

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**TURİZM LİSANS EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK
ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ: AKÇAKOCA
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kutbettin ERDURUR

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce

Temmuz, 2012

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ

**TURİZM LİSANS EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK
ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ: AKÇAKOCA
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kutbettin ERDURUR

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce

Temmuz, 2012

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Bu çalışma jürimiz tarafından Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalında oy birliği / oy çokluğu ile YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan Prof. Dr. Orhan BATMAN (İmza)

Akademik Unvanı, Adı-Soyadı

Üye Doç. Dr. İzzet KILINÇ (İmza)

Akademik Unvanı, Adı-Soyadı

Üye Yrd. Doç. Dr. Öznur BOZKURT (İmza)

Akademik Unvanı, Adı-Soyadı

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../2012

(İmza Yeri)

Akademik Unvanı, Adı-Soyadı

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Girişimciler, belirsiz ortamlarda risk alabilen, kendine güvenleri yüksek olan, iç kontrol odağına sahip ve yeniliklere açık olan, yüksek başarıma ihtiyacı duyan, fırsatları görebilen, proaktif, yaratıcı ve cesur kişilerdir. Kişilerin başarılı bir girişimci olabilmeleri için tüm bu özellikleri bir arada taşımaları gerekmektedir. Bu doğrultuda Çalışmada, “*Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi*” incelenmeye çalışılmıştır.

Tez araştırmam süresince gösterdiği ilgi, anlayış ve mükemmel rehberliğiyle beni araştırmaya motive eden sayın hocam Yrd. Doç. Dr. Öznur BOZKURT’a, lisans ve yüksek lisans eğitim ve öğretimim sürecinde, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım değerli hocalarım Yrd. Doç.Dr. M. Akif ÖNCÜ, Doç.Dr. İzzet KILINÇ ve Doç.Dr. Said KINGİR’a ve diğer tüm hocalarıma şükranlarımı sunarım.

Lisans ve yüksek lisans öğrenimim boyunca desteklerini esirgemeyen başta Sağbetullah MERİÇ olmak üzere tüm arkadaşlarıma, yaşamım boyunca her türlü fedakârlığı yapan abim Fettah ERDURUR’a, ayrıca maddi ve manevi desteklerini bir an olsun esirgemeyen aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İmza

Kutbettin ERDURUR

**TURİZM LİSANS EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK
ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ: AKÇAKOCA
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ**

Kutbettin ERDURUR

Yüksek Lisans tezi

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Temmuz 2012, 99 Sayfa

ÖZET

Girişimcilik, özellikle son 20 yıldır üzerinde ağırlıkla durulan, ekonomik gelişmenin ve toplumsal refahın itici gücü olarak dikkat çekilen bir konudur. Kişilerin girişimci faaliyetlere yönelimini etkileyen birçok unsur vardır. Kişilerin yaşadıkları çevre, aile ortamı, kültür, inanç, rol modelleri, eğitim ve iş deneyimi bunlardan birkaçıdır. Özellikle eğitim kişileri girişimciliğe yönlendirme noktasında önemli bir rol oynamaktadır. Girişimciliğin gerektirdiği niteliklere sahip ve işini başarma noktasında önüne çıkan fırsatları görebilen önüne çıkan riskleri yönetebilen kişilerin ortaya koydukları girişimci faaliyetler toplumsal refahın ve ekonomik gelişmenin sağlanmasında önemli bir unsur olacaktır. Bundan dolayı artık dünyanın her yerinde girişimcilik faaliyetleri desteklenmekte ve üniversitelerde de girişimcilik dersleri verilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, literatürde sıkça vurgu yapılan girişimci kişilik özelliklerinin (başarma ihtiyacı duyma, kendine güven, yenilikçi olma, kontrol odağı, risk alma, belirsizlik toleransı) girişimcilik eğilimine etki edip etmediğini ve bu etkinin derecesini belirlemeye çalışmaktır. Bu amaç ile girişimcilik eğiliminin şekillenmesinde kişiliğin(girişimci) etkisini ortaya çıkarmak ve kişileri girişimciliğe yönlendirmenin önemine vurgu yapılmak istenmiştir. Araştırmada evrenin ulaşılabilirliği göz önüne alınarak tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Veriler nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS 18

programı aracılığı ile analiz edilerek araştırma sorularına cevap aranmıştır. Araştırmanın sonucunda girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven faktörü hariç diğer girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimine etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu da saptanmıştır. Buradan da anlaşılıyor ki, girişimciliği etkileyen diğer unsurlar (aile, çevre, inanç, kültür vs) içerisinde girişimci kişilik özellikleri girişimcilik eğilimi açısından önemli bir paya sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kişilik, Girişimci Kişilik Özellikleri, Girişimcilik Eğilimi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

**THE EFFECT OF ENTREPRENEUR PERSONALITY CHARACTERISTICS
OF UNDERGRADUATE TOURISM STUDENTS ON THE
ENTREPRENEURSHIP TENDENCY: THE SAMPLE OF AKCAKOCA
TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT**

Kutbettin ERDURUR

MASTER THESIS

Division of Tourism and Hotel Management

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Ozgur BOZKURT

June 2012, 99 Pages

ABSTRACT

Entrepreneurship is an attention grabbing subject as the impulsion of economic progress and social welfare which has been particularly emphasized for the last 20 years. There are many factors effecting the orientation of individuals to activities of entrepreneurship. Some of those are environment that people live, family environment, culture, belief, role models, education and work experience. Especially education plays an improtant role on orientation of people to entrepreneurship. Entrepreneurship activities which have been put forward by people having the qualifications that entrepreneurship requires and seeing the opportunities on the point of achieving their jobs, managing risks coming their way, will be an important factor on providing social welfare and economic progress. For this reason, entrepreneurship activities have been stood up for all over the world and therefore, training of entrepreneurship has been given in the universities.

The main aim of this research is to find out whether the Personality Characteristics of Entrepreneurs, underlined in the literature frequently (need to succeed, self confidence, being innovative, focus of control, risk-taking, tolerance of uncertainty), have an effect on the Entrepreneurship Tendency or not and the degree

of this effect. With this purpose it is aimed to reveal the effect of (entrepreneur)personality effect and to emphasize the importance of inclining people to entrepreneurship in shaping the inclination of entrepreneurship. In the research complete inventory method is used by regarding the attainability of universe. The data is collected via questionnaire technique one of the quantitative research methods. Answers to the research questions are sought by analyzing the data that is collected, via SPSS 18 program. Following the research, it is found out that all of the Personality Characteristics of Entrepreneurs have an effect on the Entrepreneurship Tendency except for self confidence. In addition to this, it is also stated that there is a positive correlation between Personality Characteristics of Entrepreneurs and Entrepreneurship Tendency. As it is understood from here, among the other components effecting entrepreneurship (family,environment,belief,culture etc.), entrepreneur personality features have an important part in terms of entrepreneurship inclination.

Key Words: Entrepreneurship, Personality, Personality Characteristics of Entrepreneurs, Entrepreneurship Tendency, Akcakoca School of Tourism and Hotel Management

İÇİNDEKİLER

JURİ ÜYELERİNİN İMZASI.....	I
ÖNSÖZ.....	II
ÖZET.....	III
ABSTRACT	V
İÇİNDEKİLER.....	VII
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI
KISALTMALAR	XII
BÖLÜM I	1
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı.....	2
1.2. Araştırmanın Önemi	2
1.3. Araştırmanın Sayıtları	2
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	2
BÖLÜM II.....	3
2. GİRİŞİMCİLİK	3
2.1. Girişimcilik Kavramı	3
2.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	5
2.2.1. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	7
2.3. Girişimciliğin Önemi.....	9
2.4. Girişimciliğin Temel Fonksiyonları.....	11
2.5. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler	13
2.5.1. Sosyal Faktörler	13
2.5.1.1. Aile	13
2.5.1.2. Kültür	14
2.5.1.2.1. Girişimciliği Etkileyen Kültürün Boyutları	15
2.5.2.3. Rol Modelleri.....	17
2.5.1.4. İnanç	18
2.5.2. Demografik Faktörler.....	18
2.5.2.1. Eğitim	19
2.5.2.2. Yaş.....	20

2.5.2.3. <i>Cinsiyet</i>	20
2.5.2.4. <i>Gelir</i>	21
2.5.2.5. <i>İş Tecrübesi</i>	22
2.5.3. Çevresel Faktörler	22
2.5.4. Teknolojik Faktörler	23
2.6. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları.....	23
2.6.1. Girişimciliğin Avantajları	23
2.6.2. Girişimciliğin Dezavantajları	24
2.7. Girişimciliğin Önündeki Engeller.....	26
2.7.1. Sosyo-Kültürel Yapı	26
2.7.2. Ekonomik Yapı	26
2.7.3. İdari ve Siyasi Yapı.....	27
2.8. Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Beceriler	27
2.9. Girişimcilere Sağlanan Destekler	29
2.9.1. KOSGEB.....	29
2.9.2. TTGV	30
2.9.3. KAGİDER.....	30
2.9.4. TÜGİAD.....	30
BÖLÜM III	32
3. KİŞİLİK	32
3.1. Kişilik Kavramının Tanımı.....	32
3.2. Kişilik İle İlgili Kavramlar	33
3.2.1. Karakter.....	33
3.2.2. Mizaç (Huy)	34
3.2.3. Benlik	34
3.2.4. Yetenek.....	35
3.3. Kişiliği Belirleyen Faktörler	35
3.3.1. Kalımsal Faktörler	36
3.3.2. Aile Faktörleri.....	36
3.3.3. Sosyal-Kültürel Faktörler	37
3.3.4. Sosyal Yapı ve Sosyal Sınıf Faktörleri	38
3.3.5. Coğrafi ve Fiziki Faktörler	38

3.3.6. Diğer Faktörler	38
3.4. John L. Holland'ın Mesleki Tercih Kuramı.....	39
3.5. Girişimci Kişilik Özellikleri	42
3.5.1. Başarma İhtiyacı Duyma	42
3.5.2. Kontrol Odağı	44
3.5.3. Risk Alma.....	45
3.5.4. Belirsizlik Toleransı	46
3.5.5. Kendine Güven	47
3.5.6. Yenilikçilik	48
3.6. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Çalışmalar	50
BÖLÜM IV	53
4. METODOLOJİ ve UYGULAMA	53
4.1. Araştırmanın Yöntemi	53
4.2. Araştırma Modeli ve Hipotezler	54
4.3. Araştırma Soruları.....	57
4.4. Evren ve Örneklem	57
4.5. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması.....	57
4.6. Verilerin Analizi.....	59
BÖLÜM V	60
5. BULGULAR ve YORUM	60
5.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular.....	60
5.2. Değişkenlere İlişkin Bulgular	62
5.3. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimine Ait Bulgular	65
5.5. Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi	67
5.6. Değişkenler Arasındaki Regresyon Analizine İlişkin Bulgular	68
5.7. Değişkenler Arasındaki Farklılığa Ait Bulgular	70
5.8. Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular	73
BÖLÜM VI	76
6. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	76
KAYNAKÇA.....	81
EKLER.....	99

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 5.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular	60
Tablo 5.2.1. Girişimci Kişilik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	62
Tablo 5.2.2. Girişimcilik Eğilimine İlişkin Bulgular.....	64
Tablo 5.3. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimine Ait Ortalamalar	65
Tablo 5.4 Üç Farklı Çalışmadaki Girişimci Kişilik Özelliklerine Ait Ortalamaların Karşılaştırılması	66
Tablo 5.5 Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi.....	68
Tablo 5.6 Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi.....	69
Tablo 5.7.1 Değişkenler Arası Farklılık	70
Tablo 5.7.2. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimi Özelliklerinin Babanın - Annenin Çalışma Durumu ve Örneklemin Yaş Sırası Açısındaki Farklılığı Belirlemeye Yönelik Varyans Analizi	71
Tablo 5.8.1. Daha Önce Herhangi Bir Girişimci Faaliyette Bulunup Bulunmadığına İlişkin Dağılımlar	73
Tablo 5.8.2. İlerde Kendi İşini Kurmayı Düşünmeye İlişkin Dağılımlar.....	73
Tablo 5.8.3. Kendi İşlerini Kurması Halinde Yararlanılmak İstenilen Fon Kaynaklarına İlişkin Dağılımlar	74
Tablo 5.8.4. Kendi İşlerini Kurmaması Halinde Çalışılması Düşünülen Sektöre İlişkin Dağılımlar	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.3.1 Holland'ın Kişilik Teorisi	40
Şekil 4.1. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlere İlişkin Model	54

KISALTMALAR

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

AR-GE: Araştırma ve Geliştirme

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

TTGV: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

KAGİDER: Kadın Girişimciler Derneği

TÜGİAD: Türkiye Genç İş Adamları Derneği

SPSS: Statistical Package For The Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin Paket Program)

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

Ulujn ve Brown (2004) girişimciliği, çevrede var olan ya da yenilik yoluyla ortaya çıkan fırsatlardan bir değer oluşturmak için bu fırsatlardan yararlanma sürecini ifade etmektedir şeklinde tanımlayarak, girişimciliğin genel olarak bireyler ya da guruplar tarafından bir iş girişimini yönetme veya işi oluşturma şeklinde ortaya çıktığını belirtmiştir (Uzkurt, 2008: 30). Girişimcilik eğiliminde ya da girişimcilik niyetinde belirleyici etkiye sahip olan birçok unsur vardır. Bunlar arasında finansal kaynaklar, eğitim, rol modelleri, iş tecrübesi, inanç, aile, kültür ve kişilik özellikleri öne çıkanlarıdır. Bu çalışmada girişimciliğe etki eden girişimci kişilik özellikleri üzerinde durulmaktadır.

Çalışma giriş, literatür incelemesi, metodoloji ve uygulama, bulgular, sonuç ve öneriler bölümleri dahil olmak üzere toplam altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümü, giriş, araştırmanın amacı, önemi, sayılıları ve sınırlılıkları oluşturmaktadır. İkinci ve üçüncü bölüm ise literatürün irdelendiği bölümdür. Bu bölümlerde çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan girişimcilik ve kişilik ile ilişkili kavramlar ele alınmaktadır. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise metodoloji ve uygulama başlığı altında araştırmanın yöntemi, araştırma modeli ve hipotezler, araştırma soruları, evren ve örneklem, veri toplama aracı ve verilerin toplanması, verilerin analizi gibi başlıklar açıklanmaktadır. Çalışmanın beşinci bölümünde turizm lisans eğitimi alan öğrencilerden elde edilen araştırma sonuçlarına ait bulgular sunulmaktadır. Çalışmanın altıncı bölümünde ise elde edilen bulgulardan çıkarılan sonuçlar ve ileride konuya ilişkin yapılacak araştırmalara yönelik öneriler sunulmaktadır.

Giriş bölümü, çalışmanın geneli ile ilgili bilgileri kapsamaktadır. Bu bölümde ilk olarak çalışmanın amacı, önemi, sayılıları ve sınırlılıkları açıklanmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin, girişimci kişilik özelliklerini belirleyerek, bu kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaya çalışmaktır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu etkinin belirlenmesi kişileri girişimciliğe sevk edecek çalışmalar da kişilik üzerinde durulması ve bu yönlü çalışmalar yapılması açısından önemlidir. Ayrıca girişimci kişilik özelliklerinin halen incelenen güncel bir konu olması da bu çalışmayı önemli kılan diğer bir etkidir.

1.3. Araştırmanın Sayıltıları

Araştırmanın sayıltıları şu şekilde belirtilmiştir;

- ✓ Araştırmaya katılan öğrencilerin anket sorularını cevaplayabilecek düzeyde bilgi ve deneyime sahip oldukları kabul edilmiştir.
- ✓ Örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmıştır.
- ✓ Girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesinin ve girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimine etkisinin ölçülmesi için hazırlanan anket formlarının araştırmaya katılanlar tarafından içtenlikle ve dürüst bir şekilde yanıtlanacağı varsayılmıştır.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıkları şu şekilde belirlenmiştir;

- ✓ Uygulama alanı, 2011-2012 Eğitim öğretim yılı bahar döneminde Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin katılımıyla sınırlıdır.

BÖLÜM II

2. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik; fırsatları istekli, kararlı ve cesur bir şekilde yeni bir iş sürecine dönüştürmek şeklinde tanımlanabilir. Bu doğrultuda fırsatları değerlendirerek yeni bir iş yeri açan girişimciler, istihdam oluşturarak ülke ekonomisini canlandırma noktasında önemli birer rol üstlenmektedir. Konunun iyi anlaşılabilmesi için bu bölümde girişimcilik kavramının tanımlanmasının yanı sıra, girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimciliğin önemi, girişimciliğin temel fonksiyonları, girişimciliğe etki eden unsurlar, girişimciliğin avantaj ve dezavantajları, girişimciliğin önündeki engeller, girişimcilerin sahip olması gereken beceriler ve girişimcilere sağlanan destekler hakkında genel bilgiler verilmeye çalışılacaktır.

2.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kelimesi Fransızca *entreprendre*, Almanca *unternehmen* kelimelerinden gelmektedir. Ayrıca *entreprendre* kelimesinden girişimcilik- girişimle alakalı başka kavramlar da türetilmiştir. Bunlar, *entrepreneurship*; girişimcilik, *entrepreneurial*; girişimsel ve *entrepreneurial process*; girişimsel süreç kavramlarıdır. Girişimcilerin üstlendikleri sorumluluklar arasında; iş ve iş yeri organize etme, yönetme, riske girme gibi unsurlar yer almaktadır. Girişimcinin savunduğu yaklaşımı girişimsel, girişimcinin yaptığı işi girişimcilik, girişimcinin kullandığı yöntemleri girişimsel süreç olarak ifade etmek mümkün olabilir (Demirel ve Dikici, 2004: 51, akt. Bayrakdar, 2011: 2).

18. Yüzyılın başlarında girişimcilik kavramının ilk tanımını yapan Cantillon (1725) girişimcinin risk alma özelliğini vurgulamıştır. Yani, “girişimcinin, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdileri ile hizmetlerini alan ve üreten kişi” olarak ifade etmektedir. Say (1803) ise Cantillon’un tanımını geliştirerek; “girişimcinin risk üstlenmesi kadar üretim faktörlerini örgütleme ve yönetme niteliklerine de sahip olması gerektiği” üzerinde durmuştur. Schumpeter

(1934) ise, “girişimcinin yenilikçi olması gerektiğini vurgulamıştır (Tikici ve Demirel, 2010).

Hisrich ve Antoncic (2004) girişimciliği, yeni iş girişimlerinin yaratılmasının yanı sıra yeni ürünler, hizmetler, teknolojiler, idari teknikler, stratejiler ve rekabetçi bir duruş geliştirme gibi yenilikçi faaliyetler geliştirilmesi şeklinde tanımlamıştır. Buda girişimciliğin, yeni değer üretmek gibi bir anlamı temsil ettiğini göstermektedir.

Cohen’e (1996) göre girişimcilik; değer yaratmak amacı ile iyi düşünmek ve fırsatları etkili bir şekilde değerlendirmek olarak tanımlanmıştır.

Girişimcilik, kaos ve karmaşıklık içerisinde kendine güvenmek, yenilik yaparak risk almaktır (Jaafar ve diğ., 2011). Diğer bir tanıma göre girişimcilik, belirsiz bir ortamda yenilik yapma çabası şeklinde tanımlanmıştır (Shaw ve diğ., 2005).

Beugelsdijk ve Noorderhaven’e (2005) göre girişimcilik, yenilikçi bir eylem tarafından istihdam yaratmada ve ekonomiyi canlandırmada önemli bir araçtır.

Hemingway (2005) girişimciyi; fikir üreten ve bu fikirlerin gerçeğe dönüşmesini sağlamak için yeni bir ürünü ortaya çıkaran, risk alabilen yaratıcı kimseler olarak tanımlamıştır. Diğer bir tanıma göre girişimci, kendi yeteneklerine güvenen, değerli şeylerin yeni yollarını arayan ve kar elde etmek amacıyla risk alan kişilerdir (Hallak ve diğ., 2011).

Girişimci, elindeki kaynakları ve koşulları iyi kullanabilir değerlere dönüştüren sosyal ve ekonomik alanlarda düzenleme yapan, inisiyatif alan, risk ve başarısızlığı kabul eden kişi olarak tanımlanabilir (Ağca ve Yörük, 2006: 158). Diğer bir tanıma göre girişimci, fırsatlardan yararlanabilme, üretimde kullanılan girdileri koordine etme, başarıya odaklı olma, yaratıcılık ve risk alma unsurlarını içinde barındıran bir kavramdır. Çeşitli üretim faktörlerinin kullanılması yoluyla kar elde etmek için mal ve hizmet üretmek, pazarlamak amacıyla ekonomik faaliyette bulunan kişiye girişimci adı verilir (Bayrakdar, 2011).

Schumpeter girişimcileri, yeni üretim yöntemleri ve yeni ürünleri kullanarak statik dengeyi ekonomik gelişmenin dinamik sürecine dönüştüren kişiler olarak tanımlayarak, girişimcilerin yenilik yaparak büyük bir kazanç elde edeceğini belirtmiştir (Schumpeter, 1934: 128-132).

Thornberry (2001), Microsoft'un kurucusu Bill Gates, kitle otomobil üretim hattının kurucusu Henry Ford ve Amazon.com'un kurucusu Jeff Bezos'u örnek göstererek girişimcilerin üç şeyi çok iyi yaptıklarını ifade etmektedir. Bunlar, fırsatları belirlemek, belirlenen bu fırsatların değerlendirilmesinin iyi bir fikir olduğuna karar verdikten sonra bunları şekillendirmek, geliştirmek ve daha sonra da onları kararlı bir şekilde başarılı bir girişime dönüştürmek için uygun bir organizasyon yapısı oluşturmaktır. Bütün bunların başlangıç noktasının da yeni bir fikir olduğunu ileri sürmektedir. Özdemir'e (2003) göre, Girişimcinin beş ana fonksiyonu bulunmaktadır. Mevcut mal ve hizmetin kalitesini yükseltmek, yeni mal ve hizmet üretmek, yeni üretim yöntemleri uygulamak, yeni örgütlenmelere giderek sanayide farklı organizasyon şekilleri oluşturmak, yeni pazarlar bulmak, hammadde ve emek temin edilebilecek yeni kaynaklar bulmak (Bayrakdar, 2011: 2).

Yukarıdaki girişimcilik tanımlarına paralel olarak girişimciliği, belirsiz ortamlarda, kimsenin göremediği fırsatları görüp, bu fırsatları yeni fikirlerle yoğurarak kazanç elde etmek için istekli, kararlı, kendine güvenen, cesur, yenilikçi, makul düzeyde risk alabilen bireylerin yapmış oldukları ticari faaliyetler olarak tanımlamak mümkün olabilir.

2.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlu ilkçağlardan beri hayatını sürdürebilmek için her türlü olumsuzluğa rağmen ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde bulunmuştur. Kaba taş, yontma taş, cilalı taş ve demirin icadına kadar olan tarihi devirleri, insanoğlunun girişimcilik ruhuyla ve risk almak suretiyle ortaya koyduğu yenilikler olarak kabul etmek mümkün olabilir. O halde insanlık tarihinin her döneminde insanoğlu girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuştur (Durukan, 2006: 26).

Avcı insan topluluklarından sonra gelen tarım çağında ise, yerleşik hayata geçilmiştir. İnsanoğlu kendi ihtiyaçlarını gidermenin yanında üretim fazlasına gitmişlerdir. Bu ihtiyaç fazlası mahsul, pazarlarda takas suretiyle veya değerli madenler ve para karşılığında el değiştirerek ticari anlamda ilk girişimcilik fikrinin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır (Demirez, 2005).

