:	Çabukluk, tezlik.
Âdem:	İlk peygamber sayılan ve insanlığın babası olarak kabul edilen kimse, ilk insan. Âdem evladı: Kişi zade, asil, soylu kişi
Afet:	Musibet, bela, felaket. İnsanın önlemeye gücü yetmeyen kötü olay.
Ahir:	Son, en son
Âlem:	1.Cihan, kâinat. 2.Dünya. 3.Muhit, çevre.
Âlim:	Derin bilgi sahibi. Bilgin
Anonim:	1.Adi bilinmeyen, adsız. 2.Yazanı ya da yaratıcısı belli olmayan (yapıt).
Arbitraj:	Paha kazanmış hisse senedi, tahvil, döviz gibi değerli kâğıtları satarak daha kârlı gördüğü ya da yüksek verim getirme olasılığı bulunan başka değerli kâğıtlar satın alma işi.
Arık:	Eti, yağı kalmamış, zayıf. 2. Temiz, pâk.
Arif:	Anlaması, kavraması, sezgisi güçlü, anlayışlı (kimse).
Arş:	Gökyüzünün yedinci katı, en yüksek yeri
Arz:	Firmaların belirli bir fiyattan ve belirli bir zaman dilimi için piyasaya sunmak istedikleri mal ve hizmetlerin piyasaya sunulması için satıcıların ellerindeki imkanlara göre gösterdikleri istektir.
Asıl:	1.Taklit olmayan, gerçek, kendisi 2.Gerçeklik 3.Bir şeyin kaynağı, kökü
Aş:	Yiyecek pişmiş şey. Yemek.
Âşık:	Vurulmuş, tutkun, şiddetle seven, şiddetli ilgi duyan, bağlı.
Aşk:	Şiddetli sevgi, kuvvetli tutkunluk
Atalet:	1.Devinimsizlik, tembellik, çalışmadan oturma, gevşeklik, uyuşukluk. 2.İşsiz kalma, işsizlik.
Atlas:	1.Harita dergisi. 2.Yüzü ipek, tersi pamuk bir



	cins parlak kumaş.
Ayine:	Ayna
Azık:	Yola çıkanın yanına aldığı yiyecek.
Azim:	Bir işteki engelleri yenme kararı, başarıma kararı.
Bağ:	1.Ağaçlı, çiçekli yer. 2.Üzüm yetişen yer. Üzüm bağı.
Bahtiyar:	Mesut. Mutlu.
Bay:	1.Zengin, geliri çok 2.Bey
Bereket:	1.Bolluk 2.Çabuk bitmemek, devamlı olmak
Bezirgân:	1. Tüccar 2. Alışverişte aşırı kâr amacı güden kimse
Bilgin:	Âlim. Bilimi derin olan.
Bit:	Yarımkanatlılardan pis bir asalak
Bostan:	Meyve ve sebze yetiştirilen ve satılan büyük bahçe
Bulamaç:	Şeker, un ve yağdan yapılan koyu tatlı.
Cahil:	1.Bilmeyen. Okuması yazması olmayan 2.Dünyayı tanyacak kadar bile bilgisi olmayan kimse 3.Belli bir şeye bilgisi olmayan
Cefa:	Üzüntü, eziyet, fazla sıkıntı
Cehalet: (Cahiliyet):	Bilmezlik. Bilgisizlik.
Cehd:	Çaba göstermek
Cesaret:	Gözü yılmazlık, korkusuzluk, yiğitlik, yüreklilik, gözü peklik
Cesur:	Yiğit, yürekli, gözü pek
Cihan:	1.Dünya. 2.Evren.
Çalı:	Ağaçla ot arasında, çok dallı, çatallı, dikenli bitki
Çayır:	1.Üzerinde yeşil ot biten yer. 2.Çayırdaki yetişen bitki
Çırpı:	1.Dal döküntüsü 2.Tahta biçilmek için ağaçlara vurulan düzgün çizgiyi meydana getiren gergin ve boyalı ip
Çıyan:	1. Kırkayağa benzer pis bir böcek. 2. İnsanlara fenalığı dokunan kimse.
Çömçe:	Ağaçtan kaba saba yapılmış kepçe
Dam:	1.Ev örtüsü, çatı. 2.Üzerinde çatı olmayan düz yer. 3.Mesken, ev, konut. 4.Hayvan barındırılan üstü kapalı yer, ağıl, ahır. 5. Hapishane, cezaevi.
Darb-ı mesel:	Atasözleri
Darı:	(Biyolojide) Buğdaygillerden kuraklığa dayanıklı bir bitki. Gerektiği zaman tohumları besin olarak kullanılır. Özellikle tohumlarından boza yapılır. Darısı başına: Birinin kazandığı başarıyı başkası içinde dilemek. Dibine darı ekmek: Hiç kalmamacasına bitirmek.