Sanayi devriminin başlamasıyla birlikte, toprakların yeterli düzeyde işlenmemesi ve bu topraklardan iyi ürünün alınmaması, ticaret ağlarının ve taşıma olanaklarının yetersizliği insanları yeni yollar bulmaya yönlendirmiştir. Özellikle İngilizler 18. yüzyıldan başlayarak yeni yöntemleri denemişlerdir. Hektarlarca tarım toprağını besi otlaklarına dönüştürerek safkan hayvan yetiştirerek çağdaş bir hayvancılık yapmaya başlamışlardır. Daha sonra Avrupa'daki bazı taşra soyluları, İngilizleri örnek alarak arazilerine çağdaş yöntemleri taşımaya çalışmışlardır. 1820'de buharlı makinenin ortaya çıkışıyla birlikte madeni dokuma sanayisinde bir dönüm noktası olmuştur. Ardından dikiş makinesinin buluşuyla konfeksiyonculukta büyük ilerlemeler gerçekleştirilmiştir. Demir yolunun gelişmesiyle birlikte daha önce sadece madenlerdeki kömürü ocaklara taşıyan lokomotiflerde geliştirilerek; çelik raylar, otomatik frenler ve daha kusursuz vagonlar yapılmaya başlanmıştır. Bunu gören açık görüşlü kapitalistler ve mühendisler, bu işten çok büyük kazançlar elde edeceklerini sezmişlerdir. Bundan sonra özel şirketler özgürce bir demir yolu ağı oluşturmuşlardır. Akabinde, sanayideki uygulamalar arasında kurulan kusursuz ilişki, optik, makine, elektrik, kimya, dokuma ve ilaç sanayilerinin gelişmesine olanak sağlamıştır (Freeman ve Soete, 1997).

Bazı ülkeler sanayiye yoğunlaşırken bazı ülkeler daha tarımla uğraşmaktaydı. Bu yüzden ülkeler arasında dengesizlikler yaşanmaktaydı. Bu dengesizliğe çözüm bulmak ve yabancı ürünlerin rekabetinden kaçınmak için, bütün uluslar gümrük duvarları oluşturmuşlardır. Ricardo, J.B. Say, Stuart Mill gibi Adam Smith yandaşı iktisatçılar, ekonomik liberalizm adına, bu korumacı siyaseti şiddetle eleştirmişlerdi. Ekonomik gelişmenin sınırsız özgürlükten doğabileceğini dile getirmişlerdi. Ayrıca, onlar her ulusun yetenekli olduğu üretim alanlarında uzmanlaşması ve ülkeler arasında malların serbest dolaşımının gerçekleşmesi gerekliliğini savunmuşlardır. Ülkeler arasında malların serbest dolaşımının gerçekleşmesi, ticaret filolarının

büyümesi, su yolları sayısının artması, liman ve tersanelerin çoğalmasını fırsat bilen girişimciler; müşterilerin beğenilerine göre hazırlanmış iyi ürünleri onlara ulaştırmaya çalışmışlardır (Freeman ve Soete, 1997).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken yeni bir içerikle büyük önem kazanan girişimcilik hemen hemen her ülkede ekonominin gelişmesinde en önemli faktör haline gelmiştir (Tek, 2008; Kumar ve Ali, 2010). Bu bağlamda bilgi toplumu, kitle üretimi ve tüketimini, standartlaşmayı, merkezileşmeyi ve kitleselleşmeyi, savunan sanayi toplumu anlayışının aksine; bireyselleşmeyi, kültürel yerleşmeyi, âdemi merkeziyetçiliği ve mistik eğilimleri savunmaktadır (Durukan, 2006: 31). Bilgi çağına geçiş, toplumların kültürlerini değiştirdiği gibi yönetim ve liderlik stillerini de değiştirmektedir. Bunun temel nedeni, bilgi toplumunun girdisi olan bilgiyi üreten, kullanan ve yöneten insandır. Bilgi çağında insan, sosyal ve ekonomik yapının merkezindedir. Dolayısıyla bilgi toplumu girişimcisinin kendine has özellikleri bulunmaktadır. Girişimci piyasadaki talep boşluklarını gören ve bu taleplere en iyi şekilde cevap verebilen kimsedir. Bunun için bilgi toplumu girişimcisinin bilgiye ve bilgiyi yönetebilme kapasitesine ihtiyacı vardır (Ercan ve Gökdeniz, 2009).

2.2.1. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Türklerin Orta Asya’dan gelip Anadolu’ya yerleşmeye ve dolayısıyla göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçmeye başlamalarından itibaren ticaretle uğraşmaya başlamışlardır (Erdoğan, 2007). Aynı dönemde, Anadolu’da Türkiye Selçuklu medeniyetini kuran Türkler, Anadolu’yu bir ticaret merkezi yapma çalışmasını sürdürmüş, her tarafı kervansaraylarla donatmışlardır. Bu dönemin önemli girişimcileri loncalardır. Bu lonca sisteminde temel iki unsurun olduğu bilinmektedir. Bunlardan birincisi ticari ahlak, diğeri ise ürünün ve müşteri ilişkilerinin kalitesidir. Anadolu Selçuklu Devleti bir taraftan girişimci diğer taraftan da tüccarı korumak amaçlı sigorta müessesesini kurmuşlardır. Bu medeniyet de Moğolların istilasına uğrayarak büyük bir darbe yemiştir. Osmanlı devletinde de Anadolu Selçuklu devletinden bazı ilkeler devralınmıştır. Özellikle lonca teşkilatı, ahi teşkilatı olarak görev sürdürmüştür (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 65).

Osmanlıların kuruluş ve yükselme dönemlerinde bu örgütün askeri ve politik bakımdan da etkili olduğunu görmekteyiz. Fakat Osmanlıların imparatorluk döneminde, imparatorluğu oluşturan toplum gurupları arasında bir iş bölümüne gidilerek Türklerin ticaret işi dışında bırakıldığını gözlemliyoruz. Ticaret işini Osmanlı imparatorluğu içinde Rum, Yahudi ve Ermeniler üstlenirken, Türkler askerlik, ulemalık, bürokratik ve hayvancılık ile tarım gibi işlere yönlendirilmişlerdir. Dolayısıyla Türkler uzun yıllar ticaretin dışında kalmışlardır. Türk toplumunda gerek sosyo-kültürel gerekse etik açılarından arzu edilen ölçüde bir ticaret alt yapısı ve ticaret kültürü oluşturulmamıştır. Ancak imparatorluğun son dönemlerinde ve özellikle itihat ve terakki döneminde “Türk’ten iş adamı ve tüccar yapma, Müslüman ve Türk ticaret adamı” oluşturma konusunda önemli gayretlere girişildiğini görmek mümkün olabilir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 9-10).

Osmanlı imparatorluğu son bulduktan sonra kurulan yeni Türkiye Cumhuriyeti’nde girişimcilik faaliyetleri önem kazanmış ve yeni cumhuriyetin ekonomik alandaki başlıca stratejilerinden birini oluşturmuştur. Hatta cumhuriyetin ilanından dokuz ay önce, 1923 Şubat ayında İzmir’de toplanan İktisat Kongresi’nde alınan ilke kararlarıyla birlikte, milli ekonomiyi oluşturmak için devlet önderliğinde sanayileşme çabalarına hız verildi ve bu doğrultuda girişimci bireyler oluşturulmaya çalışıldı (Coşkun, 2009). Bu gelişmeler doğrultusunda girişimciliğin alt yapısı oluşturulmaya çalışılmıştır.

1950 ve sonrası girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin yaygınlaşması ile birlikte girişimcilikte hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Türkiye’nin dışa kapalı bir sistemden ihracat ve ithalat yapmayı amaçlayan, uluslar arası ekonomiyle birleşmeye çalışan bir noktaya geçişi bu dönemde başlar. Bütün bunlara, kamu yetkililerinin sağladıkları geniş teşvikler de eklenince, 1970’li yıllarda sayıları hızla çoğalan girişimciler ortaya çıkmıştır (Cansız, 2007).

Türkiye’de girişimcilik konusunun özellikle 1980 yılından itibaren önemli gelişmeler kaydettiğini görmek mümkündür. Bu gelişmede 24 Ocak 1980 kararlarıyla yürürlüğe konulan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliğiyle, ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisi terk edilerek serbest piyasa ekonomisi

çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisi benimsenmiştir. Bunun sonrasında girişimciliği destekleyen politikalar devreye sokulmuştur (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

Yüzlerce yıl ticari hayatın dışında kalan Türk insanının sahip olduğu cesaret, hırs, yeniliğe karşı uyum gibi girişimcilik açısından önemli olan nitelikler eğitim ve bilgi açığının da kapatılmasıyla, geçmiş yıllardan elde edilen tecrübelerin ışığında geleceğe bakarak, girişimci gücü ve potansiyeli en iyi şekilde kullanılması halinde girişimciliğin Türkiye’de büyük bir gelişme göstereceği muhtemel olacaktır (İraz, 2005).

2.3. Girişimciliğin Önemi

Günümüz dünyasında birçok bilim alanının çalışma konusunu oluşturan girişimcilikle ilgili bilinen ilk çalışmalar ekonomi alanında yapılmıştır. Fransız iktisatçı J.B. Say’dan başlayarak girişimcilik klasik üretim faktörleri arasında sayılan emek, sermaye ve doğa faktörlerinin yanına dördüncü bir üretim faktörü olarak ilave edilmiştir. Girişimcilik konusu J. Von Schumpeter’in dinamik girişimcilik kavramını ortaya atmasıyla daha büyük bir önem taşır duruma gelmiştir. Öyle ki, yeni tedarik kaynakları, yeni ürün ve süreçler, yeni satış pazarlarının ve yeni örgütlenme şekillerinin ortaya çıkmasıyla eskiyi yeni ile ikame etmeyi başaran dinamik girişimciler ekonomik büyümenin en önemli öncüsü durumuna gelmişlerdir (Boz, 2007: 8). Dolayısıyla, örgütsel ve ekonomik gelişmenin yanı sıra toplumsal refahı sağlamak açısından da girişimcilik ülkeler için büyük bir öneme sahiptir (Karimi ve diğ., 2011).

Son yirmi yıldır girişimcilik üzerine geçmiş yüzyıldan daha fazla bir sermaye yatırımı yapılmakta ve girişimciliğin kalitesi de gerek nitelik ve gerekse nicelik açısından geçmiş yüzyıla oranla daha fazla gelişmektedir (Top, 2006: 36).

Girişimciliğin özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte dünyada daha büyük bir önem kazandığı söylenebilir. Türkiye’de ise, KOBİ’lerin önem kazanmasıyla birlikte girişimcilik konusu ön plana çıkmaktadır. Girişimcilik kavramının geleceğin bilgi toplumu şartları çerçevesinde doğru olarak anlaşılması ve

algılanması ve bu unsurun etkin bir şekilde değerlendirilmesi gereklidir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004). Günümüz bilgi toplumunda insan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır. Bu noktada girişimciliğin öneminin; yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Ayrıca günümüzde üretim, ulaşım ve yönetim gibi alanlarda meydana gelen önemli gelişmeler ve küresel ekonominin daha rekabetçi hale gelmesi de girişimciliğin önemini arttıran diğer faktörler olarak sayılabilir (Özkul, 2007: 344). Bu faktörlerin yanı sıra, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için, ekonomik kalkınma ve istihdam yaratmada girişimciliğin itici bir gücü vardır (Sandhu ve diğ., 2011). Özellikle az gelişmiş ülkelerde en önemli sorunlardan biri işsizliktir bu sorun yeni yatırımların yapılmamasından kaynaklanmaktadır. Bu sorundan kurtulmanın en etkin yolu girişimcilerin kendi işlerini kurmalarıdır (İrez, 2005).

Girişimciliğe toplumda değer kazandıran ekonomik değerlerin yaratılmasıdır. Yani para kazanmayı tek amaç haline getirmek, bunun için her yolu meşru görmek girişimcilik önündeki en büyük engeldir. Ekonomik bir değer yaratmaksızın, çeşitli yollardan, başkaları tarafından yaratılan ekonomik değerleri kendi tarafına aktarmanın adı girişimcilik olmaması gereklidir. Toplumda bu tür faaliyetlerin yaygınlaşması, ekonomik değerlerin yaratılmasında en önemli üretim faktörü olarak kabul ettiğimiz girişimciliğin dejenere olmasına neden olmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

Geri kalmış toplumların en önemli sorunlarından biri girişimci niteliklerine sahip kişilerin az olması ya da mevcudun yeterince desteklenememesidir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi; hızla değişen koşullara uyum sağlayabilme yetisine sahip, ekonomik büyümeye katkı sağlayabilecek girişimciler yetiştirebilmesine bağlıdır. Dolayısıyla, girişimcilerin değeri, kazandıkları büyük miktarlardaki paralarla değil aksine oluşturdukları ekonomik değerlerle ölçülmektedir (Durukan, 2006: 29). Kısacası girişimcilik, ekonominin gelişmesi için, dinamik ve yaratıcı olmasından dolayı hayati bir öneme sahiptir. Ayrıca, yeni bir iş kurmanın kolay olmaması, cesaret, yetenek ve yaratıcılığın bir arada bulunması gerekliliğini zorunlu kılmaktadır

(Kaushik ve Bahatnagar, 2009). Buda ancak bu faktörleri bünyesinde barındıran girişimcilik sayesinde mümkün olabilmektedir.

Sonuçta girişimcilik ulusal ekonomiye refah ve büyüme konusunda yaşamsal katkı sağlar. Milli girişimciliğin, yoksulluğu önleme(refah), iş yaratma, (istihdam), değer yaratma (ürün ve hizmet), yeni girişim yaratma (değişim) insanların kendilerini kanıtlamalarını sağlama (öz güven), teknoloji yaratma (güç), sosyalliği yaratma (demokrasi), stratejik uyumu ve yeniden yapılanmayı sağlama (toplumsal özgürlük) gibi temel fonksiyonları da vardır (Top, 2006: 37).

2.4. Girişimciliğin Temel Fonksiyonları

Girişimci, kimsenin göremediği fırsatları gören ve her alandaki yeniliği başlatan kişi olduğu gibi, yeniliklerin sürdürülmesi ve geliştirmesi de onun karar ve uygulamaları sonucunda gerçekleşebilir. Bu karar ve uygulamaları yönlendiren girişimci kültür ve zihniyetinin oluşmasında bu kişilerin eğitim düzeyleri, toplumsal ve ekonomik nitelikleriyle birlikte bireysel özellik ve davranışları etkili olmaktadır (Küçük, 2005: 31).

Toplumda girişimcilik rolü oynayan kimselerin yüklendikleri işlerin bütünü girişimcinin rolü olarak adlandırılır. Çağdaş bir girişimcinin yerine getirmesi gereken fonksiyonları şöyle sıralayabiliriz (Şimşek, 2005: 27; Küçük, 2005: 31).

Yeni mal ve hizmetler üretmek: Bilinen mal veya hizmetlerin kalitelerini yükseltmeleri gerekir. Bu fonksiyonları etkili bir biçimde yerine getirebilen girişimciler bu alandaki uğraşları nedeniyle büyük kazançlar sağlayabilirler (Küçük, 2005: 31).

Yeni üretim yöntemleri geliştirmek ve uygulayabilmek: İşadamları bazen yeni mal ve hizmetleri üretmek yerine, eskiden beri üretilmekte olan bir kısım mal ve hizmetlerin üretim yöntemlerini veya pazara sunuş biçimlerini değiştirmek suretiyle, büyük karlar sağlayabilirler. Örneğin, Amerikan otomobil endüstri kralı Henry Ford, mezbahanedeki yürüyen hattın esinlenerek, o güne kadar tek tek yapılan otomobillerin üretiminde akan iş şeridi ve montaj hattını kendi iş yerinde kullanıp

seri üretimi gerçekleştirmesi sonucu büyük karlar sağlamış ve otomobil endüstrisinde büyük bir lider konumuna geçmiştir (Şimşek, 2005: 27).

Endüstride yeni organizasyonlar kurmak: Bununla girişimcilerin belirli bazı yeni örgütlenmelere giderek, gerek örgütsel gerekse çevresel yapıyı değiştirmeleri ifade edilmek istenmiştir (Küçük, 2005: 31). Girişimcilerin örgütlenerek çeşitli işletme birliklerinin kurmalarının temel amacı, piyasaya hakim olmak ve bu yolla kazançlarını mümkün olan en yüksek düzeye çıkartmaktır (Çelik ve Akgemci, 1998: 19, Akt. Doğramacı, 2006: 20).

Yeni pazarlara ulaşmak: Girişimciliğin bir diğer fonksiyonu ülke içinde ve ülke dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını arttırmak şeklinde ifade edilebilir. Günümüzde pazar paylarını genişletmek için dolaylı bazı yollar bulunmuştur. Tüketicilerin satın alma güçlerini yükseltici çabalara girişmek, ekonomik kalkınmayı sağlamak ve gelir dağılımını daha dengeli hale getirmek, ticaretin serbestleşmesi için mevcut engelleri kaldırmak bu yollardan yalnızca birkaç tanesidir (Şimşek, 2005: 27).

Hammaddelerin ve benzeri maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak: Girişimciler ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup denetimleri altında toplarlar. Petrol ve petrol ürünlerini, demir ve çelik madenlerini ele geçirme mücadeleleri bunların belli başlı örneklerini oluştururlar. Bu çeşit kaynakları denetimi altına alan şirket veya girişimciler rakiplerine oranla çok büyük karlar sağlarlar (Küçük, 2005: 31).

Girişimciliğin temel fonksiyonlarına bakıldığında, girişimcilerin bilgi ve becerileri doğrultusunda iyi bir iş planı yapan, yeni fikirler bulan ya da mal ve hizmetleri en uygun şekilde tüketicilere ulaşmasını sağlamakla görevli kişiler olduğu söylenilebilir.

2.5. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

2.5.1. Sosyal Faktörler

Girişimcilik ile bireyin içinde yaşadığı doğup büyüdüğü sosyal yapı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Kişi ya da birey içerisinde yaşadığı toplumun sosyal yapısından, teknolojik altyapıdan, ekonomik faaliyetlerden ve eğitim durumundan büyük oranda etkilenmekte ve kişilerin düşünce yapısına, bu ortam şekil vermektedir. Kişi düşüncesinin oluşmasında etkili olan Sosyo-kültürel ortam, bireylerin yaşamlarını düzenlemede ve dünyayı değerlendirmesinde büyük bir role sahip olmasının yanı sıra girişimcilik tercihlerine de tesir etmektedir (Ersoy, 2010: 73).

Yapılan literatür taramalarından sonra girişimciliğe etki eden sosyal faktörleri, aile, kültür, inanç ve rol modelleri başlıkları altında sıralamak mümkün olabilir.

2.5.1.1. Aile

Karşılıklı yükümlülükleri olan, güveni temsil eden ve küçük dayanışmacı gruplar olarak tanımlanan aileler çocuklarının girişimci olmasına büyük katkı sağlamaktadır. Bu anlamda bir sosyal yapı olan aile, sosyal sermaye için güçlü bağları olan küçük ve yoğun bir sürümdür. Örneğin, aile içi krediler (sermaye için gerekli olan para), yeni işletmelerin başlatılması için önemli bir fon kaynağıdır (Chand ve Ghorbani, 2011: 598-599). Diğer bir yandan ailenin girişimci olması özellikle babanın kendi işine sahip olması girişimciliği etkileyen önemli bir unsur olabilir. Erkek girişimcilerde de kadın girişimcilerde de kendi işine sahip babalar girişimci için güçlü bir tetikleyici olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendi işini kurmanın esnekliği ve bağımsızlığı ilk çocukluk dönemlerinde çocuk için örnek oluşturur (Bozkurt, 2009: 14).

Ayrıca, anne ve babalar kendi girişimcilik becerilerini ve eğilimlerini çocuklara aktarırlar. Nesiller arası bağlantılar, psikolojik faktörler ve mali kısıtlamalar çocukların girişimci olmaları üzerinde çok daha büyük bir rol oynayabilir (Monsen ve diğ., 2011). Fakat ataerkil aile yapısının görüldüğü ve

tarımla uğraşan kırsal kesimde; ailenin etkisi, ana- babanın sıkı denetimi ve itaatın belirginleştiği bir ortamda gerçekleşir. Genellikle yiyecek, giyecek gibi temel maddeler evde üretilir, tarımsal faaliyetler yapılır, kapalı ekonomik yaşam söz konusudur. Bu tür aile yapılarında yeniliklere açık, bireysel başarıyı hedefleyen, dinamik, üretken, risk alabilen girişimci tipinin oluşması oldukça zordur (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 20).

2.5.1.2. *Kültür*

Kültür, bir toplumun sahip olduğu gelenek, görenek, ahlak, inanç, bilgi, sanat ile her türlü beceri, alışkanlık ve davranışlar kümesinin tamamını kapsamaktır (Rodrigues, 1997). Diğer bir tanıma göre kültür, toplumu oluşturan kişileri, onları bir arada tutan dil ve haberleşme süreçlerini, sanatlarını, inançlarını, törelerini, hukuk ve yönetim kurumlarını, üretim ve tüketim düzenini bünyesinde barındıran karmaşık bir yapıdır (Sığırı ve Tığlı, 2006).

Deresky (1997) kültürü, insan davranışının arkasındaki temel güdü olarak tanımlamış ve insanları anlamak için, onları kendi kültürel değerleri içerisinde ele alınması gerektiğini dile getirmiştir (Altınay ve Wang, 2011). Bütün bireyler zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde belirli bir kültürel yapı içerisinde bulunur ve bu kültürel yapıdan ister istemez hayatları boyunca etkilenirler. Werbner'in 1990 yılında yaptığı çalışmada İngiltere'de yaşayan Güney Asyalıların başarısı kültürel bağlılık, büyük ölçüde sıkı ve yakın akrabalık ve çalışanlar arasındaki karşılıklı güvene dayalı alışverişten doğduğunu ortaya koymuştur (İbrahim ve Galt, 2011: 609).

Bireylerin yaşamlarını düzenlemede içinde bulunulan sosyal yapının büyük bir etkisi bulunmaktadır. Sosyo-kültürel ortam kişi düşüncesinin oluşmasında ve kişilerin dünyayı değerlendirmesinde düşünce kalıplarını oluşturmasına olanak sağlamaktadır. Her sosyal yapı, belli insan tipi, düşünme ve yaşama tarzı, nasıl ve ne şekilde davranılacağına ilişkin kalıplaşmış modeller sunar. Birey tercihlerini bu kalıplar içerisinde yapmaktadır (Ersoy, 2010: 73-74).

2.5.1.2.1. Girişimciliği Etkileyen Kültürün Boyutları

Bireyler yaşadıkları toplumun kültüründen büyük ölçüde etkilenirler. Kişilerin girişimcilik yönünde eğilim göstermesi ya da göstermemesi, içinde yetiştikleri kültürün özelliklerinden de etkilenmektedir. Her toplumun birbirinden az ya da çok ayrışan özelliklere sahip kültürel yapısı vardır. Hofstede (1980) 50 ülkeyi kapsayan çalışmasında kültürü dört boyut altında toplamıştır. Bunlar, bireysellik/kolektivizm, güç mesafesi, belirsizlikten kaçış ve erillik/dişilliktir (Hofstede, 1983). Hofstede tarafından daha sonra 1991 yılında “uzun dönemli oryantasyon ve kısa dönemli oryantasyon” olmak üzere yeni bir boyut eklenmiştir ve toplam beş boyut altında kültür incelenmiştir. Aşağıda kısaca bu boyutlara ve bu boyutların girişimcilik üzerindeki etkisine değinilecektir.

Bireysellik-Kolektivizm: Bireysellikte kişisel amaçlar daha ön plandadır. Bireyselliğe eğilimli kültürler bireyin çıkarları, amaçları ve gereksinimlerini toplumun gereksinimlerinin üstünde görür. Kolektivizm de, bireyin amaç ve gereksinimlerinden çok grup ve toplum gereksinimlerine önem verilir. Biz anlayışı hakim olup, sadakat duyguları içerisinde bireyler birbirlerine sıkıca entegre olmuşlardır (Rodrigues, 1997). Hayton ve arkadaşları 2002’de yaptıkları çalışma sonucunda bireyciliğin ön planda olduğu ABD’de girişimciliğe olan ilginin ve girişimcilik faaliyetlerinin, kolektivist kültürün hakim olduğu Çin’den daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir (Pruett ve diğ., 2009).

Güç Mesafesi: Bir ülkedeki kurum ve örgütler içerisindeki gücü az olan üyelerin, gücün hiyerarşik seviyeler arasındaki dağılımı hakkındaki davranış, tutum ve algılayışlarını ifade eder (Hofstede, 1983). Güç mesafesinin yüksek olduğu durumlarda, üstlerin verdiği emirler sorgulanmadan yerine getirilir, yöneticilerin daha güçlü olduğuna inanılır ve insanların çalışmaktan hoşlanmadıkları, ayrıca insanlar arasında güvensizlik durumu mevcuttur (Öğüt ve Kocabacak, 2007). Güç mesafesinin düşük olduğu durumlarda ise astlar yöneticileri ile kendilerini eşdeğer olarak görmekte, onlara karşı daha rahattırlar ve onların birbirlerine olan güvenleri yüksektir (Papamarcos ve Watson, 2006). Güç mesafesinin düşük olduğu toplumlarda güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlara göre girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olacağı beklenebilir çünkü bireylerin birbirlerine duydukları

güven, birbirlerine verdikleri değer ve ast ile üstlerin birbirlerine eşit sayılması iş hayatlarını olumlu yönde etkileyebilir.

Belirsizlikten Kaçış: Bir kültürün üyelerinin belirsiz ve bilinmeyen durumların tehdidini ne ölçüde hissettiklerini ve onların bu tehditler karşısında ne tür davranışlar sergileyeceklerini ifade etmektir (Hofstede ve Minkov, 2011). Bu davranışlar, endişe duyma, saldırgan, stresli, gergin ve sınırlı olma, rahat olma, soğukkanlılığını koruma şeklinde oluşabilmektedir (Öğüt ve Kocabacak, 2007).

Bireylerin belirsizlikten kaçınma derecesi iş yapma eğilimlerini etkilemektedir. Belirsizlikten kaçınma düzeyinin düşük olduğu kültürlerde büyük belirsizliklere tolere etme derecesi yüksek olmakta, esneklik tercih edilmekte, kişisel seçim ve karar verme ön planda olmakta, risk alma ve ekip çalışması ödüllendirilmektedir. Belirsizlikten kaçınma derecesinin yüksek olduğu kültürlerde kurallar ve prosedürler tercih edilmekte, itaat ve uyum gösterme önemli olmakta ve ödüllendirilmekte iken, aksi davranışlar ve hataların ise cezalandırılması esastır (Döm, 2008: 42). Belirsizliğe toleransın yüksek olduğu toplumlarda belirsizliğe toleransın düşük olduğu toplumlara oranla bireylerin girişimciliğe daha eğilimli olacakları ve bu doğrultuda onların girişimci faaliyette bulunacakları söylenilebilir.

Erillik/Dışillik: Hofstede (1980) tanınmayı, para kazanmayı, ilerlemeyi, atılgan olmayı ve özgüvenin yüksek olması gibi değerleri erkil kültürün özellikleri olarak ele almaktadır. Dişil kültürün göstergeleri ise, insan ilişkilerine ve insana daha fazla önem vermek, hayat kalitesini artırıcı faaliyetlerde bulunmak gibi faktörlerdir (Hofstede, 1983). Hofstede'e (1980) göre, erkil kültürün hakim olduğu toplumlarda insanlar kendine güvenin yüksek olması nedeniyle daha gerçekçidirler. Dışsallıktan ziyade içsellik özelliklerine sahiptirler. Bu özellikleri nedeniyle, başarısızlık durumlarında başkalarını suçlama yerine, hatayı kendilerinde ararlar ve gerçekçi değerlendirmelerle hatadan öğrenmeyle kendilerini geliştirebilirler. Eril kültürlerde çalışmak için yaşama ilkesi vurgulanırken, dişil kültürlerde yaşamak için çalışma öne geçmektedir. Dişil kültürlerde bu özellikten dolayı çalışma pek sevilmmez (Güney ve diğ., 2006). İçsel kontrol odağın hakim olduğu erkil kültürlü toplumların çalışmayı sevmeyen dişil kültürün hakim olduğu toplumlardan daha girişimciliğe eğilim gösteren bireylerin yetişeceği söylenebilir.

Uzun Dönemli Oryantasyon/Kısa Dönemli Oryantasyon: Bu boyut Çin kültürü üzerine araştırma yapan Michael Bond'a dayanmaktadır. İlk olarak konfüçyüsçü dinamizm olarak adlandırılan bu boyut daha sonra Hofstede (1991) tarafından uzun dönemli ve kısa dönemli oryantasyon olarak yeniden isimlendirilmiştir. Uzun döneme yönelik ülkeler gelecek odaklı olup, hesapsız riskten kaçınırlar ve yeniliğe meyillidirler (Nath ve Murthy, 2004: 125). Ayrıca, çalışmanın erdemli bir davranış olduğunu ve harcamalarda tutumlu davranılması gerektiği üzerinde durmaktadırlar. Eğitim önemli bir değer olarak algınır ve güçlü bir iş ahlakına sahiptir (Marcus ve Gould, 2001). Kısa döneme yönelik ülkeler ise, yeni fikirlere açık olmakla birlikte zorunlu olmadıkça değişim yapmayı tercih etmemektedirler. Yaptıkları eylemlerin hızlı sonuçlar vermesi gerektiğine inanırlar ayrıca standart bir yaşam tarzını benimserler ve kurallara bağlıdırlar (Maitland, 1999). Görüldüğü üzere, uzun döneme yönelik ülkeler kısa döneme yönelik ülkelere nazaran yenilikçiliğe daha meyillidirler, ölçülü ve hesaplı risk alırlar, buda uzun döneme yönelik ülkelerin daha başarılı girişimciler yetiştirebileceğinin göstergesi olabilir.

2.5.2.3. Rol Modelleri

Rol modelleri girişimcilerin kariyerlerine etki eden önemli bir unsurdur. Bireylerin karar almalarında ya da davranışlarının şekillenmesinde, başkalarının davranış ve görüşleri etkilidir. Daha spesifik olarak, bu etki, girişimcilik faaliyetlerinde bulunan bireylerin meslek seçimi içinde geçerlidir. Ayrıca, rol modelleri, bir girişimci olabilmek için, bireylerde arzu ve kendilerine olan güvenin artmasına olanak sağlar. Diğer yandan, yeni bir iş faaliyetinde bulunan girişimciler için, motivasyon ve ilham kaynağı olabileceği gibi, yeni ufuklar keşfetmeye, yeni bilgi edinme ve bilgiye erişimi sağlamaya ve dahası zihinsel ve pratik destek sağlamaya yardımcı olabilir (Bosma ve diğ., 2012).

Rol modelleri; aile, kardeş, arkadaş ve diğer başarılı akrabalar olmasının yanı sıra ulusal alanda çalışan diğer girişimcilerde olabilir (Özden ve diğ., 2008).

2.5.1.4. İnanç

Kültürel ve toplumsal inançlar, girişimciliğin önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilebilir. Düşüncelerini özgürce ifade edebilen toplumlar girişimci kişilik özelliklerinin ortaya çıkmasında çok büyük bir etkiye sahiptir (Alvarez ve diğ., 2011).

İnançlar, bir toplumun ahlaki yapılarına anlam veren ve toplumu bazı davranışlara teşvik eden veya bazı davranışlardan caymasına neden olan unsurlar olarak tanımlanabilir. Örneğin, Müslüman ülkeler, kültür ve inançlarına yüksek düzeyde bağlı olduklarından, oradaki insanlar daha çok kaderci olma eğilimindedirler. Yani onlar güçlü bir kadere iman ettikleri için kendilerini etkileyen olaylar üzerinde kontrol sahibi değillerdir. Dolayısıyla, bu ülkelerde yenilikçilik, proaktiflik ve risk almaya olan eğilimin düşük olduğu söylenilebilir (Altınay ve Wang, 2011: 677-678).

Max Weber'e (1985) göre bireyciliğin ön planda olduğu ve meslek içinde düzenli çalışmayı bir erdem olarak gören Protestan iş ahlakına sahip toplumlarda; çok çalışmak, her zaman daha fazla üretmek ve olabildiğince kar elde etmek anlayışı hâkimdir (Torun, 2002). Furnham ve Rose, 1987; Kleiber ve Crandall, 1981; Mirels ve Gorrett, 1971 yılında Protestan iş ahlakına sahip toplumların iç kontrol odağına sahip olduklarını yaptıkları çalışmaları sonucunda ulaşımlardır (Rayman ve Turner, 2007).

Girişimciler, yeni bir iş yeri açarken, faaliyette bunacakları toplumun sosyal normlarını ve ahlaki kurallarını iyi değerlendirmelidirler (Alvarez ve diğ., 2011). Çünkü girişimcilerin toplumun değer yargılarını veya inanç yapılarını göz önüne almamaları halinde özellikle uzun vadede onların çevresel tepkilerle ve dirençlerle karşılaşmalarına sebep olabilir.

2.5.2. Demografik Faktörler

Bazı araştırmacılar, girişimciler üzerinde yaptıkları araştırmalarında, onları girişime sevk eden demografik özelliklerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, (Rogers, 2011), gelir ve iş tecrübesi (Rodríguez ve diğ., 2011) olduğunu belirtmişlerdir.

2.5.2.1. Eğitim

Eğitim, Eflatun'a göre "bedene ve ruha, yetenekli olduğu güzelliği vermektir". Emile Durheim'e göre ise, "yetişmiş nesiller tarafından, henüz sosyal hayat için olgun hale gelmemiş bulunan nesiller üzerinde yapılan her çeşit etkidir". Her iki görüşten ortaya çıkan ortak kanaat eğitim, insanların gizli yeteneklerini ortaya çıkararak onları gelecekteki sosyal hayata hazırlamak işlevidir. Bir toplumda eğitim, o toplumu ileriye taşıyan ana faktörlerin başında gelir (Patır ve Karahan, 2010: 28).

Ülkelerin kalkınmışlık düzeylerini ekonomik, siyasal, sosyal yapılardan bakarak belirlemek mümkündür. Fakat bunların yanında ülkenin gelişmişlik derecesini sağlıklı saptamak açısından vazgeçilmez kıstaslardan birisi de ülkelerin eğitim düzeyleridir (Bayrakdar, 2011). Bundan dolayı ülkeler, girişimciliğin profesyonel bir şekilde büyümesi için üniversitelerde girişimcilik dersleri vermeye başlamışlardır. 1993 yılında ABD'de 400'ün üzerinde kolej ve üniversitelerde girişimcilik eğitim dersleri verilmeye başlanmıştır. 1960'lı yılların sonunda ise, girişimcilik eğitim dersleri önemli bir artış göstermiştir. Buna ek olarak Büyük Birleşmiş Milletler de dâhil olmak üzere uluslar arası kuruluşlar ve birçok ülke girişimciliğin geliştirilmesi için insanlara eğitim vererek onları girişimciliğe teşvik etmişlerdir (Koh, 1996).

Ülkelerin kalkınmasında önemli bir paya sahip olan eğitim, kişiye yarar sağlamanın yanında toplumsal alanda yarattığı etki nedeniyle ülkelerin ekonomik kalkınmasında da önemli bir yer teşkil etmektedir. Eğitim seviyesi yüksek olan toplumlar daha yaratıcı fikirlerle pazardaki fırsatları görerek bunu yatırıma dönüştürebilirler, bu yatırımların neticesinde istihdam ve gelir seviyesinde yükselme, dolayısıyla toplum refahında toplamda bir artış söz konusu olabilmektedir.

Girişimcilik bireyin kabiliyetini, fikirlerini davranışa çevirme yeteneği, bu kapsamda da başarıya ulaşmak için yenilik, risk alma, plan yapabilme kabiliyetini yönetme sürecidir. Bugün bireyler günlük yaşamında, toplumda daha iyi fırsatlar yakalamanın mümkün olduğunun farkındadır. Bu nedenle de ekonomik kalkınmada girişimciliğin önemi, girişimcilik kavramının geliştirilmesi ve ekonomik kalkınmaya direk etki etmesi sebebiyle girişimcilik eğitimleri üzerinde önemle durulmaktadır. Bu

eğitimlerin amacı yaratıcılığı, serbest meslek ve yeniliği yükseltmektir. Girişimcilik eğitimlerinin yararları, yeni iş ve yenilikçi girişimleri artırmakla sınırlı değildir. Bunun yanı sıra herkes için uzmanlaşmadır, özellikle gençler ne sorumluluk alırlarsa alsınlar onların daha fazla yaratıcı ve kendilerine güvenli olmalarını sağlamaktadırlar. Aynı şey ülkeler içinde geçerlidir. Eğitim seviyesi yüksek olan ülkelerin üretim seviyesi de yüksek olur. Bilgiye sahip olan ve onu kontrol edebilen ülkeler güç sahibi konumundadırlar (Bayrakdar, 2011: 7-8; Bolat, 2006).

2.5.2.2. Yaş

Yapılan çalışmalar sonucunda, yaşın dönemleri ile girişimcilik eğilimleri arasında önemli bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Çoğunlukla 22-55 yaş arası, girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak ortaya konulmuştur. Bu yaşlar dışında da, kariyere başlamak mümkün olmasına rağmen, girişimcilikte başarı için yüksek enerji ve finansal destek gerekli olmaktadır (Hisrich, 1995; akt. Bozkurt, 2006). Bu faktörler için en önemli yaş aralığı 22-55 olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yapılan bir başka çalışma sonucunda, bireylerin firma oluşturmada genç yaşta(25-34) başladıkları belirlenmiştir (Rodríguez ve diğ., 2011). Diğer yandan Bates (1995), girişimcilik eğilimi ile yaş arasında zıt yönlü bir ilişkinin olduğunu dile getirmiştir. İleri yaşın, genellikle girişimci faaliyetlerini daha olası hale getireceğini, bunun sebebinin uzmanlık, mesleki tecrübe ve özgüven olduğunu ve bunların öncekinden daha yüksek olacağını, aynı zamanda, yaşla birlikte artan iş ve aile sorumluluklarının girişimciliğe engel olabilecek unsurlar olduğunu belirtmiştir (Yang ve diğ., 2008: 5475).

2.5.2.3. Cinsiyet

Cinsiyet rolleri toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. En yaygın olan anlayış, kadınların erkeklere göre daha geri planda tutulması, bakan, büyüten ve hizmet eden konumunda olmasıdır. Geleneksel olarak belirlenmiş bu cinsiyet rollerine göre, kadınların erkeklere bağımlı oldukları düşünülmektedir. Kadınların bir kısmı bundan rahatsızlık duyarken bir kısmı bu durumun normal ve doğal olduğunu görmektedir (Kutanis, 2006). Kadınlara yüklenen bu roller onların çalışmasıyla daha da güçleşebilir. Girişimci olmanın verdiği sıkıntı, stres, risk ve uzun çalışma saatleri de söz konusu olduğunda hanımların kendi işletmelerini kurmak istemesine daha az

rastlanır. Cinsiyet faktörü, bireylerin kendi işletmelerini kurmak isteme nedenlerinde de etkilidir (Çevik, 2006).

Girişimci kadınlar ve erkekler arasında benzer ve farklı noktalar bulunmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki ortak yönler en çok işe başlamada etkili olan faktörlerde kendini göstermektedir. Bunlar, bir iş kurma fikri, bağımsız olma isteği, yeteneğini kullanma eğilimi, ekonomik zorunluluk ve patron olma gibi sebeplerdir. Cinsiyetler arasında kişilik olarak da bazı benzerlikler bulunmaktadır. Her ikisi de enerjik, hedefe odaklı ve bağımsız olma eğilimi taşımaktadır (Kutaniş, 2006). Farklı yönleri ise, girişimci kadınlar yeni fırsatları tespit etmede, ve risk alma gibi unsurlarda erkek girişimcilere oranla daha az eğilim göstermektedir (Smith, 2007).

2.5.2.4. Gelir

Gelir, bireylerin çalışması karşılığında ve çalışması dışında elde ettiği kazanç olarak ifade edilebilir (Çevik, 2006).

Bireyler şu yollardan gelir sağlayabilirler;

- ✓ Emek sarf ederek ve bunun karşılığında ücret alarak,
- ✓ Kapital yatırarak ve karşılığında faiz alarak,
- ✓ Doğal kaynaklarından faydalanarak karşılığında rant sağlayarak,
- ✓ Girişimci sıfatıyla ürün ve hizmet üretimine katılarak ve karşılığında kâr alarak.

Gelir, bireylerin iktisadi gücünü ve saygınlığını etkileyen bir ölçü olarak kabul edilebilir. Aynı zamanda, bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan somut bir ölçü olması ve tasarrufun yatırıma dönüşmesinde sermaye kavramıyla ilişkilendirilmesi nedeniyle, gelecekteki amaçları gerçekleştirecek olan bir unsurdur (Çevik, 2006). İnsanların servet ve gelir düzeyleri onların riskli işlere yatırım yapıp yapmayacaklarını belirleyen önemli bir faktördür. Gelir düzeyi yüksek bireyler, daha geniş alanlarda daha riskli işlere yatırım yapabilirler. Bu anlamda yeterli gelir düzeyine sahip olmayan bireylerin, tasarruflarını yatırıma dönüştürmeleri oldukça güçtür (Rodríguez ve diğ., 2011). Dolayısıyla sermaye olmadan, girişim de

olamayacaktır. Ancak, sermaye sahibi olmak, girişimde bulunmanın tek ölçütü ve yeterli koşulu değildir.

2.5.2.5. İş Tecrübesi

İş deneyimi, özellikle girişimci davranışıyla ilişkili risklerin yönetimine katkıda bulunur. Çalışma ortamında edinilen iş deneyimleri bireylerin iyi fikirler edinmesini ve bu doğrultuda onların daha sağlam iş projeleri oluşturmalarına muhtemel olanaklar sağlar. Diğer bir yandan bireylerin iş tecrübesi, onların gelirlerini arttırmaları için yeni bir firma kurma cesareti sergilemelerine zemin hazırlar (Rodríguez ve diğ., 2011). Diğer taraftan iş deneyimi, yeni pazardaki fırsatların belirlenmesinde girişimciye yardımcı olur. Özellikle edinilen deneyim, girişimcinin bilgi tabanını oluşturma, piyasa bilgilerine ve iş ağlarına erişimini kolaylaştırmasına, yönetim yeteneğini geliştirmesine ve ürün hizmet çeşitlendirmesine katkıda bulunur (Altınay ve Wang, 2011). Ayrıca, bazı alanlarda uzmanlığa sahip olmak yeni bir iş kurma açısından önemli bir paya sahiptir. Finans (özellikle risk sermayesi), dağıtım kanallarının geliştirilmesi, üstün ürün ya da hizmet geliştirme, Pazar planı hazırlama gibi alanlarda kişinin tecrübesi ve iş hüneri onun yeni bir işe başlamasında kolaylaştırıcı unsurlar olarak görülebilir (Bozkurt, 2006).

2.5.3. Çevresel Faktörler

Çevre; insan varlığının yaşamında anlam ve istikrar duygusu oluşturmaya yardımcı olur. İnsanlar ait oldukları çevrede, kendilerini rahat ve güvende hissederler. Bu sayede kendini daha rahat ifade etme şansı bulurlar. Ayrıca, yaşadıkları yerler onların ayrılmaz bir parçası haline gelir (Hallak ve diğ., 2011). Girişimci kişiliğin ortaya çıkışında çevresel faktörler; genelde pazarın durumu, hükümet politikaları, ekonomik yapı şeklinde olmaktadır. Kişiler girişimcilik faaliyetlerinde bulduklarında, kendi toplumlarında kahraman olarak algılanırlar. Bu da bireylerde girişimcilik arzusunun ortaya çıkmasına neden olur (Cansız, 2007).

Çevrenin, girişimciliğin ekonomik ve sosyal gelişiminde rolü yaygın olarak kabul edilmektedir ve özellikle, mevcut ekonomik ve mali kriz ile ilgili işsizlik oranlarındaki artış ile daha da önem kazanmaktadır. Kamu kuruluşlarının yardım

mekanizmaları güçlendirilmeli ve ülkeler, girişimcilik için düzenleyici bir çerçevede fırsat alanları yaratarak, girişimcilere düşük faiz oranlarıyla banka kredileri vermelidirler. Kendi bilgi ve yetenekleriyle, iş kurmak isteyen girişimcilere kamu destekli teşvik edici politikalar uygulanmalıdır. Ayrıca, girişimciler bir işe başlarken mali kaynaklarını iyi belirlemeleri gerekir. Girişimciler ya kendi ya da aile fonları aracılığıyla veya işletme kredileriyle iş fikri projesini işe dönüştürebilirler. Bunların yanı sıra bir toplumun inançları, değerleri ve tutumları bireyin davranışlarını belirler ve onun girişimcilik konusundaki kararlarını etkiler (Alvarez ve diğ., 2011).

2.5.4. Teknolojik Faktörler

Üretim yapısını, maliyetleri, pazarlama ve satış yöntemleri gibi birçok alanda girişimciye yardımcı olan teknolojik yenilikler, kullanılması durumunda girişimciliğin gelişme potansiyelinin belirleyicisi olabilmektedir. Firmaların araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) harcamaları ve bu alanda çalışanların sayısı, patent ve yayın sayısı gibi rasyolar, teknolojinin kullanılma derecesini verir. Bilgisayar kullanımı, internet erişimi teknolojik alt yapının en belirginleşmiş öğeleridirler (Yardımcıoğlu ve Ay, 2008: 307).

Yeni ürün ve fikir geliştirmede, gerek ulusal gerekse uluslar arası fırsatları rakiplerinden önce keşfedip ve onlardan önce o fırsatlardan yararlanmada teknolojinin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde, müşterilerin özel ihtiyaçlarını belirlemek ve bu doğrultuda harekete geçmek daha kolay olabilir (Reuber ve Fischer, 2011).

2.6. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

2.6.1. Girişimciliğin Avantajları

Potansiyel girişimci yeni bir işe başlamadan önce işin avantaj ve dezavantajlarını dikkatli bir şekilde gözden geçirmelidir (Zimmerer ve Scarborough, 1996). Girişimciliğin avantajları şunlardır:

Bağımsızlık: Bireylerin özgür ve bağımsız olması, işleri ile ilgili kararların kendilerinin vermesi en önemli avantajlardan biridir. Kişinin kendi işinin olması ve

kendi işinin patronu olması girişimciliğe teşvik edici en önemli unsurlardır (Lamping ve Kuehl, 1997: 16). Ayrıca, bireylerin kendi kendilerini istihdam etmek, büyük kazançlar elde etmek ve rekabet güçlerini arttırabilmek için özerkliğe büyük oranda tutum sergilerler (Schwarz ve diğ., 2009).

Başarma Duygusu: Yeni bir işe başlama, girişimci için heyecan vericidir (Lamping ve Kuehl, 1997). Kendi işini kuran girişimci aldığı kararların ya da faaliyetlerin sonucundan tamamen sorumludur. Başarı elde etme ve kazanma güdüsünün verdiği keyif bireyleri kendi işini kurmaya teşvik etmektedir (Döm, 2008).