Dede:	Mevlevi dervişi
Değirmen:	1. Öğüten âlet veya aygıt. 2. İçinde öğütme işi yapılan yer.
Derviş:	1. Bir tarıkata girmiş, o tarikatın töre ve yasalarına bağlı kimse. 2. Yoksulluğu, çile çekmeyi benimsemiş kimse.
Dilenci:	1. Dilenmek işini meslek edinmiş kimse. 2. Her şeyi isteyen, istemekten utanmayan.
Dirlik:	1. Hayat, yaşayış. 2. Tatlı geçinme. Dirlik, düzenlik. 3. Huzur, gönül rahatlığı.
Dizgin:	At geminin elde tutulan uzun kayışları. Dizginleri çekmek: Sınırı aşmasına meydan vermemek. Dolu dizgin: Hayvanı, atı alabildiğine koşturmak.
Doru:	1. Gövdesi kızıl, bacaklarıyla yelesi kara olan (at). "Atı doru ya da yağızdı" 2. Bu renkte olan (at donu). "Doru bir atımız vardı"
Döşek:	1. Döşenip yatılacak şey, yatak, şilte. 2. Küçük minder.
Durub-u emsal:	Meşhur sözler
Düstur:	1. Genel kural, ilke. 2. Birçok yasadandır oluşun kitap.
Ehemmiyet:	Önem
Ekip:	Aynı işi gören takım
Elçi:	Bir uzlaşma sağlamak veya iş bitirmek için birinin yanına gönderilen kimse.
Eleştiri:	Bir insanı, bir eseri, bir konuyu doğru ve yanlış yanlarını bulup göstermek amacıyla inceleme işi, tenkit.
Encam:	İşin sonu, son
Er:	1. Erkek. 2. Kahraman, yiğit. 3. Rütbesiz asker. Askerliğini er olarak yapacak. 4. Yetenekli, ehil. O sözünün eridir. 5. Koca, erkek eş. Eri öyle söylemiş. Er oğlu er: Pek değerli, merd. Er kişi: Yetişmiş erkek. Söz eri: 1. Sözünde duran. 2. Güzel söz söyleme yeteneği olan. İş eri: Becerikli, elinden iş gelir. Sözünün eri: Sözünde, vaadinde duran. Ere varmak: kocaya varmak, bir erkekle evlenmek.
Erdem:	İyilikçilik, merhamet, alçak gönüllülük, doğruluk ve yiğitlik gibi niteliklerin genel adı, fazilet.
Esvap:	Üste giyilecek şey, elbise, giysi.
Felek:	1. Gök, sema. 2. Acun, âlem, kâinat, evren. 3. Zaman, devir, çağ. 4. Baht
Ferman:	Emir, irade, buyruk
Fukara:	Geçinecek hiçbir şeyi olmayan veya çok az olan, fakir, yoksul.
Gaile:	Sıkıntı veren iş, pürüzlü iş, baş derdi, baş belâsı.