Finansal Kontrol: Genellikle girişimcilerin mali bağımsızlığı olduğunu ifade ederken, bu onların çok zengin olduğu izlenimini verebilir. Birçok girişimci büyük bir zenginlik arayışı içinde değildir, ancak mali durumu üzerinde daha fazla kontrole sahip olmanın arayışı içindedir (Lamping ve Kuehl, 2003: 31). Birçok durumda girişimcilerin zenginlikleri, yaratıcı olmaları, sıkı çalışmaları ve işe olan bağlılıkları göstermektedir. Böylece çalıştıkları işten, beklenmedik bir anda çıkarılmak istenmiyorlar (Zimmerer ve Scarborough, 1996: 4).

Kişisel Gelişime Olan Katkısı: girişimci işletmenin çeşitli faaliyetlerinde görev üstlendikçe, kendi becerilerini kullanma ve kendi potansiyelini geliştirme olanağı sağlayacaktır. Bir başka deyişle kendi potansiyelini gerçekleştirme fırsatı elde edecektir (Döm, 2008: 36).

2.6.2. Girişimciliğin Dezavantajları

Serbest meslek kolay olsaydı, kendi işini kuran ve onun patronu olmak isteyen girişimcilerin sayısı daha çok olacaktı. Aslında, kişinin kendi işini kurmak istemesi en zor tercihlerden birisidir (Lamping ve Kuehl, 1997: 16). Girişimciliğin dezavantajları şunlardır:

Kişisel Fedakârlıklar: Girişimciler özellikle işe başladıkları ilk yıllarda, genellikle altı veya yedi gün ya da büyük olasılıkla her hafta uzun saatler çalışır. Bu kişinin aile hayatını veya kişinin kendi özel hayatını olumsuz yönde etkiler. Özellikle aile ilişkileri üzerinde büyük bir yük ve yüksek düzeyde strese neden olur. Girişimci

çalıştığı işte başarılı olabilmek için bu tür fedakârlıklara katlanabilir. Örneğin, Remi TOH, Afrika'dan Amerika birleşik devletlerine göç eden başarılı bir girişimci, onun eşi onun başarısını ve işe çok zaman ayırmasını kıskanıyordu. Ayrıca, Remi'nin işe yoğunlaşması nedeniyle eşiyle arasında anlaşmazlıklar yaşanmış ve ayrılmalarına sebep olmuştur. Buda, Remi'nin işteki başarısı için büyük bir bedel ödemeye istekli olduğunun göstergesidir (Lamping ve Kuehl, 1997: 17).

Sorumluluğu Yüklenmek: Girişimcilerin, kurumsal işçilerin aksine sorumlu oldukları bir yükleri vardır. Şirketlerde, çalışanlar genellikle aynı endişeleri taşımaktadır. Şirkette çalışanlar arasında dostluk duygusu olduğundan, öğle yemeğinde ya da işten sonra aralarında bilgi paylaşımının olması mümkün olmaktadır. Zirveler de yapayalnız olduğunu bilen girişimci, bir esnaf gibi olmalıdır. Kurumsal işçilerin, genellikle pazarlama, finans, gibi spesifik alanlarda uzmanlaşmış olmaları gerekir. Şirketler, bu tür uzmanlığa sahip kişileri işe aldıklarında büyük bir kar elde edebilirler. Girişimci, yalnız başına tüm bu uzmanlıkları kendinde barındırmalıdır. Birçok alanda uzman olmakta büyük bir yük olmaktadır (Lamping ve Kuehl, 2003: 31).

Zarara Fazla Tolerans Göstermemek: Büyük şirketlerin çoğunun, aldığı kararlar kar elde etmeyi olumsuz yönde etkileyebilir. Onlar fazla kabul görmeyen ürünler üretir ya da kar marjı düşük olacak yerlerde mağaza açarlar. Buda işletmenin gidişatı için büyük bir tehlike oluşturabilir. Örneğin, EuroDisney tema parkı Fransa'da Walt Disney şirketi tarafından açıldı. İlk birkaç yıl, kar elde edeceği öngörülmesine rağmen, muazzam büyüklükte kayıplar yaşadı. Disney şirketi gibi büyük şirketler, bu devasa kayıpları ödemek için yeterli mali kaynaklara sahip olduğundan hayatta kalmayı başaracaklardır. Ancak, küçük işletmeler cüzi bir maliyetle çalışabilir. Yönetimin yanlış bir karar vermesi ya da kötü iç kontroller nedeniyle işte başarısızlıklar meydana gelebilir. Buda işletmenin zayıflamasına ve kötü performans göstermesine neden olabilir (Lamping ve Kuehl, 1997: 17).

2.7. Girişimciliğin Önündeki Engeller

2.7.1. Sosyo-Kültürel Yapı

Sosyo-kültürel ortamın bazı karakteristik özellikleri o ortamda yetişen bireylerin girişimci olmalarına engel teşkil ettiği kabul edilmektedir. Bazı toplumlarda eğitim sisteminde ezberci öğrenme anlayışı, bireylerin yaratıcılığını etkilemektedir. Ayrıca, iş kültürleri ve gerekli pratik iş deneyimlerinin olmaması bireylerin risk almamasına sebep olmaktadır. Buda özünde riski taşıyan girişimciliği olumsuz yönden etkilemektedir. Bazı toplumlardaki bireyler servetlerini sürekli geliştirmeyi ve yenilikçi olmayı benimserken, diğer kesim servetlerini biriktirmeyi benimserler. Ülkelerin gelişme gösterebilmeleri için, girişimciliği teşvik edici düzenlemeler yapmaları gerekir. Hükümete bağlantılı şirketlerin olması, yolların, limanların, diğer alt yapı tesislerinin iyi olması, ülkelerin iş yanlısı politikaları, kültürel ve sosyal çeşitliliğe teşvik, eğitim projeleri ve girişimcilikle ilgili seminerler yapılması halinde girişimciliğin önündeki engeller en aza indirilmiş olur (Cheng ve Low, 2006: 170-171). Buda, bireylerin mesleki becerilerinin artmasına, yeni fikirleri ortaya atmasına ve bu doğrultuda kendine olan güvenin artmasına, kısacası, girişimcilik faaliyetlerinde bulunma olanağı sağlanmasına katkıda bulunacaktır.

2.7.2. Ekonomik Yapı

Girişimciler, yenilik yapmayı ve risk almayı severler. Dolayısıyla ülkeler bu girişimcilere ekonomik bağlamda fırsatlar sunduğunda, onlar bir ya da birden fazla işletme kurarak, ülkelerinin ekonomik gelişmesine ve büyümesine katkı sağlarlar (Bitzenis ve Nito, 2005).

Yerel pazardaki düşük talep, ülkedeki ekonomik belirsizlikler, enflasyon, vergi düzenlemeleri ve/veya yüksek vergiler, kredilere erişim, piyasa koşulları, iş kültürü ve finansman sorunları girişimciliğin önündeki en önemli ekonomik engeller olarak söylenebilir (Suzuki ve diğer., 2002). Bunun yanı sıra, iyi bir Pazar araştırmasının yapılmaması, yönetim becerileri eksikliği, mesleki eğitim yetersizliği gibi girişimcinin kendisinden kaynaklanan sorunları da mevcuttur (Bitzenis ve Nito, 2005). Ülkeler bu doğrultuda girişimcileri desteklemek için teşvik edici politikalar,

kamu kurumları ve onların fonlara ulaşılmasını kolaylaştırıcı uygulamalar yapmalıdırlar (Zhang ve diğ., 2008).

Bilgi ekonomisi çağında, bilim, teknoloji ve yenilik giderek endüstriyel gelişmede hayati bir rol oynamış ayrıca, ekonomik ve endüstriyel rekabet gücünü önemli ölçüde etkilemiştir. Bir ülkenin başarısı yerel ağların oluşturulmasıyla mümkün olabilir. Ülkeler ağları aracılığıyla, yeni teknolojik gelişmelere, esnek ve hızlı bir sanayi değişimine uyum sağlayabilen pek çok bilgili, yetenekli girişimciler yetiştirebilir (Chang ve diğ., 2010).

2.7.3. İdari ve Siyasi Yapı

Bir ülkedeki siyasi, hukuki ve idari ortamların girişimcilerin ortaya çıkmaları ve büyümeleri üzerinde büyük etkileri vardır (Güney ve diğ., 2006). Devlet bürokrasisi ve siyasi istikrarsızlık, haksız rekabet prosedürleri, kötü fiziksel alt yapı (elektrik, su, yol vb.), teknoloji / üretim ile ilgili sorunların yanı sıra, yolsuzluk, suç ve hırsızlık, vergi kaçakçılığı, rüşvet ve yasadışı eylemler girişimciliği engelleyen en önemli unsurlar olarak belirlenebilir (Bitzenis ve Nito, 2005). Ülkeler girişimciliği engelleyen bu unsurların önüne geçerek ülke ekonomisinin büyümesine katkıda bulunmaları gerekir. Aksi takdirde, ülkelerin gelişmesinde sekteler meydana gelecektir.

2.8. Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Beceriler

Baron (1998), başarılı girişimciliği bilişsel ve sosyal faktörlere bağlar ve başarılı girişimcilerin, çeşitli özellikleri itibarıyla farklı olduklarını ifade eder. Ayrıca, başarılı girişimcilerin kendi yargılarına fazlasıyla güven duyduğunu, diğer insanlarla başarılı bir biçimde etkileşimde bulunduğunu ve yeni durumlara hızlı uyum sağlayan insanlar olduğunu belirtmiştir (Kutaniş, 2006: 6).

Girişimci kişiliğe sahip bir kişi, önemsiz durumları bile çok önemli fırsatlara çevirir. Girişimci, her zaman bilinmeyenle ilgilenen, geleceği kurcalayan, olasılıklardan olanaklar yaratan, kaosları uyuma çeviren yaratıcı kişidir (Gerber, 2009: 24). Başarılı girişimciler, vizyon sahibi olan, insanlarla iyi iletişim içerisinde olan, engellere ve olumsuz durumlara karşı esnek olan, yenilikçi ve yaratıcı olan,

fırsatları arayan, risk alabilen, özgüveni olan ve başarılı olabilmek için kararlı olan kimselerdir (Stumpf ve Tymon Jr, 2001).

Lamping ve kuehl' e (1997) göre, başarılı girişimcilerde bulunması gereken özellikler; bir iş kurmak için hevesli olmak, başarısızlığa rağmen azimli olmak, güven, kararlılık, risk yönetimi, değişimi fırsat olarak görmek, belirsizliğe karşı tolerans, girişken olma ve başarı ihtiyacı, detaylara önem verme ve mükemmeliyetçilik, geçen zamanı algılama, yaratıcılık ve büyümeye dönüklük olarak sıralanmıştır.

Girişimciler sahip oldukları bu özellikleri başarılı olmaları yönünde tamamlayacak bazı becerilere de sahip olmalıdır. Hisrich bu becerileri teknik, yönetsel ve kişisel beceriler olmak üzere sınıflandırmaktadır (Arıkan, 2002; Akt. Kutanis, 2006: 7).

Teknik Beceriler: Yazma, sözlü iletişim, çevreyi izleme, teknik yönetim, teknoloji, dinleme, organize etme becerisi, şebeke oluşturma becerisi, yönetsel tarzlar, antrenör türü liderlik, ekip oyuncusu olma.

Yönetim Becerileri: Planlama ve amaç oluşturma, karar verme, insan ilişkileri, pazarlama, finansman, muhasebe, yönetim, kontrol, müzakere, büyümeyi yönetmek.

Kişisel Beceriler: İçsel kontrol odağına sahip olmak, disiplinli olmak, risk almak, yenilikçi olmak, değişime dönük olmak, sabırlı olmak, vizyon sahibi bir lider olmak değişimi yönetme yeteneği.

İletişim: İş hayatında sürekli olarak değişik insanlarla iletişim içinde olmak gerekir. Bunlar; çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, bankalar, kamu kurumları, muhasebeciler, rakipler vs. olabilir. Ayrıca, Net bir şekilde konuşma ve yazma becerisine sahip olarak düşünce ve fikirleri toparlamak ve iletilmek istenilen mesajın ne olacağına karar vermek; ayrıca, mesajı iletmede en iyi iletişim aracının ne olacağına karar vermek. Örneğin, müşteriye televizyon reklamı, kamu kurumuna resmi yazı, tedarikçilerle telefon faks vs. gibi görüşmeler, mesajın alındığı ve anlaşıldığını kontrol etmektir (Gözek, 2006: 6).

2.9. Girişimcilere Sağlanan Destekler

Girişimciler yeni bir iş fikrini hayata geçirmeye karar verdikleri zaman birçok engel ve zorlukla karşı karşıya kalabilirler. Onlar bu zorluk ve engellerin üstesinden gelebilmek için kendilerine mutlaka bir destek ararlar. Çünkü bireylerin girişimci bir faaliyette bulunması sadece girişimci kişilik özelliklerine sahip olmasına bağlı değildir. Aynı zaman da bu girişimci kişilik özelliklerinin gün yüzüne çıkarılabilmesi için bireyler özel kuruluşlar veya devlet kuruluşlarınca desteklenmelidir. Kişilerin özellikle sahip oldukları potansiyelin farkına varmasının sağlanması ve bu potansiyelin bir girişime dönüştürülmesinin desteklenmesi noktasında gerek fikirlerin hayata geçirilmesindeki girişimcilik eğitimlerinin verilmesi gerekse girişimcinin ihtiyaç duyduğu fon kaynağının sağlanmasında destek verilmesi önem arz etmektedir.

Girişimciliği geliştirme alanında dünya çapında veya bölgesel bazda olmak üzere faaliyet gösteren ve girişimciliğe destek veren çok sayıda kuruluş bulunmaktadır. Türkiye’de girişimciliği geliştirmeye ve bu alandaki çalışmalarını desteklemeye yönelik doğrudan doğruya ön plana çıkan kuruluşları şöyle sıralamak mümkün olabilir (Öktem ve diğ., 2007):

2.9.1. KOSGEB

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayicileri Geliştirme Birliği (KOSGEB); KOBİ’lerin sorunlarına yönelik çözüm üretmek, teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini yükseltmek ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini arttırmak, ayrıca KOBİ’leri desteklemek amacıyla 1990 yılında, 3624 sayılı yasa ile kurulmuş, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’na bağlı bir kamu kuruluşudur (Döm, 2008: 26; Cansız, 2007: 56).

KOSGEB, her yaştan girişimciye kadın-erkek ayrımı yapmaksızın birçok konuda destek vermektedir. Bu destekler; Danışmanlık ve Eğitim, Teknoloji Geliştirme ve Yenilik, Bilişim, Kalite Geliştirme, Pazar Araştırma ve İhracatı Geliştirme, Bölgesel Kalkınma ve Girişimciliği Geliştirme Destekleri’dir. Ayrıca KOSGEB üniversitelerle işbirliği ve fikir alışverişine giderek, gençlerin girişimciliğe

özendirilmesi ve gençlerin desteklenmesi konusunda da faaliyetlerde bulunmuştur (Cansız, 2007: 56-57).

2.9.2. TTGV

Türkiye teknoloji geliştirme vakfı (TTGV), ana faaliyeti olarak, sanayi kuruluşları ve yazılım şirketleri tarafından gerçekleştirilen teknoloji geliştirme projelerine finansal destek sağlamaktadır. Ancak, altyapı veya üretim yatırımlarına dayalı projeler ile sanayi kuruluşları dışında üniversite ve araştırma kurumları tarafından sunulan projeler bu destek kapsamı dışında kalmaktadır (Döm, 2008: 26).

İleri teknoloji alanlarında yeni iş fikirlerinin oluşturulmasını kolaylaştırmak ve ortaya çıkacak iş planlarının kalitesini artırmak amacı ile geliştirilen Ön İnkübasyon Destekleri, teknoloji temelli iş fikri sahibi kişi ve kuruluşlara, fikirlerini olgunlaştırmaları amacıyla erken aşama destekleri sağlamaktadır. Dolayısıyla hedef kitlesini ileri teknoloji alanlarında iş fikri sahibi girişimciler veya bu girişimcilerin kurma aşamasında oldukları ya da kurdukları tüzel kişiliğe sahip ticari yapılar oluşturmaktadır (TTGV, 2012).

2.9.3. KAGİDER

Kadın Girişimciler Derneği, geleceğin iş dünyasında kadın girişimcilerin sayısını ve etkinliğini arttırmak amacıyla 2002 yılında kurulmuştur. Misyonu kısaca ‘kadınları ekonomik hayata kazandırmak’ olarak ifade edilmektedir. Dernek tarafından girişimci kadınlar teşvik edilmekte, projelere destek sağlanmakta, iş sahibi kadınlara her aşamada uzman üyeleri aracılığıyla danışmanlık hizmetleri verilmektedir (Cansız, 2007: 58). KAGİDER’in amacı ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırarak, varolan kadın girişimcileri güçlendirerek, Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlamak ve Türkiye’nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmaktır (Gözek, 2006: 31).

2.9.4. TÜGİAD

Türkiye Genç İş Adamları Derneği’nin kuruluş amacı; sistematik çalışmalarla Türkiye’de ki girişimcilik potansiyelinin arttırılması için çalışmalarda bulunmak,

girişimciliğin önündeki engellerin tespiti ve giderilmesi için çalışmalar yürütmek, Türkiye'nin girişimcilik profilini belirlemek, liderlik, motivasyon gibi konuları çeşitli platformlarda işlemek, girişimciliğe özendirmek, özgün ve orijinal projeleri belirleyerek fon sağlayıcı kuruluşlara sunmak ve başarılı girişimcileri ödüllendirmektir (Cansız, 2007: 57).

BÖLÜM III

3. KİŞİLİK

Kişilik, bireyin bütün özelliklerini yansıtan bir kavramdır (Çetin ve Beceren, 2007: 112). Bireyleri diğer bireylerden farklı kılan özelliklerin bütünü kişiliği oluşturmaktadır. Konunun iyi anlaşılabilmesi için bu bölümde kişilik ve kişilik ile ilgili kavramlar tanımlanmaya çalışılacaktır ayrıca, kişiliği belirleyen faktörler, kişiler arasındaki farklı kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri hakkında genel bilgiler verilmeye çalışılacaktır.

3.1. Kişilik Kavramının Tanımı

Kişilik kavramı, insanın sosyal yaşantısının bir parçası olarak yüzyıllar boyunca ilgi görmesine rağmen bilimsel gelişimine, 1930'lu yıllarda kişilik psikolojisinin diğer sosyal bilim alanlarından ayrı bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkmasıyla başlamıştır. Kişilik, bir insanın duyuş, düşünüş, davranış biçimlerini etkileyen etmenlerin kendine özgü görüntüsüdür (Yelboğa, 2006: 198).

Kişilik, bir bireyin davranış, tutum, ilgi ve becerilerini, giyim ve fiziksel görünümünü, konuşma tarzını, iletişim yeteneklerini, alışkanlıklarını ve diğer bireylerle olan etkileşimini kapsayan ve böylelikle bireyin tüm özelliklerini açıklayan bir kavramdır (Hogan ve diğ.,1996). Diğer bir tanıma göre kişilik, bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış ilişki biçimidir (Cüceloğlu, 2010).

Lavrence Ervine'e göre kişilik, kişiyi diğer bireylerden ayırt eden psikolojik özelliklerin oluşturduğu dizilerdir. Robbins'e göre ise kişilik, bireylerin diğer bireylerle etkileşime girdiği ortamdaki kazanılan davranış kalıplarının tümüdür (Appannaiah diğ., 2010: 154).

Kişilik bireyin, fizyolojik, zihinsel ve ruhsal özellikleri hakkındaki bilgisi olmasının yanı sıra, duygu, düşünce ve davranışlardaki benzerlik ve ayrılıkları oluşturan özellikler bütünüdür (Kutaniş, 2003: 52). Şu halde, kişilik insanın

kendisinde olup bitenleri değerlemesi ve kendisine tatmin ve çıkar sağlayacak bir duruma geçmeyi istemesidir. Başkaları açısından ise kişinin toplumda belli özelliklere ve rollere sahip olması şeklinde tanımlanmıştır (Eren, 2008: 83).

İnsanlar bir diğer insandan farklı davranış kalıplarına sahiptirler. Dolayısıyla kişilik, bireylerin nasıl davranacağını açıklamaya yardımcı içsel durumları ifade eder (Taggar ve Parkinson, 2007). İçsel durumlar, nasıl davranacağımızı ve hissedeceğimizi etkileyen ve içimizde gelişen bütün duygusal, güdüsel ve bilişsel süreçleri kapsar (Burger, 2006),

Kişilik, Toplumbilim Terimleri Sözlüğünde, “Bireyin toplumsal yaşamı içinde edindiği alışkanlıkların ve davranışların tümü” olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda kişilik, bireylerin doğuşundan var olan özellikler ile sonradan toplum içerisinde yaşamanın kazandırdığı özelliklerin toplamıdır. İnsanların doğuşundan var olan özellikler biyolojik temelli olup değiştirilmesi güçtür; ancak çevreden kazanılan özellikler, içinde yaşanılan toplumun, grubun, işletmenin veya işin niteliğine göre farklılıklar arz etmektedir (Soysal, 2008).

3.2. Kişilik İle İlgili Kavramlar

3.2.1. Karakter

Kişiliğin sosyal ve ahlaki özelliklerini ifade eden karakter, bireyin zihinsel gücünü oluşturan ve şekillendiren genel özelliklerin tanımıdır (Erdoğan, 1991: 244). Diğer bir tanıma göre karakter, kişiliğin iskeleti durumundadır. Belirli bir zaman dilimi içinde kişinin devam ettirdiği kişilik özellikleri karakterin bir görünümüdür. Sosyal ve ahlaki açıdan karakter, bireylerin bu konudaki farklılıklarını ifade etmek maksadıyla kullanılmaktadır. Karakter kavramı, bireyin yaşadığı çevrenin toplumsal değerleri ve ahlaki kuralları ile yakından ilgilidir. Bu açıdan Allport, karakteri, insanın içinde yaşadığı çevrede geçerli olan değer yargılarını ve ahlak kurallarını kullanım biçimi olarak tanımlamaktadır (Köknel, 1984; akt. Zel, 2001: 27).

3.2.2. Mizaç (Huy)

Allport (1961), mizacı bireyin kendine özgü duygusal doğaya sahip olma olgusu olarak tanımlamıştır. Günümüzde araştırmacılar mizacı, değişik şekillerde ifade edilebilen ve kişinin yaşam deneyimlerine dönüşebilen, genel davranış ve duygu durum kalıpları olarak tanımlar (Burger, 2006: 352).

Deary'e (1993) göre, bazı araştırmacılar mizacı, duyguların çabuk uyanıp uyanmaması, sürekli olup olmaması, derin duyulup duyulmaması niteliklerinin tümü olarak açıklamaktadır. Bazı bireylerde duygular çabuk uyanıp süresiz olur ama derin duyulabilir. Bazı bireylerde ise, yavaş uyanıp süresiz ve yüzeysel olabilir. Bu açıdan mizaç, kişiliğe kıyasla daha çok bireyin iç yapısıyla ilgilidir denilebilir (Zel, 2001: 28).

Kişiliklerin oluşmasında hem mizaç hem de çevre belirli bir etkiye sahiptir. Hatta mizaç çevreyi etkilemekte, çevre de huyun kararlı kişilik özelliklerine dönüşümünü şekillendirmektedir. Benzer mizaçla doğan iki çocuk, ileride çok farklı iki yetişkin olabilir. Yüksek hareketlilik düzeyi olan bir çocuk saldırgan, başarılı ya da atletik bir yetişkin olabilir. Ancak bu çocuğun tembel ve umarsız olmayacağı kesindir. Bir çocuk, anne babasının üzerine istediklerini çizebileceği boş bir levha değildir. Ancak, yine hiçbir çocuk, anne babasının ve toplumun hiçbir etkisinin olamayacağı bir şekilde, önceden belirlenmiş bir kişilikle dünyaya gelmez (Burger, 2006: 356-357).