Galebe:	1.Galip gelmek, üstünlük. 2.Yenme, yengi. 3.Çoğunluk 4.Zapt olunamayacak derecede azgın.
Garip:	1.Yabancı. 2.Kimsesiz, yabancı yerlerde tek başına kalmış, elgin. 3.Şaşılacak, yadırganacak şey. 4.Yadırganan, alışılmamış, tuhaf şey.
Gayret:	1.Çaba, çalışma isteği, bütün gücünü çalışmaya veriş. 2.Kayıрма duygusu. Kardeşlik gayreti.
Hal:	1.Durum. 2.Davranış, tavır. 3. Güç, takat. 4.Şimdiki zaman. 5. Kötü durum. 6. İsim çekimlerinden biri. Halden anlamak: Bir kimsenin içinde bulunduğu zorluğu anlayıp kolaylık göstermek. Hale yola koymak: işe yarar hale getirmek. Hali vakti yerinde: Geçimi yolunda.
Halik:	Yaratıcı, yaratan, Tanrı
Hamam:	1.Evlerde yıkanma işinin yapıldığı yer, yunak. Eş anlamlısı: banyo 2.Para karşılığında yıkanma işinin yapıldığı genel yer. "Bu kasabada bir hamam bile yok"
Hamut:	Atları arabaya koşarken boyunlarından geçirilen, üzeri meşin kaplı ağaç halka ya da içi saman dolu meşin halka
Haram:	Yapılması veya kullanılması Müslümanlıkça yasak edilen şey
Harman:	1.Tahılı saptan ayırmak için yapılan dövme işi. 2.Harmanın yapıldığı yer. 3.Değişik çeşitleri karıştırarak yeni bir bileşim yapma işi. Çay harmanı.
Harç:	1.Duvarları sıvamak için kullanılan malzeme. 2. Bir elbiseye süs olarak konan şerit, işleme gibi şeyler.
Hikmet-ül avâm:	Halk felsefesi
Hor:	Hakir, aşağı, değersiz
Hoyrat:	Elinden iş gelmez, tuttuğunu kırar, sakar, kaba adam.
Irak:	Uzak.
Kader:	Bütün hayat boyunca insanların gerçek hallerinin Tanrı tarafından tayin edildiğine inanma, bu inanışın şekli.
Kadir:	1.Değer. 2.Bir yıldızın parlaklık bakımından bulunduğu basamak.
Kanaat:	1.Elindekiyle yetinme durumu, yeter bulma, kanıklık. 2.İnanma, kanma.
Kaos:	1.Evrenin düzene girmeden önce içinde bulunduğu, biçimden ve düzenden yoksun, uyumsuz ve karmakarışık olan durumu.

	2.Kargaşa, karışıklık.
Katalizör:	1. Kendisi değişmeksizin, kimyasal bir tepkimeyi sağlayan ya da tepkimenin hızının değişmesine yol açan madde. 2. Başka şeyleri etkileyerek bir oluşuma yol açan ya da bir olayı, oluşumu hızlandıran şey.
Kavim:	Aralarında dil, kültür ve töre birliği bulunan, soy ve boy yönünden de birbirine bağlı insan topluluğu.
Kelek:	1.Olmamış, ham kavun. 2.Nehirlerde işleyen şişirilmiş deri tulumlar üzerine kurulan bir çeşit sal.
Kemâl:	1.Erişkinlik, erginlik, olgunluk. 2.En yüksek değer.
Kement:	1.Uzakta bulunan bir şeyi içine almak için kullanılan ucu ilmekli uzun ip. 2. İdam işlerinde kullanılan yağlı ip.
Kerem:	1.Büyüklük, ululuk, soyluluk. 2.Bağış olarak verme, bağışlama, bağış.
Kerim:	1.Büyük, onurlu, soylu. 2.Eliaçık.
Kese:	İçine para konulan küçük torba
Kılıç:	Uzun, düz veya eğrice, bazılarının iki yüzü de keskin olan ucu sivri silah.
Kısmet:	1.Kazanma talihi. 2.Evlenme talihi.
Kıymet:	Paha, değer.
Kiriş:	1.Hayvan bağırsaklarından yapılan çalgı teli. 2.Ok atılan yayın iki ucu arasındaki ip. 3.(Matematikte) Bir eğrinin iki noktasını birleştiren doğru parçası.
Koruk:	Henüz olgunlaşmamış durumdaki üzüm.
Köz:	İçinde küçük küçük kor parçaları bulunan ateş külü
Kuvvet-i bazı:	Bilek gücü
Kuzgun:	Bir karga türü
Lahavle:	İnsanın kendi kendine sabır telkin etmesi için kullanılan bir söz.
Lakırdı:	1.Laf, söz. 2.Sohbet, konuşma.
Leş:	1.Hayvan ölüsü. 2.Pek fena kokan şey.
Mabut:	1.Tapınılacak kişilik, tapacak. 2.Allah, Tanrı
Mahal vermek:	Bir olayın gerçekleşmesine fırsat vermek
Maksad:	1.Gaye, amaç. 2.İstek.
Mamur:	Bakımlı, bayındır.
Manda:	Geviş getiren çift tırnaklılardan kalın derili, hantal yapılı, gövdesi öküze benzemekle beraber daha iri, siyah ve seyrek kıllı, suyu, özellikle bataklık yerleri seven bir hayvan, Camus.
Marifet:	1.Herkesin yapamayacağı ustalık. 2.(Alay için) Can sıkacak davranış.
Masat:	Bıçak bilemekte kullanılan, çelikten yapılmış, çubuk biçiminde araç

Mastar:	Cetvel
Maşa:	1. Ateş tutmaya yarayan madenden yapılmış çatal şeklinde şey. 2. (Mecaz olarak) Tehlikeli bir işte araya konan kimse. Eli maşalı: Edepsiz, şirret, şarlata
Maya:	1. Asıl, esas, cevher, öz. 2. Bazı besinlerin yapımında mayalanmayı sağlamak için içine katılan madde.
Mecaz:	Değişmece: Bir sözcüğün ya da sözcükler topluluğunun gerçek anlamı dışında, anlatımda bir anlam inceliği elde etme, söyleyişi daha etkili, daha çarpıcı kılma ereğiyle, bir başka anlamda kullanılması.
Mehtap:	Ay ışığı
Melâmet:	Kınanmışlık; itab (Yorgunluk vermek. Sıkıntı vermek) ve serzenişlik; rezillik ve rüsvaylık
Meram:	Maksat. Meram etmek: içten istemek
Meserret:	Sevinç
Meşk:	1. Yazıda el alıştırmaya. 2. Yazı veya müzik dersi.
Mevcudiyet:	Var olma, varlık, varoluş.
Mevla:	1. Sahip. 2. Tanrı
Meyil:	1. Eğik oluş, akıntılı oluş. 2. Gönül akışı. 3. Hasret, özlem.
Mih:	Büyük çivi
Misyon:	Bir kimse, kurum veya kuruluşun var oluş nedeni.
Mizah:	1. Eğlendirmek, güldürmek ve birine, bir davranışa incitmeksizin takılmak ereğini güden ince alay. 2. Gerçeğin, durumların, olayların, kişilerin güldürücü yanlarını vurgulayarak anlatan, ortaya koyan yazı türü.
Mucit:	İcat eden, türeten, türetici
Muhabbet:	1. Sevgi. 2. Dostça konuşma, yarenlik.
Muhteva:	İçinde bulunan.
Murat:	Dilek, istek.
Mühür:	1. Üzerinde bir kimsenin ismi kazınmış olan taş veya maden parçası. 2. Bu ismin mühürle kağıda basılmış şekli veya yazısı.
Müşkil:	1. Zor, çetin, güç. 2. Zorluk, güçlük, çetinlik.
Nal:	Hizmet hayvanlarının tırnaklarının altına çakılan demir
Nam:	1. İsim, ad. 2. Şan, ün.
Nazm:	1. Sıra, tertib. 2. Kafiye, vezinli, söz, şiir. 3. Dizili olan şey.
Nedamet:	Pişmanlık
Nihal:	Fidan
Oklava:	Hamur açmakta kullanılan çekme çubuk.