3.2.3. Benlik

Aydın (1996) Benliği, şahsın kendi ile algılamalarının, kişisel atıflarının, geçmiş yaşantılarının, gelecekle ilgili hedeflerinin, sosyal rollerinin onun zihninde temsil edilişi olarak tanımlamıştır. Bireylerin sahip oldukları benlik şemaları ve içerikleri, söz konusu şahsın algılarını, bellek ve değerlendirmelerini etkileyen bir husustur (sayiner ve diğ., 2007:)

Atomculuğun iddiasına göre her birimiz, yalnızca kendimizin girebildiği eşsiz bilinç durumları ile başkalarından bağımsız olarak sahip olduğumuz kapasite ve gereksinimler tarafından oluşturulan ayrı bir bireyiz. Atomculuk, benliği,

başkalarından tamamen farklı ve onlardan tamamen kopuk, katı bir bütünsel varlık olarak tanımlıyor (Fay, 2005: 54).

Benlik kavramının gelişimi ailede başlamakla birlikte, bu süreç çocuğun okula başlamasıyla hız kazanır. Bireyin bütün yönlerinin gelişiminde olduğu gibi, benlik kavramının gelişiminde de aile bireylerinin yanı sıra okulda öğretmen ve arkadaşlarının bireye yaklaşımı da aynı derecede etkili olmaktadır (Bilgin ve Kartal, 2002).

3.2.4. Yetenek

Zihinsel ve bedensel olarak iki grupta toplamak mümkün olabilir. Zihinsel; ilişkileri kavrama, analiz etme, çözümlenme, sonuca varma, sayısal, teknik ilgi, hafıza, soyut düşünme, ilişki bulma, karşılaştırma, öğrenme, kavrama. Topluma ve yeniliklere uyma becerisi. Bedensel; duyu organları aracılığıyla belli olguları gerçekleştirmek. Yürüme, ayakta durma, koşma, görme, renk ayırma, derinliği ayırma, sesi / tonları ayırma, tat ve koku hissetme, el-kol koordinasyonu, göz-el koordinasyonu vb. (Kutunis, 2003: 53).

3.3. Kişiliği Belirleyen Faktörler

Kişiliği, bir zaman dilimi içindeki davranış türü olarak görmek, doğru değildir. Kişiliği geçmişin, mevcut zamanın ve geleceğin oluşturduğu bir bütün olarak görmek ve değerlendirmek gerekir. Kişi, alışkanlıklarının devamını isteyen bir yapıya ve geleceğe uymak isteyen özelliğe sahiptir. Bu durumda kişilik, geçmişin izleri, mevcut zamanın uygulamaları ve geleceğin temel eğilimi ile oluşacaktır. Bu durumda kişiliği, bireyin yaşam süreci içindeki alışkanlık ve özelliklerinin davranışlarına yansıyan gözlenebilir yönü olarak görmek mümkündür (Türk ve Helvacı, 2005: 89).

Karmaşık bir yapıya sahip olan kişilik kavramını oluşturan birçok faktör mevcuttur. Bunlar gruplar halinde belirlemek oldukça zordur; çünkü kişiliğin oluşmasında katkıda bulunan bilişsel süreçler ve psikolojik süreçler ile diğer birçok değişken bulunmaktadır (Nair, 2010: 136). Bu faktörleri altı grupta toplamak mümkündür (Zel, 2001).

3.3.1. Kalıtımsal Faktörler

Kişiliği belirleyen faktörlerin başında kalıtımsal özellikler gelir. Kalıtım, çevre etkisiyle köklü olarak değişmeyen özelliklerin anne ve babanın kromozomları ile bir kuşaktan ötekine geçmesi olup, insanın tüm yaşamına biçim veren önemli bir etkidir. Ayrıca, kişiliğin oluşmasında genler ve çevresel faktörlerin etkileşiminin büyük bir rolü vardır (Jucksch ve diğ., 2009).

Bireyin fiziki yapısıyla ilgili vücudun şekli, saç ve göz rengi, ayrıca zekâ durumu gibi faktörlerde de kalıtımın payı oldukça yüksektir (Cüceloğlu, 2010). Bunun yanı sıra, bireyin taşıdığı özelliklerden hangilerinin kalıtım yoluyla geçtiğini kesin olarak ortaya koymak mümkün değildir. Kişiliğin zihinsel, bedensel ve psikolojik yönlerinin belirlenmesinde, sosyo-kültürel ve diğer faktörlerinde etkili olduğu bilinmektedir (Türk ve Helvacı, 2005: 90). Buna göre bireyin beden yapısıyla ilgili iskelet, boy, ağırlık, heyecanlılık, duygusallık, karşı koyma, direnme ve dayanıklılık gibi çoğu bedensel kısmen de zihinsel ve duygusal özelliklerde kalıtımın payı yüksektir. Buna karşılık bireylerin belirli bir sosyal yapı ve fiziki çevre içerisinde yaşamalarından dolayı örf, adet, inanç, ahlak, fikir, düşünceler gibi sonradan öğrendikleri davranış kalıplarında kalıtımın payı nispeten daha azdır (Zel, 2001: 22).

3.3.2. Aile Faktörleri

Bireyin yetiştiği aile ortamı, aile fertleri ile olan ilişkileri kişiliğin oluşmasında çok önemli bir role sahiptir. Demokratik bir yapıya sahip aile yapısının, çocuğun daha rahat yetişmesine, objektiflik kazanmasına, rasyonel davranmasına ve zamanla daha aktif olup daha kolay sosyal ilişki kurmasına olanak sağladığı gibi yine anne-babanın, çocuğun zihinsel yapısının şekillenmesinde de büyük bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Sadece ebeveynlerin değil aileyi oluşturan diğer bireylerin de (kardeşler, büyükanne, büyükbaba gibi) çocuğun kişilik oluşumunda etkili oldukları belirtilmiştir (Çetin ve Beceren, 2007).

Bireylerin sosyo-kültürel değerleri ilk öğrenmeye başladıkları yer aile ortamıdır. Çocuklar hem sosyo-kültürel değerleri ve tutumları hem de özel bazı

davranış biçimlerini, anne babayı örnek alarak öğrenmektedirler. Çocuklar yetişirken, anne babanın birçok kişilik özelliklerini, ahlâki ve kültürel standartlarını taklit ederek öğrenirler (Deniz, 2007; Akt. Kaşlı, 2009: 15).

3.3.3. Sosyal-Kültürel Faktörler

Kişiliğin oluşumunda en etkili faktörlerden biri de kültürdür. Kültür en geniş anlamıyla, bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan değerler, tutumlar, inançlar ve davranışların oluşturduğu sistemler bütünüdür. İnsan davranışlarının şekillenmesinde etkili unsurlardan biridir. Kültür, bireyin sosyal rolünü belirler ve bireyin performansını etkiler (Zhao ve Chen, 2008). Diğer bir tanıma göre kültür, bir grubun yaşamını anlamlandırmasını sağlayan ve bu gruba yaşam biçimi istikametlerini sunan ayrıca, bireylerin kimliklerinin oluşmasına katkı sağlayan kavramlar kümesidir. Yani kişinin kimliğinin temelleri, belli bir inanç sisteminin ve buna eşlik eden duygu ve etkileşim biçimlerinin içselleştirilmesiyle (özümsemek) oluşur (Fay, 1996: 83).

Bireysel davranışların çoğunda kişinin yaşadığı çevredeki hâkim kültürün yansıması vardır. Yemek yeme biçimi, temizlik alışkanlığı, giyim tarzı, dili kullanma ve konuşma biçimi, çalışma ve zamanı kullanma biçimi, dini inanışlar gibi unsurlar hep kültürün etkisi altında oluşmaktadır. Başka bir ifadeyle kültür, insanların davranış ve hareketlerini belirlemektedir. Bir toplumun kültürü, o toplumda yaşayan insanların kişiliklerine biçim vermektedir (Isır, 2006).

Triandis'a (1989, 2001) göre, kültürler arası araştırmalar yapanların belirttiği en önemli ayırım, bireyci ve kolektif kültürlerdir. Daha çok Kuzey Avrupa ülkelerinde ve ABD'de görülen bireyci kültürler, bireysel gereksinim ve başarılar çok önem verir. Bu kültürlerde insanlar, kendilerini bağımsız ve eşsiz olarak görür. Bunun tam tersi olan kolektif kültürlerde insanlar; aile, kabile ya da ulus gibi daha büyük bir gruba ait olma isteğindedirler. Bu insanlar rekabetten çok işbirliğine önem verirler. Bireysel başarılarından çok grup başarısından tatmin olurlar (Burger, 2006: 32-33).

3.3.4. Sosyal Yapı ve Sosyal Sınıf Faktörleri

Bireylerin içinde buldukları sosyal yapı ve sosyal sınıflar, kişiliğin oluşmasında önemli bir faktördür. Dolayısıyla da bireylerin eğitim ve yaşam standartlarını doğrudan etkileyebilmektedir (Soysal, 2008). Bireylerin, içinde buldukları sosyal yapı ve sınıf içindeki diğer bireylerle yoğun bir ilişki içerisinde olmaları, bireylerde kalıcı davranış değişikliklerine neden olabilmekte ve bu davranış değişiklikleri de zaman içinde tekrarlanan, sürekli bir davranışa dönüşerek kişiliğin bir parçası haline gelebilmektedir. Bireyin çevresindeki kişiler, gruplar ve özellikle de örgütler, kişiliğin oluşumunda büyük etkiye sahiptirler. Farklı sosyal sınıflara sahip bireylerin eğitim olanakları ve benzeri bireylerin gelişimine etki eden faktörler açısından farklı olanaklara sahip olması, kişilik farklılıklarını doğurmada büyük bir etken olabilmektedir (Kaşlı, 2009: 16).

3.3.5. Coğrafi ve Fiziki Faktörler

Kişiliğin oluşmasında özellikle iklimin, tabiat ve yaşanan bölgenin fiziki şartları önemli rol oynadığını da ifade etmek mümkündür. Coğrafi ve fiziki çevrenin doğrudan etkilerinin yanı sıra dolaylı etkileri de mevcuttur; çünkü bireylerin kişilik oluşumunda etkili diğer faktörler üzerinde, özellikle de toplumun kültürü üzerinde coğrafyanın etkileri oldukça çoktur. Örneğin, kıyı kesiminde yaşayan insanlarla, kara bölgelerinde veya dağlık bölgelerde, sıcak ya da soğuk iklimlerde yaşayanların birbirlerinde farklılıkları olmaktadır. Bu kapsamda, soğuk iklim şartlarında yaşayan insanların daha sert ve donuk mizaçlı, buna karşılık sıcak iklim ve kıyı kesimlerinde yaşayan insanların daha çabuk değişen duygusal tutumları ve daha yumuşak, gevşek mizaçları olduğu şeklinde genel bir görüş ifade edilebilir (Türk ve Helvacı, 2005: 93).

3.3.6. Diğer Faktörler

Kişiliği etkileyen diğer faktörleri, kitle iletişim araçları, yetişkinler grubu ve doğum sırası başlıklarında toplamak mümkündür (Zel, 2001: 26).

Kitle iletişim araçları, kişiliğin şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan bireylerle kullanmayan bireyler arasında

farklılıklar olmaktadır. Kitaplar, dergiler, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının, çocukların yetişmesinde ve gençlerin yeni davranış kalıpları kazanmalarında etkileri oldukça fazladır (Zel, 2001: 26).

Bireylerin içinde buldukları sosyal guruplar içindeki yetişkinler grubu da, kişiliğin oluşumunda etkide bulunan faktörler arasındadır. Çünkü bireyler, bazı ideallerini belirlerken veya davranışlarını düzenlerken sosyal guruplarca benimsenen yetişkin grubun üyelerinden bazılarını kendilerine örnek olarak alacaklardır. Bu örnek kişiler de, kişiliğin oluşumunda önemli birer faktör olarak görülecektir (Türk ve Helvacı, 2005: 94).

Alfred Adler'e göre, insanların doğum sırasının da kişilik üzerinde etkileri vardır. Adler'in yaptığı araştırmaya göre, doğum sırası, bireyin zekâ ve yetenek düzeyini etkilemektedir. Bu kurama göre, ilk doğan çocuk daha zeki ve yetenekli olmanın yanı sıra, daha kolay sosyal ilişkiler kurabilecektir. Barbara Bird "Entrepreneurial Leadership" başlıklı kitabında, girişimci liderlerin önemli bir çoğunluğunun ailelerinde ilk çocuk olduklarını araştırmalarla destekleyerek ifade etmektedir (Bird, 1989: 114; akt. Zel, 2001: 26).

3.4. John L. Holland'ın Mesleki Tercih Kuramı

Kişiler arasında farklı kişilik özellikleri mevcuttur. Bazıları sosyal iletişim kurmayı severler, bazıları girişimci faaliyetlerde bulunmaktan hoşlanır, bazıları yaratıcı olmaktan memnun olurlarken bazıları da mekanik teknik faaliyetlerde bulunmayı tercih ederler. Dolayısıyla bireyler kendi kişiliklerine uygun olan çalışma ortamlarına ve mesleklere eğilim gösterirler (De Fruyt ve Mervielde, 1997). Ayrıca, bireyler kendi kişiliklerine, tecrübe ve eğitimlerine uygun ortamlarda bulunurlar. Buda gösteriyor ki kişilik özellikleri, eğitim, tecrübe ve uygun ortam, kişi üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaktadır (Armstrong ve Anthony, 2009).

Holland, Whitney, Cole ve Richards'ın (1969) yaklaşık kırk yıl önce ortaya attığı Mesleki Kişilik Modeline göre kişilik tiplerini (gerçekçi, araştırmacı, sanatçı, sosyal, geleneksel ve girişimci) olmak üzere altı gurupta toplamaktadır.

Şekil 3.3.1 Holland'ın Kişilik Teorisi:

Model tipi	Tercihler	Tercih Edilmeyenler	Örnekler
Gerçekçi Kişilik Tipi	Etkinliklere dâhil olan motor becerileri gelişmiş, gerçekçi ve yapı/İNŞAAT işlerinde çalışma	Sosyal ortamlarda kendini bağımsız ifade etme gereği duyma	İNŞAAT İŞÇİSİ/MÜFETTİŞ, KAMYON ŞOFÖRÜ, MAKİNİST, MİMAR
Araştırmacı Kişilik Tipi	A Sosyal, analitik ve yaratıcı yönünü ifade eden etkinlikler	Sosyal beceri ve etkileşimleri gerektiren durumlar	CERRAH, FİZİKÇİ, KİMYAGER, MÜHENDİS, ARAŞTIRMACI
Sanatçı Kişilik Tipi	Yaratıcılık gerektiren faaliyetler ve hobiler	Erkeksi roller ve bedensel güç gerektiren faaliyetler	TASARIMCI, ŞAIR/ ROMANCI, BESTECİ, ELEŞTİRMEN, SANAT TÛCCARI, SANATÇI, BESTECİ
Geleneksel Kişilik Tipi	Mükemmellik ve kuralcı yapılar	Yoğun ve ağır iş temposu,	BANKA MEMURU, KASİYER, KÂTİP, YÖNETİCİ ASİSTANI, OFİS YÖNETİCİSİ
Girişimci Kişilik Tipi	İletişim yeteneği, ikna kabiliyeti, diğerlerini etkileme gücü	Tek düze işler, sosyal olmayan faaliyetler	OFİS MÜDÜRÜ, GİRİŞİMCİ, LOBİCİ, SATIŞ ELEMANI, YÖNETİCİ
Sosyal kişilik tipi	İnsan davranışlarını değiştirmeye çalışma, meraklı olma ve başkaları ile iletişim kurma	Motor beceriler, fiziksel beceriler	PSİKİYATRİST, YARGIÇ, ÖĞRETMEN, DANIŞMAN, OKUL MÜDÜRÜ, VAİZCİ

Kaynak: (Holland, 1973; Aktaran, Blickle ve diğ., 2009: 336)

Şekil 3.3.1 Holland'ın kişilik teorisinde açıkça görüldüğü gibi her bir kişilik tipine ait farklılıklar ve kişiler arası yetkinlikler ve benzerlikler mevcuttur (Blickle ve diğ., 2009). Bu altı kişilik tipinin genel özellikleri şöyledir: (Deng, ve diğ., 2007).

Gerçekçi Kişilik Tipi: Genel olarak gerçekçi ve açık mekânlarda, bedenlerini veya çeşitli el araçlarını ve makineleri pratik ve somut bir şekilde kullanarak bir şeyleri tamir etmeyi, inşa etmeyi, yetiştirmeyi, üretmeyi seven mekanik ve atletik yetenekleri olan kişilerdir. Ayrıca, bakım ve onarım yapmaya seven ve buna eğilimli olan kişilerdir (Maurer ve Tarulli, 1997).

Araştırmacı Kişilik Tipi: Analitik, teknik, bilimsel ve sözlü yetkinlikler gerektirir (Maurer ve Tarulli, 1997). Ayrıca, problemleri gözlemlemeyi, öğrenmeyi, araştırmayı, analiz etmeyi seven, matematiğe veya bilimsel araştırmacılığa yetenekleri olan kişilerdir. Soyut problemler üzerinde çalışmaktan hoşlanırlar (Bozkurt, 2006: 98-99).

Sanatçı Kişilik Tipi: Sanatsal ortamlarda yenilik ve yaratıcılık gerektiren ve yapılandırılmamış, entellektüel çaba gösteren ve sanatsal yetenekleri olan kişilerdir. İçsel dünyalarını ifade etme imkânını veren ve genellikle yapılandırılmamış olan ortamlarda, düş güçlerini ve yaratıcılıklarını kullanarak çalışmaya eğilimlidirler (Maurer ve Tarulli, 1997). Diğer bir ifadeyle, bu kişiler, edebiyat, sanat veya müzik ile ilgilidirler. Genelde içe dönük, duygusal ve hassas olan bu kişiler geniş bir hayal gücüne sahip olup, sanata, müziğe ve edebiyata düşkündürler (Kamaşak ve Bulutlar, 2010).

Sosyal Kişilik Tipi: Diğer insanlara destek ve yardımcı olmayı seven, sosyal becerileri yüksek ve insan ilişkilerine ilgi duyan kişilerdir (Kamaşak ve Bulutlar, 2010). Odak noktası insanlardır ve kişiler arası etkileşim bu kişilik tipi için büyük bir öneme sahiptir (Kaplan, 2008). İnsanları bilgilendirme, bilinçlendirme, aydınlatma, eğitime, geliştirme, tedavi etme yönünde çalışırlar (Swanson, 2008).

Geleneksel Kişilik Tipi: Genel olarak, detaylı yönergeleri veya önceden belirlenmiş bir planı takip ederek sözcüklerle veya sayılarla çalışmayı tercih eden, detaycı ve veri yönelimli kişilerdir (Maurer ve Tarulli, 1997). Bu kişiler, özellikle detaya odaklanmaktan, mükemmellilikten, düzenlilikten ve titizlikten hoşlanırlar. Ayrıca çalıştıkları iş ortamında, düzenli çalışmaya ve performanslarını arttırmaya eğilim gösteren kişilerdir (Gupta ve diğ., 2008).

Girişimci Kişilik Tipi: Birlikte çalıştıkları kişilere etki etmeyi ve yönlendirmeyi seven, liderlik ve konuşma yetenekleri olan, enerjik, ikna edici, satış ve rehberliği tercih eden kişilerdir. Güç ve statü elde etmek için diğer kişileri etkilemeye yönelik eylemlerde bulunurlar. Kişiler arası etkileşimlerde ve ekonomik kazanca yönelik çalışmalarda risk almaktan ve rekabet etmekten hoşlanırlar (Kutaniş, 2003). Ayrıca, hırslı, baskın, enerjik, dışadönük, kendinden emin ve girişken yapıya sahip kişilerdir (Tokar ve diğ., 1998).

Ramsey (1998), girişimci kişilik tipine sahip bireylerin, yeni teknolojiler geliştirmeye çalışmaları, iletişim ağlarını kuvvetlendirmeleri ve değişimleri önceden tahmin edebilecek kapasitede olmaları gerektiğini belirtmiştir. Diğer yandan, Andricia'e (1998) göre bu bireyler yaratıcı, yeni ve yararlı fikirler oluşturan düşünce

tarzına sahip, ayrıca bu fikir ve düşünceleri en etkili şekilde yeni bir işe dönüştürebilenlerdir (Ceylan ve Demircan, 2005).

Bireyler kişilik özelliklerine, yeteneklerine, bilgi alanlarına ve iş faaliyetlerine göre meslek seçiminde bulduklarında, işlerinde avantajlı ve başarılı olma eğilimi gösterebilirler (Armstrong ve diğ., 2008). Ayrıca, kişiliğin genetik ve durumsal etkenler tarafından şekillendirildiğini öne süren Holland, bireyler kendi kişilik tipleri ile uyumlu iş ortamlarını seçerlerse, kişilikleri ile iş ortamı arasındaki bu uyum nedeniyle, iş doyumu artacak ve muhtemelen işten ayrılma isteğinde azalma söz konusu olacağını belirtmiştir (Kutaniş ve Tunç, 2010). Diğer taraftan kişinin, yetenek, beceri ve ilgi alanına uygun bir meslek seçmemesi durumunda, kendisini geliştirmesi ve bulunduğu meslekte yaratıcı olması beklenemez. Böyle bir durumda kişinin, kendini motive etmesi, ruhsal bakımdan sağlıklı olması, zorlaşır. Buda işteki verimi olumsuz yönde etkileyecektir (Uçkun ve diğ., 2001).

3.5. Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimcilik, temelde fırsatları keşfetmek, seçmek, yorumlamak ve daha sonra belirsiz bir ortamda yenilik yapma yeteneğidir. Bu yeteneği etkileyen bazı ana faktörler mevcuttur (Ferrante, 2005). Bunlar, başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçiliktir. Bygrave (1989) yaptığı çalışmada, başarı ihtiyacı, iç kontrol odağı, belirsizliğe tolerans ve risk almayı dile getirmiştir. Robinson ve arkadaşları (1991) ise başarı ihtiyacı, yenilikçilik, kontrol odağı ve kendine güven gibi girişimci kişilik özelliklerini dile getirmiştir (Koh,1996).

Bu çalışmada girişimci kişilik özellikleri; başarıma ihtiyacı duyma, kontrol odağı, risk alma, belirsizlik toleransı, kendine güven ve yenilikçilik olmak üzere altı başlık altında incelenecektir.

3.5.1. Başarıma İhtiyacı Duyma

McClalend (1961) teorisinde, başarıma ihtiyacını insan davranışının ardındaki itici güç ve girişimci davranışını etkileyen güçlü bir psikolojik faktör olarak öne sürmüştür. Bireylerin başarılı olması için büyük bir istek içerisinde oldukları ve kendi çabalarıyla hedeflerine ulaşmayı sevdiğini bilinmektedir (Koh, 1996). Ayrıca,

ekonomik kalkınma, ekonomik ilerleme ve işletmelerin büyümesi için kritik öneme sahip olan başarı güdüsü, girişimciliğin en yaygın belirleyicilerinden birisidir (Pillis ve Reardon, 2007).