Omça:	1.Üzüm asmasının kütüğü. 2.Kesilen ağacın toprak üzerinde kalmış kökü.
Öğüt:	Bir kimseyi kötü hareketlerden sakındırmak için söylenen söz, nasihat.
Öğütmek:	1.Tahılı değirmenden ezip un haline getirmek, öğütmek. 2.Çok yemek, çok yediği halde kolaylıkla öğüt yapmak. 3.Ağza gelen uygun veya uygunsuz her çeşit lafı söyleyivermek.
Öksüz:	1.Anası ya da hem anası hem babası ölmüş olan (çocuk). 2.Kimsesiz, yalnız.
Örf:	Yasalarla belirlenmemiş olmakla birlikte yasa değerinde olan, halkın kendiliğinden uyduğu, kural, ilke durumundaki gelenek.
Pas:	1.Madenlerin oksitlenerek yüzeylerinde meydana getirdikleri kir. 2. Mide hastalıklarında, ateşli hastalıklarda dilin üzerine toplanan kir.
Peyda:	1.Belli, açık, aşikâr. 2.Hâsıl etmek, meydana getirmek. 3.Hazır, mevcut.
Pul:	1.Devletçe alınan posta parasına veya damga resmine karşılık mektup ve resmi kâğıtlara yapıştırılan basma küçük kâğıt parçası. 2.Bazı elbiseleri süslemek için üzerine dikilen ortası delik ve parlak süs eşyası. 3.Eskiden kullanılan akçeden küçük para. 4.Bazı balıkların vücudunu örten sertçe, saydam levhacık. 5.Vida gibi şeylerin boynuna geçirilen ortası delik maden levhacık. 6.Tavla oyununda kullanılan yuvarlak levha.
Rağbet:	İstekle karşılama, istek.
Rahmet:	1.Esirgemek, şefkat göstermek. 2.Tanrının lütfu, yağmur.
Risk:	Ticarette zararı göze alma, riziko.
Saadet:	Mutluluk
Sabır:	1.Başa gelen sinirlendirici veya acı olaya dayanma. 2.Acele etmeden bekleme.
Safa:	1.Gönül şenliği, dertsiz olma hali. 2.Eğlence.
Saik:	1.Sevk eden, gönderen. 2.Sürücü, süren. 3.Neden, sebep.
Sarraf:	Altın, tahvil ve bono alışverişi yapan kimse
Satır:	Kemik kırmaya yarayan enli kasap bıçağı
Selamet:	1.Sâlim olma, esneklik. 2.İyi son.
Semer:	1.Hayvanların sırtına yük taşıdıkları zaman bağlanan tahta ve kırıktan yapılmış sırtlık. 2. Arkalık
Sempatik:	1.Sevimli, cana yakın, kanı sıcak. 2.Duygudaş.

Sermaye:	Anapara, anamal, başmal
Sıçan:	Kemirgenlerden, uzun kuyruklu, küçük hayvan, fare
Sırça:	Eritilmiş cam ve çakıl taşı bileşiminden yapılan saydam şey, cam.
Sofu:	1.Dinin buyruk ve yasaklarına tamamen uyan. 2.Tasavvuf mensubu.
Solumak:	Soluk soluğa, sık sık nefes almak.
Sülün:	Tavusgillerden, kuyruğu çok uzun, eti lezzetli bir av kuşu
Sürü:	1.Çobanın güttüğü hayvanların hepsi. 2.Birlikte yaşayan yabani veya evcil hayvan topluluğu.
Şamata:	Gürültü, patırtı
Şan:	1.Ün, san 2.Gösteriş, gösterişlilik.
Şayan-ı Hayret:	Şaşmaya değer, şaşılacak, hayret edilecek.
Taam:	Yemek, yiyecek
Tacir:	Ticaret yapan, tüccar
Tahammül:	1.Dayanma, katlanma. 2.Dayanık. 3.Kaldırma, yüklenme.
Takdir:	1.Beğenme, değer verme. 2.Önemini anlama. 3.Değer biçme. 4.Alın yazısı, kader.
Takdir-i hüda:	Allah'ın takdiri, muradı
Takım:	1.Birbirine uygun şeylerin veya insanların topu, grup. 2.Birbirini tamamlayan şeylerin veya âletlerin topu. 3.Ekip. 4.Bölmelerde sınıf ile familya arasında yer alan bölüm, familyalar birliği. 5.(Dilbilgisinde) Benzer kelimelerin meydana getirdiği tüm.
Talep:	Farklı fiyatlardaki mal ve hizmetleri satın almak için müşterilerin ellerindeki imkanlara göre gösterdikleri istektir.
Tamah:	1. Gözü doymama, açgözlülük, mal edinme tutkusu. 2. Açgözlülük etmek, açgözlü davranmak
Taramak:	1.Dişli bir aletle bir şeyin karışıklığını giderip düzeltmek. 2.Bir yerde sıkı araştırma yapmak. 3.Bir şeyin içindeki gereksiz maddeleri bir aletle ayıklamak. 4.İncelemeden geçirmek, bir şey bulmak üzere başka bir şeyi dikkatle gözden geçirmek. 5.Taşın yüzünü dişli çelik kalemlerle işlemek.
Tarif:	Tanım, tanımlama, etraflıca anlatma.
Tartı:	1.Tartmak işi. 2.Ağırlık. 3.Tartma âleti.
Tas:	1.İçine içecek sıvı şeyler konan kap. 2.Bu şekilde başka işlerde kullanılan kap.
Tasa:	Üzülerek düşünme hali, üzüntü.
Taşlama:	Toplumdaki aksayan yönleri, bireysel yanlışlıkları ve devlet yönetimindeki hataları eleştirel bir dille konu edinir ve halk edebiyatında yermek, hicvetmek

	sözcüklerinin karşılığı olarak kullanılır.
Tav:	1.İşlenecek bir nesneye verilmesi gereken nem, ısı gibi bir hal. 2.Hayvanda semizlik, yağlılık. Demir tavında dövülür: Bir iş tam zamanında yakalınca yapılır.
Tavsif:	Niteliklerini söyleme, nitelendirme, niteleme.
Tecrübe:	1.Deneme, sınama. 2.Deney. 3.Görgü.
Tedbir:	Önlem
Tefekkür:	Düşünce, düşünme, düşünüş.
Teke:	Erkek keçi.
Tekke:	Eskiden tarikat adamlarının toplanarak ayin yaptıkları yer.
Telkin:	1. Bir duyguyu, bir düşüncüyü birinin belleğine sokma, ona aşılama. 2. Ölü gömüldükten sonra mezarın başında imamca söylenen dinsel sözler.
Temâ: Taam:	Yiyecek
Terazi:	1.İbrelili bir kolun iki ucuna asılan kefelere olan tartı aleti. 2. İp cambazlarının denge sağlamak için ellerine aldıkları uzun sırık.
Terbiye:	1.Eğitim. 2.Görgü. 3.Bazı yemeklere yapılan yumurta ve limonla karışık salça.
Teşbih:	Benzeti, benzetme.
Teşekkül:	1.Belli bir varlık ve biçim kazanma, oluşma. 2.Kurulma.
Tez:	Acele, çabuk.
Tezat:	Çelişme, karşıtlık, tutarsızlık.
Tımarhane:	Akıl hastanesi
Tirit:	Kızartılmış ekmek ve et suyu ile yapılan hasta ve bebek yemeği.
Töre:	Bir toplumda ahlak, gelenek, görenek ve ortaklaşa alışıklarca belirlenmiş, benimsenmiş davranışların ve yaşama biçimlerinin, öteden beri uyula gelen toplumsal kuralların, şu ya da bu konuda tutula gelen yolların tümü.
Umut:	1.Ummak, beklemek, umulan şey 2. Olması beklenen veya olacağı düşünülen şey, ümit.
Usul:	İzlenecek yol, yordam, yöntem
Uyuz:	Örümcek soyundan gelen ve Sarkop denen gözle görülmesi güç olacak kadar küçük bir böceğin üstderi altına girerek meydana getirdiği çıban gibi küçük yaralı ve çok kaşıntılı bir hastalık.
Ümit:	Umut.
Var:	1.Mekânda veya düşüncede yer alan. 2.Elde bulunan. Var olmak: Madde olarak bulunmak, mevcut olmak.
Varlık:	1.Vâr olma. 2.Zenginlik 3.Vâr olan şey. 4.Yararlı, önemli.