Başarma ihtiyacı, bireylerin hedeflerine ulaşmasındaki istikrarlığı vurgulayan kişiliğin bir parçasıdır. Erken deneyim ve ebeveynlerin eğitim düzeyi özellikle babanın rolü bireylerin başarılı olmasında büyük bir etkiye sahiptir. Kendi deneyimlerine inanan girişimciler daha çok başarma isteği duymakta ve her türlü sorumluluğu üstlenmektedir (Loon ve Casimir, 2008). Başarma azmiyle, yeni şirketler kurarak değer yaratmayı amaçlayan bu girişimciler, mükemmel bir planlama yaparak, kendilerine olan güvenleriyle hep daha iyisini yapma beklentisi içerisindedirler (Hansemark, 1998). Ayrıca, McClelland'a (1961) göre, başarma azmi yüksek olan girişimciler, performanslarını olumlu yönde etkileyecek, geri bildirim hızı hızlı ve daha net olan işleri tercih etmektedir (Ryan ve diğ., 2011).

Başarma azmi, bireylerin rekabet gücünü artırmada, kendi yetenekleriyle yüksek standartlara ulaşmasında ve yaptıkları işlerde kaliteyi arttırmada belirli bir etkidir. Başarma azmi yüksek olan bireyler yalnız çalışmaktan hoşlanmanın yanı sıra, sorunları çözmeye kişisel sorumluluklar üstlenerek belirli düzeyde risk alarak zorlukların üstesinden gelmede de inatçı olurlar (Chan ve diğ., 2010).

Başarılı girişimciler hemen hemen her durumda başarı için inisiyatif almayı kabul eder. Girişimcileri diğer bireylerden ayıran en önemli unsurlardan biri, fikirlerini harekete geçirmeye istekli olmalarıdır. Birçok kişi iyi fikir bulabilir; ancak bu fikirleri harekete dönüştüremez. Girişimciler fikirlerini harekete geçirirler; çünkü onlar başarıya yüksek düzeyde ihtiyaç duyarlar. Bu başarı güdüsü, girişimcilere büyük bir enerji verir (Lamping ve Kuehl, 2003: 27). Ayrıca, memnuniyetle ve mükemmellekle daha yüksek seviyelere ulaşmak için, istikrarlı bir şekilde çaba sarf eden başarma ihtiyacı yüksek olan girişimcilerin, geniş odaklı stratejiler benimseyerek proaktif olmaları daha muhtemeldir. Miller ve Toulouse(1986) göre, proaktif olmak, girişimci yönünün kilit unsurlarından biridir. Dolayısıyla, yapılan çalışmalar, başarma ihtiyacı yüksek olan girişimcilerin, daha rekabetçi ve proaktif bir organizasyonel kültür oluşturmalarının muhtemel olduğu fikrini destekler (Di Zhang ve Buring, 2011). Ayrıca, Miller ve Toulouse (1986), başarma ihtiyacı yüksek olan

girişimcilerin, uygun stratejilerle yeni fırsatları en iyi şekilde verimli hale getirdiklerini ve bu sayede ülkelerin sosyal ve ekonomik kalkınmasında büyük bir rol üstlendiklerini belirtmişlerdir (Williams ve Tse, 1995).

3.5.2. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, kişinin kendi eylemlerinin ve bu eylemlerin sonuçlarının arasındaki bağlantı gücünü ne şekilde algıladığını yansıtan bir değişkendir (Zhao ve Chen, 2008). Diğer bir tanıma göre kontrol odağı, bir kişinin yaşamı hakkındaki algılarını ve yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine olan inancını temsil eder (Di Zhang ve Buring, 2011). Ayrıca, şans ya da çevresel faktörler ile kişisel inisiyatif olarak, bireylerin başarı ve başarısızlıklarını algılama derecesini ifade eder (Lau ve Shaffer, 1999).

Julian Rotter (1966, 1975) bireylerin kendi yaşamlarını denetleyebilme güçleri bakımından birbirlerinden farklılıklar gösterdiklerini gözlemlemiştir. İnsanların kendi yaşamlarını denetleyebilmeleri, yapmak istedikleri davranışlar için gerekli gücü kendilerinde görmeleri ya da tam tersi bunların dış etkenlere bağlı olduğunu belirleyen, bir boyut geliştirmiştir. Bu boyutu iç kontrol odağı ve dış kontrol odağı olmak üzere isimlendirmiştir (Cüceloğlu, 2010).

Rotter (1990)'da iç kontrol odağına sahip olan bireylerin, çevrelerinin kendi denetimleri altında olduğuna ve isterlerse yaşamlarını istediği yöne çevirebileceklerine inandıklarına, öte yandan dış kontrol odağına sahip bireylerin ise, çevrelerinde olup bitenleri etkilemekten aciz olduklarına, yaşamlarını kaderin belirlediğine ve ellerinden gelen hiçbir şeyin olmadığına inandıklarını belirtmiştir.

Dış kontrol odağına sahip bireyler, hayatlarındaki olayların şans, kader ve çevresindeki faktörlerin sonucu olduğuna inanırlar (Koh, 1996). Buna bağlı olarak da çevrelerine kızgınlık ve düşmanlık içeren tepkiler verirler (Bozkurt, 2006). İç kontrol odağına sahip bireyler ise; kendi eylemlerinin sonuçlarına inanmak ve onları kontrol etme kabiliyetine sahiptirler. Rekabetçi bir ortamda, işlerini sürdüren girişimciler, işlerinde başarılılar ya da başarısızlıklar olduğunda, bu durumun kendi eylemlerinin bir sonucu olduğuna inanırlar. Buna karşın, bir dış kontrol odağına sahip olanlar, işlerindeki başarı ya da başarısızlıkların nedeninin dış çevreden kaynaklandığını düşünebilir (Di Zhang ve Buring, 2011: 87).

İç kontrol odağı yüksek olan bir girişimci, rakipler ya da diğer dış varlıklara boyun eğmeye istekli olmayabilir. Aksine kendi yenilikçi ve yaratıcı fikirleri ile rekabetçi bir örgüt kültürü oluştururlar. Buda iç kontrol odağına sahip girişimcilerin yenilikçi ve etkin olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Diğer yandan Boone ve diğ. (1996) da, girişimcilerin kendine olan inançlarından ve başarılı olma arzusundan dolayı, yeni bir işe başlarken iç kontrol odağına bağlı olarak risk alma eğiliminin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirtmiştir. Buda, girişimci davranışları ile iç kontrol odağı arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermiştir (Di Zhang ve Buring, 2011: 87). Buda, iç kontrol odağına sahip girişimcilerin uzun vadede planlar yaptığını, vizyon sahibi olduğuna ve dahası yenilikçi, proaktif, saldırgan ve risk almaya büyük bir eğilim gösterdiklerinin kanıtıdır (Entrialgo ve diğ., 2000).

3.5.3. Risk Alma

Risk, insanların yaşamlarında önemli bir rol oynayarak, istenmeyen sonuçlarla karşılaşma olasılığı olup ve bu olasılıkları kullanan sayısal bir veridir (Davidsson, 2010). Diğer bir tanıma göre, risk, arzu edilmeyen bir olay veya etkinin ortaya çıkması olasılığını ifade eder (Balıkcı, 2009).

Risk alma, sonuçların ne olacağını bilmeden, bilinmeyen bir bölgede ya da bilinmeyen koşullarda karar vermeyi içermektedir (Wakkee ve diğ., 2010). Norton Jr. ve Moore (2006) yaptıkları çalışmada, Risk alma yeteneğinin girişimcilerin önemli bir özelliği olduğunu ve girişimci olanların, girişimci olmayanlara göre, daha fazla risk aldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, girişimcilerin daha belirsiz bir ortam ile karşı karşıya kaldıklarını ve üstelik bir ticari işe başlamanın tüm risklerini üzerine aldıklarını belirterek, girişimcilerin yöneticilerden daha fazla risk aldıklarını ileri sürmüşlerdir. Diğer taraftan Hofsted (1980)'e göre düşük belirsizlikten kaçınma ile toplumlar, bireylerin hırslı, rekabetçi ve maddi kazançlar elde etmek amacıyla risk almaya teşvik edilir. Kısacası Risk alma, girişimcinin tutum, karar verme hızını, deneyimini, stratejik kararlarını ve maddi başarılarını etkiler (Sandhu ve diğ., 2011).

Mises (1963) ve Palmer'e (1971) göre risk meraklısı olan girişimcinin, yüksek düzeyde risk almasının kar gibi bir ödül sağlayacağını söylemişlerdir. McClelland (1967) ise, girişimcilerin orta derecede risk almaları gerektiğini ve aşırı

riskler içeren durumlardan kaçınmaları gerektiğini belirtmiştir. Begley ve Boyd (1987) ise, yüksek risk alma eğilimi olan bir girişimcinin belirsizliklerle başa çıkma ve başarılı olma olasılığının daha yüksek olduğunu dile getirmiştir (Teoh ve Foo, 1997).

Rekabet avantajı elde etmekten hoşlanan, kaynakları yeniden yapılandıran ve işletmelerinin uzun vadede hayatta kalmasını isteyen girişimciler, riskli ortamlarda aşırı kaygılanırlar. Girişimciler, mülkiyet üzerinde endişe duyarlar. Özellikle genç girişimciler, kendilerini gerçekleştirmek ve başarılı olmak için, yeni ürünler sunmada, yeni pazarlarda yatırım yapmada ve üretim/hizmet için yeni malzeme geliştirmede cesaretli olsalar bile, diğer deneyimli ve tecrübeli girişimcilerin aksine, risk almada düşük eğilim gösterirler (Wang ve Poutziouris, 2010: 372-373).

3.5.4. Belirsizlik Toleransı

Belirsiz bir durum, yeterli ipuçlarının eksikliği nedeniyle yeterince yapılandırılmamış veya bir birey tarafından kategorize edilmemiş olaylar şeklinde ifade edilebilir. Belirsizlik toleransı, belirsiz durumlarda olumlu cevap verme yeteneğidir. Bu belirsizlik, belirsiz bir ortamda yapılan kararlar hakkında daha fazla bilgi aramaksızın yüksek bir hoşgörü gösterme anlamına gelir. Belirsizlik toleransı yüksek hoşgörü ile bireylerin yaratıcı ve yeni şeylerin yollarını bulmasına olanak sağlar (Teoh ve Foo, 1997).

Bir durum için yeterli bilgi olmadığında belirsizlik vardır. Girişimciler, belirsiz bir ortamdaki faaliyetleri büyük bir istekle ararlar. Yeni bir işe başlanıldığında belirsizlik girişimcilerin, davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Belirsiz bir ortamda yeni bir iş girişiminde bulunan girişimciler, kişisel, sosyal ve psikolojik riskleri üstlenmeye istekli olmalıdır. Ayrıca, belirsizlikler ve zorluklarla karşılaştıklarında çabalarında ısrarlı olmaları gerekir. Örneğin, pazar talebi, ürün ve hizmetler, doğmakta olan girişimcilere belirsizlik oluşturabilir ya da onların ihtiyaç duydukları finansmanı elde etmeleri mümkün olmayabilir. Bu belirsizlikler, girişimcilik sürecini engellemek için potansiyel engelleri temsil edebilir. Girişimcilerin, bunların üstesinden gelebilmeleri için hedef ve isteklerinde kararlı olmaları gerekmektedir (Wu ve diğ., 2007).

Belirsizliğe yüksek tolerans ile girişimciler, belirsizliği ve dinamik bilgiyi, belirsizliğe toleransı düşük olanlardan daha iyi işleyebilirler. Çalkantılı ve belirsiz durumlarda, yüksek belirsizlik toleransı olan bireyler kendilerini daha rahat hissederler (Halikias ve Panayotopoulou, 2003). Belirsizlikten kaçınan bireyler ise, genelde uzlaşmacı bir eğilim sergilerler ve belirsizlik uyaran sonuçlara hoşgörüsüz kalırlar (Thalbourne ve Houran, 2000). Ayrıca, bireyler belirsiz durumlarda kendilerini tehdit altında hissederler, bu nedenle belirsizlik bireylerin kararlarını ve güven düzeyini etkilemektedir. Bireyler, belirsizliğin düşük olduğu durumlarda, belirsizliğin daha yüksek olduğu durumlardan, daha çok kendilerine güvenirlir. Diğer taraftan uluslararasılaşmak isteyen bireyler, belirsizliğin çok olduğu dış pazarlardan yararlanmak için, belirsizliğe tolerans ile daha hoşgörülü olabilmektedirler (Acedo ve Florin, 2006).

Yetersiz bilgi ve belirsizliğin olduğu ortamlarda, kendi kararlarına güvenen girişimcilerin daha başarılı olduğu görülmüştür (Gürol ve Atsan, 2006). Ayrıca, belirsizlikten kaçınma eğilimi düşük olan bireylerin bilgiye önem verdikleri, ipuçlarını yorumlama eğiliminde oldukları, bilgiyi aktarma becerilerinin yüksek olduğu ve bu kişilerin, insanların içsel özelliklerine daha duyarlı oldukları görülmektedir. Bu kişiler belirsizlik ve bilgi yükü altında, uygun, esnek davranışlar ve girişimci özellikler sergileyebilirler. Daha çeşitli ve geniş bilgi toplama eğilimindedirler. Ayrıca, birçok konuyla ilgilenebilirler. Bu bireylerin oluşturduğu toplumlar daha özgür olmayı, risk üstlenmeyi, yenilik ve değişime açık olmayı tercih etmektedirler (Coşkun, 2009).

3.5.5. Kendine Güven

Kendine güven, girişimcilerin yeni bir iş faaliyetinde bulduklarında ve bu işteki sorumluluğun üstesinden gelmeyi sağlayacaklarına, dolayısıyla ihtiyaç duydukları yeteneğe sahip olduklarına dair inancı ifade eder (Bowman, 1999).

Kendine güveni yüksek olan girişimciler, sınırlı kaynaklarla, sınırlı bir sermayeyle ve kısıtlı bir zamanla yeni girişimler üstlenerek, zorlu işlerin üstesinden başarılı bir şekilde gelebilirler. Böylelikle, bir kişinin başarıya ulaşması için kendi yeteneklerine inanması gerekir. Girişimcinin iyi motive olmasını sağlayan kendine güven, performansı da büyük oranda etkiler. Girişimciler, işlerinde sayısız zorluklar

ve belirsizliklerle karşı karşıya, dolayısıyla kendilerine olan güvenleri, bu koşullarla başa çıkmak için girişimcinin yeteneklerini etkiler (Hallak ve diğ., 2011: 145). Buda, girişimcilerin belirledikleri hedefleri doğrultusunda işlerini kurarak başarılı olmalarına yardımcı olur.

Girişimciler, kendi yeteneklerine ve iş kurma fikirlerine büyük bir inanç duyarlar. Onlar ne olursa olsun başarıya ulaşmak için kendilerinin yetenekli olduğuna güveniyorlar; ancak bu güvenleri, asılsız değildir. Genellikle Pazar ve sanayiye soruşturma da ve tanımada derinlemesine bilgiye sahiptirler. Girişimciler, bir başkası için çalıştıklarında yeni iş fikirleri öğrenmeleri daha kolay ve yaygın olabilir. Çünkü orda deneyim kazanırlar ve kendilerine olan inanç ve güvenleri daha fazla olur (Lamping ve Kuehl, 2003: 26).

Kendine güveni yüksek olan bireylerin hedeflerine ulaşmaları daha önceki deneyimleriyle bağlantılıdır. Kendine güvenin en etkili belirleyicilerinin motivasyon ve azim olduğu bilinmelidir. İyi motive olmuş girişimci, yeni iş fikirlerini başarılı bir şekilde işe dönüştürebilir. Kendine güven, girişimcilerin davranışlarını (girişimci niyet, fırsat arama ve keşif, yeni bir girişim yaratma ve fırsat kullanma) faaliyetleri üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir (Wakkee ve diğ., 2010).

3.5.6. Yenilikçilik

Yenilikçilik, yeni iş faaliyetleri üzerinde etkili bir faktördür. Schumpeter'e (1934) göre yenilikçilik, girişimciliğin odak noktasıdır. İşletmelerdeki mevcut kaynakları arttırmak veya onlara yeni şeyler katarak yeni istihdam olanakları sağlamaktır. Yeni bir üretim yöntemi tanıtmak, yeni bir pazar açmak, yeni bir hammadde tedarik kaynağı keşfetmek ve bir endüstrinin yeniden düzenlenmesinin sağlanmasıdır (Rahman ve Lian, 2011). Örneğin, son derece yenilikçi bir ürünü temsil eden Planet Hollywood restoran ve eğlence sektöründe büyük bir uzmanlık ve hayal gücü uygulanması yoluyla girişimci Robert Earl ve film yapımcısı Keith Barish tarafından 1991 yılında kuruldu. Film klipleri, yüksek sesli tema melodileri, kayalık motosiklet, Charli Chapline'nin kamışı ve Judy Garland'ın elbisesi de dâhil olmak üzere birçok hatıra eşyasından elde ettikleri fonlarla hamburger sattılar. Bunun karşılığında girişimciler önemli mali başarılar elde ederek büyük bir memnuniyet yaşadılar (Morrison ve diğ., 1999: 18).

Wonglimpiyarat'e (2005) göre yenilikçilik, fırsatları değerlendirmek, mevcut teknolojiyi geliştirmek ve pratik bir şekilde kullanmayı sağlayan yoldur. Ayrıca, fırsatların ve ticarileştirilmiş ürünlerin yeni süreçlerle uygulanmasıdır.

Karimi ve diğerleri (2011) yenilikçiliği, yeni ürünler, hizmetler, süreçler, teknolojiler ve iş modellerinin oluşturulması ile teknolojiye gelişmeleri vurgulamak şeklinde ifade etmişlerdir.

Drucker (1985), yenilikçiliği, yeni bir fırsat yaratarak ya da mevcut bir fırsattan değişik şekillerde yararlanarak kuruluşun etkinliğine ve rekabet gücüne katkıda bulunmak şeklinde tanımlamıştır. Yenilikçilik, firmalara rekabet avantajı sağlayarak, ekonomik büyümenin sürdürülebilirliğini sağlayan kaynaktır. Firmaların büyümeleri hatta hayatta kalabilmeleri için, yeni fikirler, yeni ürünler, hizmet veya üretim yöntemleri (teknik yenilikler), yeni bir piyasaya, idari veya organizasyonel yeniliğe ihtiyaçları vardır (Damanpour ve Wischnevsky, 2006: 272). Diğer bir tanıma göre yenilikçilik, yeni bir arz kaynağı oluşturmak, yeni bir Pazar açmak ya da yeni bir organizasyon veya iş yapısı oluşturmak ve yeni üretim yöntemleri oluşturmak için, yeni ürün veya yeni bir kalite oluşturmaktır (Hansemark, 1998). Ayrıca, yenilikçilik, teknolojileri, ürünleri ve hizmetleri için, sosyal ve stratejik bir uyum yaratmak amacıyla gelişmemiş ve keşfedilmemiş pazarlara girerek, bu pazarları güçlendirerek daha sürdürülebilir ekonomik kalkınma sağlamaktır (Koe Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010).

Jiménez ve Sanz-Valle'e (2011) göre yenilikçilik, dinamik piyasalarda, dış çevredeki firmalarla başa çıkmak için, yeni bir fikir ya da yeni bir davranışın benimsenmesiyle uzun vadeli başarının anahtarı olarak belirtilmiştir. Yenilik yapma kapasitesine sahip şirketler, yeni ürün ve pazar fırsatlarından yararlanarak zorluklara daha hızlı yanıt verirler. Diğer yandan örgütsel öğrenme ile yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucu yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur. Çalışanların örgüt ile bilgi paylaşımı yeni ve ortak bir anlayışı üretir, buda yeniliğin oluşumunu etkiler. Kısacası örgütsel öğrenme, organizasyon içerisinde edinilen bilgi sayesinde yeni fikirlerin oluşmasına ve firmanın yeteneğinin gelişmesine yardımcı olur.

3.6. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Çalışmalar

Girişimciliği etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalarda genellikle girişimci kişilik özelliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Koh'un (1996), Hong Kong'daki 100 lisansüstü öğrencisi üzerinde bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmanın amacı; öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerini (başarma ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçilik) belirlemektir. Çalışmanın sonucunda, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve yenilikçilik özelliklerinin girişimci eğilime sahip olan öğrencilerde, sahip olmayan öğrencilere göre daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Arslan (2002), mesleki tercihlerin şekillenmeye başladığı ve kariyer planlaması yapıldığı bir dönemde Haliç Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında aile, cinsiyet, doğum yeri, ailedeki çocuk sayısı, aile reisinin mesleği, eğitim ve gelir seviyesi gibi çeşitli unsurların ne derecede etkin olduğunu ortaya çıkarılmasını amaçlayan çalışmanın sonucunda, katılımcıların kendi işlerini kurmaları, bağımsız bir şekilde çalışmak istemeleri ve babanın eğitim seviyesi yüksek olanlarda, kendi işini kurma veya girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca, Öğrencilerin ailelerinin gelir seviyesi ve ailedeki çocuk sayısının az oluşu ile girişimcilik arasındaki ilişkinin, pozitif yönde olduğuda görülmüştür.

İrmiş (2003), Kırgızistan Bişkek'teki girişimcilikle ilgili profesyonel eğitim alan öğrencilerin meslek tercihlerini tespit etmeye yönelik çalışmasında; öğrencilerin hangi meslekleri ne derecede önemli gördükleri ve kendi işletmelerini kurmayı ne kadar istediklerini başka bir ifadeyle girişimde bulunma konusunda eğilimlerinin nasıl olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda, Öğrencilerin çok büyük bir kısmı yeni sistem içerisinde girişimciliğin ne kadar önemli olduğunu anlamışlar ve bu sebeple de kendi işlerini ve işletmelerini kurma isteği içerisinde oldukları görülmüştür.

Wang ve Wong (2004), Singapur’da eğitim gören üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalarının sonucunda; cinsiyet, ailenin girişimci olması ve eğitim düzeyi girişimciliği etkileyen faktörler olarak ortaya çıkarken, ailenin gelir durumu, etnik kökenin girişimcilik üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Cansız (2007), üniversite öğrencilerine yönelik yaptığı çalışmasının temel amacını, üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Bununla birlikte çalışmanın temel amacını destekleyen “girişimcilik için gerekli kişisel niteliklerin belirlenmesi”, “girişimcilerin başarısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi” ve “potansiyel girişimcilerin yaratıcılık, risk alma eğilimi ve kontrol odaklılığı ile ilgili özelliklerinin belirlenmesi”dir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda örnek kitleyi oluşturan öğrencilerinin potansiyel birer girişimci olabilecekleri ancak yönlendirme eksikliği nedeniyle bu potansiyellerini dışa vuramadıkları ortaya çıkmıştır. Ankete katılan kız ve erkek öğrencilerin girişimcilik özelliklerin ölçen sorulara verdikleri yanıtlar dikkate alındığında, kız öğrencilerin sezgisel anlamda, erkek öğrencilerin ise maddi kazanç odaklı olarak girişimciliğe eğilimlerinin var olduğuda gözlemlenmiştir.

Gürbüz (2008), girişimcilik eğilimiyle ilişkili faktörlerin belirlenmesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinde bir uygulama adlı çalışmanın temel amacı; Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde okuyan lisans öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini ortaya çıkarmaktır. Bunun için; girişimcilikle ilgili ders alan ve almayan, ayrıca gelecekte girişimci olmayı isteyen ve istemeyen öğrenciler arasında psikolojik değişkenler (başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven ve yenilikçilik), demografik ve aile özellikleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemektir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda öğrencilerin girişimcilik özelliğine sahip olduğu, ayrıca öğrencilerin mezun olduktan sonra girişimci olmak isteyen ve istemeyenlerle, genel girişimcilik ve altı psikolojik özellik arasında yapılan t testi sonucunda kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tolerans değişkenleri dışında tüm değişkenler arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu durumda gelecekte girişimci olmak isteyen öğrenciler

diğerlerine göre; başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, kendine güven ve yenilikçilik özelliklerine sahip oldukları görülmektedir.