Vizyon:	Görme gücü, önsezi, bir şeyin tasarlanmış veya görülüş tarzı, hayal gücü ile zihinde yaratılan simge, ileriye görme
Yaba:	Harman savurmakta kullanılan çatal şeklinde tahta kürek
Yağın:	Pek dik, kaygan, sarp.
Yar:	1.Yarılmış yer, uçurum, fazla çukur yer. 2.Felaket, belâ
Yâr:	1.Dost, candan arkadaş. 2.Sevgili. 3.Yardımcı 4.Bildik, âşina.
Yavuz:	1.Şiddetli, yaman, pek sert. 2.Pek güzel, pek âlâ, kıyak.
Yeğ:	Daha tercih edilir.
Yel:	1.Rüzgâr. 2. Ağrı, sızı.
Yem:	1.Hayvan yiyeceği, arpa, saman gibi şeyler. 2.Balık tutarken oltaya takılan canlı kurt. 3.Eski topları ateşlemek için falya deliğine konan barut. 4.(Mecaz olarak) Birini aldatmak için onu inandıracak şekilde davranış.
Yermek:	1.Beğenmemek, tiksirmek. 2.Çekiştirmek, arkasından söylemek. 3.Kusurlu bulup arkadan söylemek.
Yiğit:	1.Mert, cesur, bahadır. 2.Genç adam, delikanlı.
Yoksul:	Fakir, geçim sıkıntısı çeken, muhtaç.
Yonga:	1.Kesilmiş ve işe yaramaz kereste parçası. 2.İri talaş. 3.Kabuk
Yosun:	1.Damların, ağaçların, taşların üstünde biten yeşil, sık ve ince çim. 2. Durgun suların üstünde meydana gelen yeşil tabaka.
Yuf:	Ayıplama, üzüntü, kınama, nefret anlatır
Yürük:	1.Hayvancılıkla geçinen göçebe Türkmen. 2.İyi ve çabuk yürüyen. 3.Durmayıp yürüyen.
Zahmet:	1.Sıkıntı, eziyet, zor. 2. Yorgunluk.
Zarif:	1.Güzel, latif, nazik. 2.Zeki 3.İnce sözlerle konuşan.
Zembil:	Öteberi taşımak için hasırdan örülmüş torba.
Zıkr:	1.Adından bahsetme, anma, hatıra getirme. 2.Beyan etme, bildirme. 3.Övme, iyilikle övme, övgü. 4.Adı iyilikle anılma.
Ziyan:	Zarar
Züğürt:	Yoksul

## **ÖZGEÇMİŞ**

Kübra Harbi 1988 yılında Elazığ'da doğdu. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünden 2013 yılında mezun oldu. 2015 yılında Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Bilimler İşletme Anabilim Dalında yüksek lisan eğitimine başladı.

## **VITAE**

Kübra Harbi was born in Elazığ in 1988. She graduated from the Department of Business Administration at the Faculty of Economics and Administrative Sciences at Karamanoğlu Mehmetbey University in 2013. She has begun the Master of Business Administration education at Gaziantep University in 2015.