Özden ve diğ. (2008) yaptıkları araştırmada, bir Türk üniversitesi olan Erzurum Atatürk Üniversitesi ile bir Kırgız-Türk ortak işbirliği ile kurulan ve Kırgızistan'da faaliyet gösteren Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi'nde girişimcilğe en yakın eğitimin verildiği iktisadi ve idari bilimler fakülteleri öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Araştırmada öğrencilerin mezun olduktan sonra kendi işini kurmak isteyip istememelerine göre girişimci adayı olarak kabul edilerek ya da en azından mevcut girişimcilerin bu kişiler arasından çıkacağını varsayarak girişimcilik kararlarını etkileyen psikolojik, demografik ve psikolojik faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda; psikolojik özelliklerden başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, yenilikçilik ile demografik ve aile özelliklerinden babanın girişimcilik durumu ve ailede girişimci olması durumu değişkenlerinin girişimcilik üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğu görülmektedir. Psikolojik özelliklerden risk alma eğilimi ile yenilikçilik arttıkça girişimcilik artmakta buna karşılık başarı ihtiyacı arttıkça girişimcilik azalmaktadır.

BÖLÜM IV

4. METODOLOJİ ve UYGULAMA

Bu başlık altında araştırma yöntemi, araştırmanın modeli ve hipotezleri, araştırma soruları, araştırmanın evreni ve örneklem, veri toplama aracı, verilerin toplanması ve verilerin analizi, konularında açıklamalar yapılacaktır.

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada birincil verileri toplamak amacıyla, ayrıca araştırmanın amacına uygun olduğu düşünüldüğünden nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Kırcaali-İftar 'a (1999) göre *Nicel araştırma*, sosyal bilimlerin şekillenmeye başladığı 20. yüzyılın başında, fen bilimlerinin kullanmakta olduğu araştırma yöntemlerinin ve veri toplama tekniklerinin sosyal bilimlere uyarlanmasıyla oluşmuştur (Çelik, 2011: 78). Sosyal bilimler sistematik olarak genelleme yapmaya ve önermelerini test etmeye çalışmakta, ayrıca ifadelerini kanıtlara dayandırmaktadır. Sosyal bilimciler kanıt toplayarak, bulgularını açıklamaya ve yorumlamaya çalışır. Bunları yaparken başkalarının söz konusu kanıtları incelemelerine ve kanıtlara dayanılarak söylenen genellemeler hakkında görüşlerini açıklamalarına olanak tanır (Altunışık ve diğ., 2007: 11). Diğer bir tanıma göre *nicel araştırma*, bir durum ya da bir olguyla ilgili değişkenler arasındaki ilişki ya da gruplar arası farklılığı incelemeye yönelik araştırmalardır. Nicel araştırmalarda araştırmanın sonunda anakütleyle ilgili çeşitli genellemelere varılır (Saruhan ve Ödemirci, 2005: 115).

Evren büyük olduğu durumlarda verilere daha kısa sürede ulaşır, bu verileri planlı ve sistemli bir şekilde analiz ettikten sonra analizleri yorumlayarak analizlerin değerlendirilmesini ve rapor edilmesini sağlamak açısından tercih edilen nicel araştırma yöntemlerinden en sık kullanılan teknik anket tekniğidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 7).

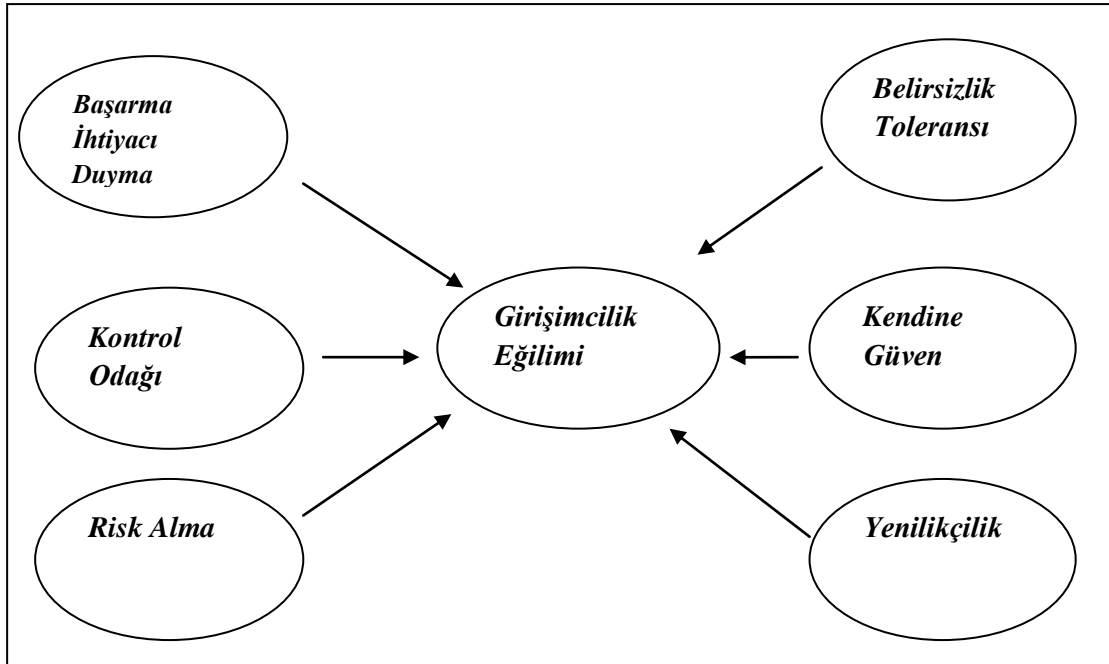
Anket; belli bir amaç ve plana göre düzenlenmiş soru listesidir. Anketin en çok seçilen tekniklerden biri olmasının nedeni (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 51);

- ✓ Bir defada çok yoğun veri toplanabilmesi,
- ✓ Daha geniş kitleye ulaşıldığı için daha büyük örnekleme evrene yaklaşmanın getirdiği bulguların güvenilirliğinin ve dış geçerliliğinin artması,
- ✓ En ekonomik veri toplama tekniği olması. Bir defada çok büyük bir kesitten veri toplanabilmesi,
- ✓ Verilere çok hızlı ulaşma tekniği olması. Kısa sürede örnekleme ulaşıp, geriye dönüşün sağlanabilmesi.

4.2. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırmamızın özgün modeli bir bağımlı değişken ve altı bağımsız değişkenden oluşmaktadır. “*Girişimcilik Eğilimi*” faktörü bağımlı değişkeni ifade etmekten, “*Başarma İhtiyacı Duyma, Kontrol Odağı, Risk Alma, Belirsizlik Toleransı, Kendine Güven ve Yenilikçilik*” gibi girişimci kişilik özellikleri bağımsız değişkenleri ifade etmektedir. Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik model aşağıdaki gibidir.

Şekil 4.1. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlere İlişkin Model



Literatürde üzerinde durulan girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilime etkisi ve girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi ile ilişkisi dikkate alınarak geliştirilen ve örnek kitle girişimcilik eğilimini ölçmeyi amaçlayan hipotezler aşağıdaki gibidir.

Girişimcilik ile ilgi literatür incelendiğinde girişimci kişilik özelliği olarak üzerinde en sık durulan konular, başarıma ihtiyacı duyma, kendine güven, risk alma, belirsizlik toleransı, yenilikçilik ve kontrol odağıdır. Bu özelliklere sahip olan kişilerin sahip olmayanlara oranla daha fazla girişimci faaliyette bulunabilecekleri varsayımından hareketle bu çalışmanın örneklemini oluşturan kişilerin girişimci kişilik özelliklerine sahip olup olmadıklarını belirlemek amacı ile araştırmanın birinci hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H1: Araştırmaya katılanlar girişimci kişilik özelliklerine sahiptir.

Girişimcilik eğilimine etki eden birçok unsur vardır(çevre,aile, kültür, eğitim vs). bu çalışmada girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimini üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu bilgilerden yolaçarak araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimi belirlemek üzere araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H2: Araştırmaya katılanlar girişimcilik eğilimindedir.

McClalend'a (1961) göre, insanların davranışlarını etkileyen güçlü bir psikolojik faktör olarak bilinen başarıma ihtiyacı, bireylerin girişimci faaliyetlerde bulunmasında istekli ve kararlı bir şekilde hareket etmelerinde kilit rol oynamaktadır (Koh, 1996). Bu bilgiler doğrultusunda H3 hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur.

H3: Girişimci kişilik özelliklerinden başarıma ihtiyacı duymanın girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

Başarılı girişimciler yaptıkları işlerdeki başarılar ya da başarısızlıkların kendi eylemlerinin bir sonucu olduğuna inanırlar (Rotter, 1990). Bu bilgiler ışığında H4 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H4: Girişimci kişilik özelliklerinden kontrol odağının girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

Risk alma, girişimcilerin önemli bir özelliği olup, girişimci olanların, girişimci olmayanlara göre, risk almaya eğilim gösterdikleri yapılan çalışmalar sonucunda ulaşılmıştır (Norton Jr. ve Moore 2006; Teoh ve Foo, 1997). Bu doğrultuda H5 hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur.

H5: Girişimci kişilik özelliklerinden risk almanın girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

Girişimciler belirsizliklerin yüksek olduğu durumlarda, karşılaşılan zorluklarla başa çıkmak için çabalarında kararlı ve ısrarlı olmaları gerekir. Literatürde girişimcilerin belirsiz ortamlarda yeni bir iş faaliyetinde bulduklarında ortaya çıkabilecek tüm riskleri üstlenme konusunda istekli olmaları gerekliliği üzerinde durulmaktadır (Wu ve diğ., 2007; Acedo ve Florin, 2006). Bu bilgiler çerçevesinde H6 hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur.

H6: Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe toleransın girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

Girişimciler yeni bir iş faaliyetinde bulduklarında bu işin üstesinden gelebileceklerini dolayısıyla bu yeteneğin kendilerinde olduğuna olan inancı ifade eden kendine güven, başarının simgesi olarak bilinmektedir (Bowman, 1999; Lamping ve Kuehl, 2003). Bu bilgiler ışığında H7 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H7: Girişimci kişilik özelliklerinden kendine güvenin girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Drucker (1985), yeniliği bir örgütte birlikte çalışan farklı bilgi ve yetenekteki insanları verimli hale getirmek için onlara ilk defa olanak sağlayan yararlı bilgi şeklinde tanımlayarak, yeniliği girişimciliğin aracı ve refah oluşturmak için yeni bir kapasite meydana getiren kaynakları bahşeden bir eylem olduğunu belirtmiştir (Durna, 2002: 5). Bu bilgiler ışığında H8 hipotezi aşağıdaki gibidir.

H8: Girişimci kişilik özelliklerinden yenilikçiliğin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

4.3. Araştırma Soruları

- ✓ Araştırmaya katılanlar ilerde kendi işlerini kurmayı istiyorlar mı?
- ✓ Araştırmaya katılanlar daha önce herhangi bir girişimci faaliyetinde bulundular mı?
- ✓ Kendi işini kurmak istemeyenler hangi sektörde çalışmayı tercih ediyor?
- ✓ Kendi işini kurmaya karar verenler hangi fon kaynağından yararlanmayı düşünüyor?

4.4. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini, Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans eğitimi almakta olan 419 öğrenci oluşturmaktadır. Bu evrenin seçilmesinin temel amacı mesleğe yönelik derslerin verildiği bir bölüm olması, ayrıca verilere ulaşmanın daha hızlı ve daha kolay olmasıdır. Araştırmada tam sayım yöntemi kullanılarak evrenin tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Tam sayım, genellikle küçük hacimli ana kütlelere uygulanır. Bununla birlikte, büyük hacimli ana kütlelerde, ana kütlelerin tümüne ulaşmak olanaklıysa ya da araştırmada ana kütlelerin tamamından veri toplanmak isteniyorsa yine, tam sayım yöntemi kullanılır (Yüzer, 2006: 170). Bu doğrultuda hem kolay ulaşılabilirlik hem de evreni temsil edebilme unsurları dikkate alınarak, özellikle öğrencilerin çoğunluğunun okula devam ettiği farklı günlerde 400 adet anket dağıtılmış; ancak öğrencilerin okulda olmaması ve öğrencilerden bazılarının ankete cevap vermek istememesi sonucunda dağıtılan anketlerden sadece 200 tanesi sağlıklı olarak geri dönmüş ve analize tabi tutulmuştur. Sekeran'a (1999:255) göre bu örneklem sayısı evreni temsil etmede yeterli olmaktadır.

4.5. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın amacına uygun birincil verileri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket tekniğinin kullanılmasının amacı bilgiye çok kolay ve hızlı ulaşımı sağlamaktır (Baş, 2001: 11). Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimci kişilik özelliklerini ve girişimcilik eğilimini ölçmek üzere beşli likert şeklinde hazırlanmış elli ifade yer almaktadır. Girişimci kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla kullanılan otuzaltı ifade Koh'un (1996) Hong Kong'da tezsiz yüksek lisans öğrencilerine uygulamış olduğu ve Bozkurt tarafından

2005 yılında dilimize uyarlanan ölçektir. Girişimcilik eğilimini ölçmek amacıyla yer alan ondört ifade ise, 2004 yılında Girginer ve Uçgun tarafından kullanılan standardize bir ölçektir. Ayrıca demografik özellikleri belirlemek amacı ile de onüç ifade araştırmanın ölçeğinde yer almaktadır.

Güvenilirlik ve Geçerlilik: Peter (1979), güvenilirliği, bir testin veya ölçeğin hatalardan arınmış bir şekilde ölçmek istediği şeyden tutarlı bir sonuç elde etme derecesidir şeklinde tanımlamıştır. Perreault ve Leigh (1989), bir testin veya ölçeğin güvenilir olabilmesi için aynı şartlarda tekrar uygulandığında benzer sonuçlar vermesiyle mümkün olduğunu belirtmişlerdir.

Güvenilirlik, aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılıktır; ölçülmek istenen belli bir şeyin, sürekli olarak aynı sembolleri almasıdır; aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınmasıdır; ölçmenin tesadüfi yanılılardan arınık olmasıdır (Karasar, 2005: 148).

Cronbach (1951) teorisinde, araştırmalarda içsel tutarlılığın sağlanmasında cronbach alfa kat sayısının önemli bir araç olduğunu, ayrıca araştırmalarda kullanılan en yaygın güvenilirlik kat sayısı olarak belirtmiştir (Cronbach, 1951). Alfa değeri, 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0.70 olması arzu edilir (Altunışık ve diğ., 2007: 116).

Geçerlilik, bir araştırmada kullanılan veri toplama tekniğinin araştırmanın amaçları için uygun ve yeterli olup olmadığıyla ilgili bir kavramdır. Başka bir anlatımla geçerlilik, araştırmada ölçümler sonucunda ortaya çıkan farklılığın tamamen ölçülen olgu ya da kişilerden kaynaklandığına duyulan güvendir (Saruhan ve Özdemirci, 2005: 116).

Geçerliliği belirlemek isteyen bir araştırmacının ilk işi, hazırladığı anket veya ölçeği alanında uzman kişilere inceletmek olmalıdır. Uzman kişilerin önerilerine göre gerekli yeni şekil verildikten sonra araştırmacı ölçme aracını kullanabilir (Karasar, 2005: 152).

Daha önceki çalışmalarda kullanılmış, geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş olan ölçek için bu çalışma kapsamında da geçerlilik sağlamak adına ölçekte yer alan

soruların anlaşılır olup olmadığını belirlemek amacıyla alanında uzman olan üç tane öğretim üyesi tarafından anket soruları incelenmiş, ayrıca anket dağıtılmadan önce 30 kişiye pilot uygulama yapılmıştır.

İlgili literatür incelendiğinde sosyal bilimlerde çoğunlukla içsel güvenilirlik için Cronbach alfa katsayısının kullanıldığı görülmektedir (Sekaran, 2003: 205). Cronbach alfa katsayısının 0.70 olması içsel güvenilirlik için yeterli kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2010: 171). Bu çalışmada 50 ifadeye ait Cronbach alfa katsayısı 0.76 çıkmıştır. Buda anketin güvenilir olduğunun bir göstergesidir.

Veriler 01.03.2012-20.03.2012 tarihleri arasında araştırmacı tarafından bizzat toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences / Sosyal Bilimler İçin İstatistik Program) 18 programı yardımı ile analiz edilmiş ve araştırma sorularına cevap alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan *Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisini Belirleme Ölçeği* toplam 50 maddeden oluşan 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçek seçenekleri ile puan aralıkları aşağıda verilmiştir (Altunışık, 2000).

Ölçek Seçenekleri ile Puan Aralıkları

Seçenekler	Puan aralıkları
Katılıyorum	3.21–5.00
Kararsızım	2.61–3.20
Katılmıyorum	0.00-2.60

4.6. Verilerin Analizi

Daha önce yapılan araştırmalarda kullanılan ölçeklerde girişimci kişilik özelliklerine ait altı faktör ve girişimcilik eğilimine ait bir faktör olmak üzere değişkenler toplam yedi faktör altında toplanmıştır. Verileri analiz etmede bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki etkiyi ölçmek için regresyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek için korelasyon analizi, gruplar arası farklılığı ölçmek için T testi ve One-Way ANOVA (tek yönlü varyans analizi) uygulanmıştır. Girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimlerini belirlemek üzere temel belirleyici istatistiklerden aritmetik ortalama kullanılmıştır. Diğer taraftan katılımcılara ilişkin demografik özellikleri ortaya koymak için frekans ve yüzdelik dağılımından yararlanılmıştır.

BÖLÜM V

5. BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde demografik özelliklere ve değişkenlere ilişkin bulgular, değişkenlere ilişkin ortalamalar, değişkenlere ilişkin korelasyon ve regresyon analizleri, çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler ve araştırmaya ilişkin sorular incelenmiştir.

5.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan turizm lisan eğitimi alan öğrencilere ait demografik özelliklere, frekans ve yüzde analizi uygulanarak ulaşılmıştır. Katılımcılara ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 5.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Demografik özellikler n (200)		F	%	Demografik özellikler n (200)		F	%
Cinsiyet	Bay	98	49,0	Babanın çalışma durumu ve sektör	Çalışmıyor	54	27,0
	Bayan	102	51,0		Kendine ait bir işyerinde çalışıyor	49	24,5
Yaş	21'den küçük	74	37,0		Kamu sektöründe çalışıyor	34	17
	21-25	117	58,5		Özel sektörde çalışıyor	63	31,5
	26-30	9	4,5	Annenin çalışma durumu ve sektör	Çalışmıyor	175	87,5
Kardeş sayısı	1	84	42,0		Kendine ait bir iş yerinde çalışıyor	3	1,5
	2	57	28,5		Kamu sektöründe çalışıyor	6	3
	3	32	16,0		Özel sektörde çalışıyor	8	4
Yaş Sırası	Yaşça en küçük	58	29,0	İş tecrübesi ve süresi	Çalışmadı	39	19,5
					1 yıldan az	95	47,5
					1-3 yıl	46	23,0
					4-6 yıl	16	8,0
	7 yıl ve üzeri	3	1,5				
Orta	56	28,0	Girişimcilik faaliyetinde bulunuldu mu?	Evet	134	67	
Yaşça en büyük	84	42,0		Hayır	66	33	
Yaşadığı Yer	İl	98	49,0	İş durumu	Tam gün çalışıyor	5	2,5
					Yarım gün çalışıyor	11	5,5
					Çalışmıyor	116	58,0
					Diğer	68	34,0
					Köy	27	13,5
Kasaba	9	4,5					
İlçe	65	32,5					

Tablo 5.1’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan bayan katılımcıların sayısı 102 (% 51) iken bay katılımcıların sayısı 98 (%49) şeklindedir. Katılımcıların yaş grupları analiz edildiğinde; 74 (%37) katılımcı 21’den küçük, 117 (%58,5) katılımcı 21–25 yaş aralığında, katılımcıların 9’u (%4,5) 26-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 26-30 yaş aralığında olan katılımcıların eğitim sürelerini normal sürede bitiremeyen ve üniversite eğitimine geç başlayan öğrencilerden oluştuğu düşünülmektedir. Katılımcıların kardeş sayıları incelendiğinde; 84 (%42) katılımcının 1 kardeşe, 57 (%28,5) katılımcının 2 kardeşe sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş sırası incelendiğinde; 84 (%42) katılımcının yaşça en büyük olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşadığı yere ilişkin bulgulara bakıldığında; 98 (%49) katılımcının ilde yaşadığı görülmektedir.

Katılımcıların iş durumu incelendiğinde; 116 (%58) katılımcının çalışmadığı, 68 (%34) katılımcının diğer seçeneğini işaretlediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu seçeneği işaretleyen katılımcıların, özel günlerde ve hafta sonlarında çalıştıklarını belirtmiş oldukları görülmektedir. Katılımcıların iş tecrübesi ve çalışma süreleri incelendiğinde; 95 (%47,5) katılımcının 1 yıldan daha az süre çalıştığı görülmektedir.

Katılımcıların babalarının çalışma durumu ve çalıştığı sektör incelendiğinde; 54 (%27) kişinin çalışmadığı, 49 (%24,5) kişinin kendisine ait iş yerinde çalıştığı, 34 (%17) kişinin kamu sektöründe çalıştığı, 63 (%31,5) kişinin de özel sektörde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların annelerinin çalışma durumu ve çalıştığı sektör incelendiğinde; 175 (%87,5) kişinin çalışmadığı, 3 (%1,5) kişinin kendisine ait iş yerinde çalıştığı, 6 (%3) kişinin kamu sektöründe çalıştığı, 8 (%4) kişinin de özel sektörde çalıştığı görülmektedir.

5.2. Değişkenlere İlişkin Bulgular

Tablo 5.2.1. Girişimci Kişilik Özelliklerine İlişkin Bulgular

İFADELER	Katılmıyor		Kararsız		Katılıyor		Ort.
	F (x)	%	F (x)	%	F (x)	%	
1. İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır	72	36	32	16	96	48	3.12
2. İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınırım	95	47.5	29	14.5	76	38	2.80
3. Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm	27	13.5	29	14.5	144	72	3.93
4. Diğer insanlar çevrede olağan dışı bir şeyler görmediği halde ben işle ilgili fırsatları algılayabilirim	23	11.5	54	27	123	61.5	3.70
5. Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım var	103	51.5	31	15.5	66	33	2.58
6. Hisselerinin kar getirebileceğini hesaplayabildiğim bir ortaklığa paramı yatırmaktan çekinmem	23	11.5	38	19	139	69.5	3.88
7. Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim	13	6.5	17	8.5	170	85	4.20
Risk Alma							3,46
8. Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar	25	12.5	14	7	161	80.5	4.12
9. Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez	61	30.5	38	19	101	50.5	3.32
10. İnsanların mutsuz durumları kötü şanslarından kaynaklanır	87	43.5	45	22.5	68	34	2.78
Yenilikçilik							3,44
11. İşin sürekli ve güvenli olması benim için kardan daha önemlidir	26	13	28	14	146	73	3.91
12. Benim için iş güvenliği önemlidir	12	6	8	4	180	90	4.42
13. Başkasını gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum	18	9	21	10.5	161	80.5	4.18
14. Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim	14	7	12	6	174	87	4.35
15. Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım	136	68	25	12.5	39	19.5	2.11
16. Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum	44	22	26	13	130	65	3.66
17. Amirlerimin birbiri ile çakışan iş talimatları vermesi beni rahatsız eder	30	15	21	10.5	149	74.5	4.12
18. İnsanları işe alırken beceri esasına göre değil bağlılıklarına göre alırım	69	34.5	54	27	77	38.5	3.02
19. Hakkında bir şey bilmediğim görevi üzerime almaktan çekinirim	51	25.5	34	17	115	57.5	3.46
Başarma İhtiyacı Duyma							3,69
20. Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretli de olsa o işi yapmaktan hoşlanmam	52	26	37	18.5	111	55.5	3.47
21. Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum	51	25.5	19	9.5	130	65	3.63
22. Yeterince kar elde ediyorsam işle ilgili belirsiz koşullarda çalışmaktan rahatsız olmam	78	39	55	27.5	67	33.5	2.88
23. Ücreti iyi olduğu sürece rutin ve sıkıcı işlerde çalışmaktan kaçınmam	100	50	33	16.5	67	33.5	2.70
24. Bana göre iyi iş neyin nasıl yapılacağına açık talimatlarla ifade edildiği iş demektir	29	14.5	28	14	143	71.5	3.90

25. Hassasiyetle takip etmeye çalıştığım bir iş programım var	57	28.5	54	27	89	44.5	3.18
26. Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim	36	18	38	19	126	63	3.69
27. Başarının kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğuna inanırım	110	55	36	18	54	27	2.50
Kontrol Odağı							3,17
28. Zekam ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim	18	9	16	8	166	83	4.19
29. Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebileceğimden şüpheliyim	102	51	36	18	62	31	2.63
30. Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım	16	8	28	14	156	78	4.06
31. Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım	17	8.5	23	11.5	160	80	4.14
32. Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirleri üretmekte zorlanırım	102	51	31	15.5	67	33.5	2.71
33. Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim	25	12.5	21	10.5	154	77	3.96
34. Yetenekli, hırslı ve çalışkan olsam da param olmadığı sürece bir iş kuramam	67	33.5	32	16	101	50.5	3.26
35. Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim	28	14	37	18.5	135	67.5	3.82
36. Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanırım	135	67.5	24	12	41	20.5	2.25
Belirsizliğe Tolerans							3,44

Tablo 5.2.1 katılımcıların, ‘Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım var’ ifadesine % 51,5 oranında, 2.58 ortalama ile “katılmıyorum”, ‘Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim’ ifadesine katılımcıların % 85’i 4.20 ortalama ile “katılıyorum”, ‘Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar’ ifadesine katılımcıların % 80,5’i 4.12 ortalama ile “katılıyorum”, ‘Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım’ ifadesine katılımcıların %68’i 2.11 ortalama ile “katılmıyorum”, ‘Amirlerimin birbiri ile çakışan iş talimatları vermesi beni rahatsız eder’ ifadesine katılımcıların %74,5’i 4.12 ortalama ile “katılıyorum”, ‘Başarının kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğuna inanırım’ ifadesine katılımcıların %55’i 2.50 ortalama ile “katılmıyorum”, ‘Zekâm ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim’ ifadesine katılımcıların %83’ü 4.19 ortalama ile “katılıyorum”, ‘Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebileceğimden şüpheliyim’ ifadesine katılımcıların %51’i 2.63 ortalama ile “katılmıyorum”, ‘Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım’ ifadesine katılımcıların %78’i 4.06 ortalama ile “katılıyorum”, ‘Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım’ ifadesine katılımcıların %80’i 4.14 ortalama ile “katılıyorum”, ‘Çoğunluğun

görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanırım’ ifadesine katılımcıların %67,5’i 2.25 ortalama ile “*katılmıyorum*” cevabını vermişlerdir.

Tablo 5.2.2. Girişimcilik Eğilimine İlişkin Bulgular

İFADELER	Katılmıyor		Kararsız		Katılıyor		Ort.
	F(x)	%	F(x)	%	F(x)	%	
1. Bölümümüz mezunları kendi işlerini kurmak için fırsat yaratma yeteneğine sahiptirler	57	28.5	33	16.5	110	55	3.37
2. Bölümümüz mezunları mutlaka kendi işlerini kurmayı hedeflemelidir	64	32	44	22	92	46	3.20
3. Bölümümüz mezunları asla kamu sektöründe çalışmayı planlamamalıdır	114	57	38	19	48	24	2.46
4. Bölümümüz mezunları mutlaka girişimci olmaya odaklanmalıdır	36	18	22	11	142	71	3.88
5. Bölümümüz mezunları özel sektörde çalışmayı planlamalıdır	55	27.5	42	21	103	51.5	3.28
6. Bir işin fırsatlar sunması emniyetli ve garantili olmasından daha önemlidir	93	46.5	41	20.5	66	33	2.76
7. Çok çalışan sürekli hedef büyüten bir kişiliğe sahip olmak istemem	126	63	33	16.5	41	20.5	2.24
8. Sosyal yaşamı iş yaşamını eğlenceyi dengeli bir şekilde yaşayan bir kişiliğe sahip olmak isterim	21	10.5	5	2.5	174	87	4.36
9. Mevcut gerçeklere birebir bağlı kalarak hareket etmeyi tercih ederim	67	33.5	43	21.5	90	45	3.15
10. Gerçekleri zorlayarak sezgiye ve hayallere dayalı hareket etmeyi tercih ederim	71	35.5	41	20.5	88	44	3.03
11. İnanmadığım bir konuda negatif bir değerlendirmeye maruz kalma pahasına karar veririm	29	14.5	42	21	129	64.5	3.80
12. İnanmadığım bir konu dahi olsa kural dışı davranmayı göze alamam	92	46	34	17	74	37	2.87
13. Kariyerimin gelecek 5 yılında yüksek maaşlı bir iş fırsatı karşıma çıksa kabul ederim	16	8	23	11.5	161	80.5	4.27
14. Kariyerim için gerekli olsa dahi önceliklerimden vazgeçmem	42	21	57	28.5	101	50.5	3.51
Girişimcilik Eğilimi							3,30

Tablo 5.2.2 girişimcilik eğilimine ilişkin bulgulara bakıldığında; ‘Bölümümüz mezunları asla kamu sektöründe çalışmayı planlamamalıdır’ ifadesine katılımcıların %57’si 2.46 ortalama ile “*katılmıyorum*”, ‘Çok çalışan sürekli hedef büyüten bir kişiliğe sahip olmak istemem’ ifadesine katılımcıların %63’ü 2.24 ortalama ile “*katılmıyorum*”, ‘Sosyal yaşamı, iş yaşamını, eğlenceyi dengeli bir şekilde yaşayan bir kişiliğe sahip olmak isterim’ ifadesine katılımcıların %87’si 4.36 ortalama ile “*katılıyor*” ve ‘Kariyerimin gelecek 5 yılında yüksek maaşlı bir iş

fırsatı karşıma çıksa kabul ederim' ifadesine katılımcıların %80,5'i 4.27 ortalama ile "katılıyorum" cevabını vermişlerdir.

5.3. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimine Ait Bulgular

Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin ortalamasına yönelik bulgular aşağıda tablolaştırılmıştır.

Tablo 5.3. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimine Ait Ortalamalar

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR	STANDART SAPMA
Risk Alma	3,46	,552
Yenilikçilik	3,44	,899
Başarma İhtiyacı	3,69	,539
Kontrol Odağı	3,17	,716
Kendine Güven	3,31	,631
Belirsizliğe Tolerans	3,44	,478
Girişimci Kişilik Özelliği	3,41	,364
Eğilim	3,30	,475

Tablo 5.3'e göre araştırmaya katılanların risk alma eğilimleri 3.46 ortalama ile katılıyorum yönündedir. Yenilikçilik ile ilgili eğilimleri 3.44 ortalama ile katılıyorum yönündedir. Başarma ihtiyacı duyma ile ilgili eğilimleri 3,69 ortalama ile katılıyorum yönündedir. Kontrol odağı (3.17) değişkenine araştırmaya katılanlar kararsızım yönünde görüş belirtmişlerdir. Kendine güven (3.31) değişkenine araştırmaya katılanlar katılıyorum yönünde görüş belirtmişlerdir. Belirsizliğe tolerans ile ilgili eğilimleri 3,44 ortalama ile katılıyorum yönündedir. Son olarak girişimcilik eğilimi ile ilgili eğilimleri 3,30 ortalama ile katılıyorum yönündedir.

Bu sonuçlara göre araştırmaya katılanlar girişimci kişilik özelliğine sahiptir şeklinde oluşturulan H1 hipotezi ve araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimine sahip oldukları şeklinde oluşturulan H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 5.4 Üç Farklı Çalışmadaki Girişimci Kişilik Özelliklerine Ait Ortalamaların Karşılaştırılması

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR		
	Koh (1996)	Bozkurt (2006)	Erdurur (2012)
Risk Alma	3,61	2,92	3,46
Yenilikçilik	4,05	3,05	3,44
Başarma İhtiyacı	3,61	3,52	3,69
Kontrol Odağı	3,36	3,02	3,17
Kendine Güven	3,52	3,04	3,31
Belirsizliğe Tolerans	3,17	3,15	3,44

Tablo 5.4'te üç farklı çalışmadaki girişimci kişilik özelliklerine ait ortalamaları karşılaştırılmıştır. Bu tabloya göre;

Bozkurt'un 2006 yılında Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerine yapmış olduğu çalışmada örnek kitlenin risk alıp almama konusunda kararsız olduğu görülmektedir. Diğer iki çalışmada ise, örnek kitle risk almaya orta düzeyde bir eğilim göstermektedir. Literatürde genel görüş, başarılı birer girişimci olabilmenin koşullarından birisinin orta düzeyde risk almak olduğu yönündedir. Bu görüşe göre, Koh'un 1996 yılında Hong Kong'daki tezsiz yüksek lisans öğrencileri üzerine yapmış olduğu çalışma ve bu çalışmada yer alan örnek kitlenin risk alma eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin ise işletme eğitimi alan öğrencilerinden risk alma eğilimi açısından daha yüksek eğilime sahip oldukları görülmektedir. Koh' un çalışmasında bu oranın yüksek çıkması ise tezsiz yüksek lisans eğitimi alan öğrencilerin hayatlarında ki eğitim sürecinin sonlarına yakın oldukları için daha fazla risk alabilirken gelecekleri hakkında çok net bir öngörüye sahip olamayan lisans öğrencilerinin ise daha düşük düzeyde risk alabildikleri şeklinde yorumlanabilir.

Koh'un (1996) çalışmasında örnek kitlenin yenilikçiliğe olan eğilimleri diğer iki çalışmaya oranla daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu da muhtemelen örnek kitlenin bulunduğu toplumun kültüründen kaynaklanmaktadır. Literatürde Hong Kong'un toplum olarak gelecek odaklı olup ve yeniliğe eğilim gösteren bir milletten oldukları belirtilmiştir (Nath ve Murthy, 2004: 125).

Her üç çalışmada da örnek kitlenin başarıma ihtiyacı duyma konusunda eğilim gösterdikleri görülmektedir. Buda bireylerin başarılı olmak için kendi yeteneklerine olan inançtan veya kendi çabalarıyla hedeflerine ulaşmaya duydukları istekten kaynaklanıyor olabilir.

Kontrol odağına olan eğilim konusunda her üç çalışmada da örnek kitlelerin kararsız oldukları görülmektedir. Bu da toplumların sahip oldukları sosyo-kültürel yapılarından kaynaklanıyor olabilir. Her iki ülke toplum olarak dış etkenlerin hayatlarında daha baskın bir rol oynayacağına inanmalarından kaynaklanıyor olabilir.

Örnek kitlelerin kendine güven duyup duymama konusundaki eğilimleri her üç çalışmada karşılaştırıldığında, Koh'un çalışmasında bireylerin kendine güven noktasında yüksek bir eğilim gösterdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Yeni fikirleri işe dönüştürmenin hem maliyet, hem zaman hem de tecrübe ve deneyim açısından zor bir süreç olduğu bilinmektedir. Koh'un çalışmasında yer alan örnek kitlenin bu noktada kendi yetenek ve tecrübelerine büyük bir inanç duyduğu sonucuna varılabilir.

Belirsizliğe toleransa eğilim gösterip göstermeme konusunda Koh ve Bozkurt'un çalışmalarında yer alan örnek kitlenin kararsız oldukları, bu çalışmada yer alan örnek kitlenin ise belirsizliğe tolerans konusunda eğilim gösterdiği görülmektedir. Türkiye'de işsizlik oranlarının yüksek oluşu, ekonomik istikrarsızlığın oluşu, belirsizliklerin fazla olmasından dolayı bireylerin gelecekleri hakkında herhangi bir şeyi kestirememeleri ve bundan dolayı belirsizliğin toplumun yaşamında yer edinmiş olması, bireylerin belirsizliğe tolerans göstermemesine sebep olmuştur şeklinde yorumlamak mümkün olabilir.

5.5. Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, bir değişkenin diğer bir değişkenle ilişkisinin yönünü ve kuvvetini ortaya koyar. İki değişken arasında pozitif bir ilişkinin olması, bu iki değişkenden birinin değerinin artmasının diğerinin de değerini arttıracığı ya da birinin değerinin azalması durumunda diğerinin değerinin azalacağı anlamına gelir. Diğer taraftan iki değişken arasında negatif bir ilişkinin olması, bu iki değişkenden

birinin değerinin artmasının diğerinin değerinin azaltacağı ya da birinin değerinin azalması durumunda diğerinin artacağı anlamına gelir (Saruhan ve Özdemirci, 2005: 139).

Korelasyon katsayısı (r), -1 ile +1 arasında bir değerdir. Bu katsayı +1'e yakınsa iki değişken arasındaki pozitif ilişkinin, -1'e yakınsa iki değişken arasındaki negatif ilişkinin güçlü olduğu anlaşılır (Gegez, 2010). Korelasyonu yorumlamada genellikle şu sınırların sıklıkla kullanılabileceği literatürde yazılmıştır. Korelasyon katsayısının mutlak değer olarak, 0.00-0.30 arasında olması, düşük; 0.30-0.70 arasında olması, orta; 0.70- 1.00 arasında olması; yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2010).

Tablo 5.5 Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi

Faktörler	1	2	3	4	5	6	7
1. Risk alma	1						
2. Yenilikçilik	,139(*)	1					
3. Başarma ihtiyacı	,328(**)	192(**)	1				
4. Kontrol odağı	,231(**)	,133	267(**)	1			
5. Kendine güven	,294(**)	,156(*)	,237(**)	,243(**)	1		
6. Belirsizliğe tolerans	,269(**)	,148(*)	,372(**)	,275(**)	,183(*)	1	
7. Eğilim	,333(**)	,260(**)	,362(**)	,344(**)	,227(**)	,333(**)	1

**** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı. * Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı.**

Tablo 5.4'te bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisini incelediğimizde; Korelasyon analizi sonucuna bakıldığında, girişimcilik eğilimi ile girişimci kişilik özelliklerinden risk alma, başarma ihtiyacı duyma, kontrol odağı, belirsizliğe tolerans faktörleriyle pozitif yönde, orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu, yenilikçilik ve kendine güven girişimci kişilik özellikleriyle pozitif yönde, düşük düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır.

5.6. Değişkenler Arasındaki Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi, bir veya birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı bir değişken üzerindeki etkisini araştırır (Saruhan ve Özdemirci, 2005: 144). Regresyon

analizi, bağımlı değişkendeki değişimin ne kadarının bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini ve değişkenler arasında ne tür bir ilişkinin olduğunu belirler (Gegez, 2010).

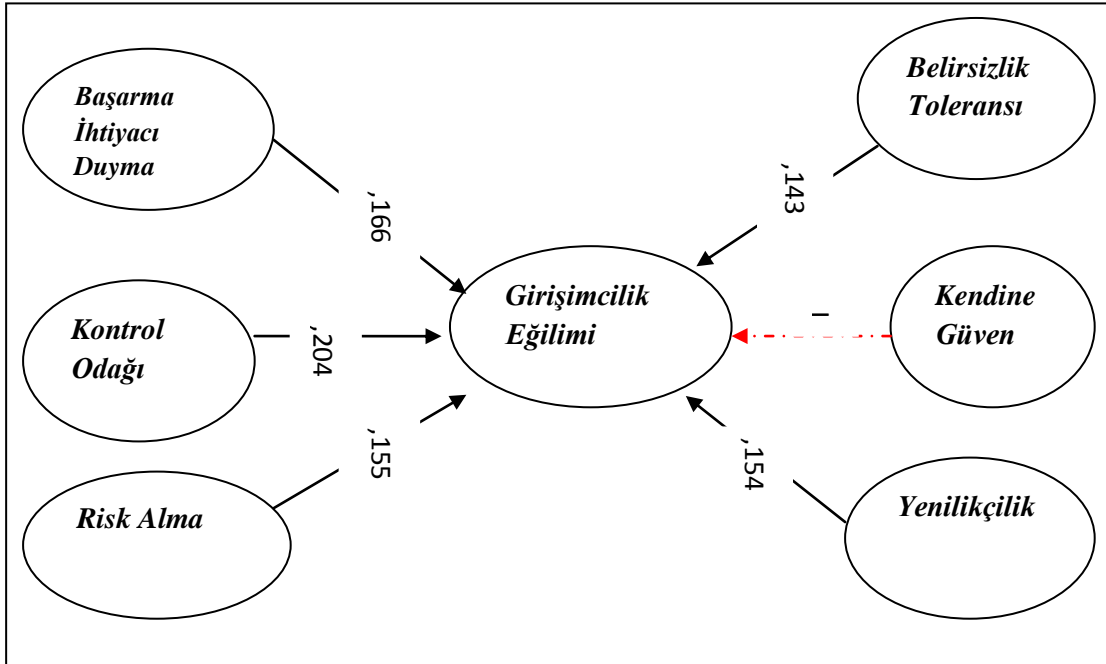
Tablo 5.6 Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi

	B	Standart Sapma	Beta	t	Sig.
Bağımsız değişkenler	,925	,289		3,203	,002
Risk alma	,134	,059	,155	2,272	,024
Yenilikçilik	,098	,041	,154	2,428	,016
Başarım ihtiyacı	,146	,062	,166	2,360	,019
Kontrol odağı	,136	,044	,204	3,061	,003
Kendine güven	,032	,050	,043	,652	,515
Belirsizliğe tolerans	,142	,068	,143	2,078	,039
F: 12.430 df: 6 R² = ,283 p < 0,05					

A bağımlı değişken: eğilim

Tablo 5.5'te girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan regresyon analizine göre araştırma modeli sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 5.6.1 Araştırma Modeli Sonucu



Tablo 5.6.1'de görüldüğü üzere, risk alma ve yenilikçilik girişimci kişilik özellikleri girişimcilik eğilimi üzerinde 0.15'lik anlamlı bir etkiye sahiptir. Başarım

ihtiyacı duyma faktörünün girişimcilik eğilimi üzerinde 0.16'lık anlamlı bir etkiye sahiptir. Kontrol odağı faktörünün girişimcilik eğilimi üzerinde 0.20'lik anlamlı bir etkiye sahiptir. Belirsizliğe tolerans girişimci kişilik faktörü 0.14'lük anlamlı bir etkiye sahipken, kendine güven faktörünün girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi bulunmamaktadır. Regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda H3, H4, H5, H6 ve H8 hipotezleri kabul, H7 hipotezi red edilmiştir.

5.7. Değişkenler Arasındaki Farklılığa Ait Bulgular

T testi, belirli bir konuda iki grup arasında anlamlı bir fark olup olmadığını ölçer. T testinin uygulanabilmesi için bağımlı değişkene ait ölçümler aralık ya da oran ölçeğinde olmalı, bağımlı değişkene yönelik ölçümlerin dağılımı normal olmalı, yine bağımlı değişkene ait varyanslar iki grup için de eşit olmalıdır (Saruhan ve Özdemirci, 2005: 156).

Tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA), belirli bir konuda ikiden fazla grup arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını ölçen analiz çeşididir (Gegez, 2010: 315). ANOVA'nın uygulanabilmesi için bağımlı değişkene ait ölçümler aralık ya da oran ölçeğinde olmalıdır. Ayrıca dağılımın normal ve bağımlı değişkene ait varyansların her grup için eşit olması gerekir (Saruhan ve Özdemirci, 2005: 159).

Tablo 5.7.1 Değişkenler Arası Farklılık

Faktörler	Cinsiyet	K. S	Ort.	S. Sapma	Anlamlılık (Sig.)
Girişimcilik Eğilimi	Kadın	101	3,34	,515	,154
	Erkek	98	3,25	,427	
Risk Alma	Kadın	102	3,45	,583	,816
	Erkek	98	3,47	,521	
Yenilikçilik	Kadın	102	3,47	,739	,151
	Erkek	98	3,32	,739	
Başarma ihtiyacı	Kadın	102	3,70	,585	,746
	Erkek	98	3,68	,490	
Kontrol odağı	Kadın	102	3,20	,779	,499
	Erkek	98	3,13	,645	
Kendine güven	Kadın	101	3,35	,624	,413
	Erkek	98	3,28	,640	
Belirsizlik toleransı	Kadın	100	3,46	,564	,551
	Erkek	98	3,42	,372	

Levene testi sonucunda çıkan anlamlılık derecesine bakıldığında, *girişimcilik eğilimi* (0,15), ile girişimci kişilik özelliklerinden *risk alma* (0,81), *yenilikçilik* (0,15), *başarma ihtiyacı* (0,75), *kontrol odağı* (0,50), *kendine güven* (0,41) ve *belirsizliğe tolerans* (0,55)'tir. Bu faktörlere ilişkin anlamlılık derecelerinin tamamı 0,05'ten büyük olduğundan kadınlarla erkekler arasında "girişimcilik eğilimi" ile girişimcilik kişilik özelliklerinden "risk alma, yenilikçilik, başarma ihtiyacı, kontrol odağı, kendine güven ve belirsizliğe tolerans" faktörlerinin farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır.

Tablo 5.7.2. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimi Özelliklerinin Babanın - Annenin Çalışma Durumu ve Örneklemin Yaş Sırası Açısındaki Farklılığı Belirlemeye Yönelik Varyans Analizi

Babanın Çalışma Durumu Açısından		Annenin Çalışma Durumu Açısından		Yaş Sırası Açısından
Varyans Kaynağı	Anlamlılık	Anlamlılık	Anlamlılık	Anlamlılık
Risk Alma	,102	,981	,938	
Yenilikçilik	,833	,507	,301	
Başarma İhtiyacı	,542	,550	,247	
Kontrol Odağı	,251	,710	,928	
Kendine Güven	,231	,368	,415	
Belirsizliğe Tolerans	,996	,670	,792	
Girişimcilik Eğilimi	,721	,245	,953	

Tablo 5.7.2'de araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özelliklerinin babanın çalışma durumu açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA) uygulanmıştır. Analiz sonucunda, girişimcilik eğilimi anlamlılık derecesi (sig.)= ,721, girişimci kişilik özelliklerine ilişkin anlamlılık dereceler ise, (*risk alma* (sig.)= ,102, *yenilikçilik* (sig.)= ,833, *başarma ihtiyacı* (sig.)= ,542, *kontrol odağı* (sig.)= ,251, *kendine güven* (sig.)= ,231, *belirsizliğe tolerans* (sig.)= ,996 çıkmıştır. Faktörlere ilişkin anlamlılık derecesi 0,05'ten büyük çıktığından, girişimcilik eğilimi ile girişimci kişilik özellikleri babanın çalışma durumu açısından anlamlı bir farklılığın göstermediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 5.7.2’de araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özelliklerinin annenin çalışma durumu açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA) uygulanmıştır. Analiz sonucunda, girişimcilik eğilimi anlamlılık derecesi (sig.)= ,245, girişimci kişilik özelliklerine ilişkin anlamlılık dereceleri ise, (*risk alma* (sig.)= ,981, *yenilikçilik* (sig.)= ,507, *başarma ihtiyacı* (sig.)= ,550, *kontrol odağı* (sig.)= ,710, *kendine güven* (sig.)= ,368, *belirsizliğe tolerans* (sig.)= ,670 çıkmıştır. Faktörlere ilişkin anlamlılık derecesi 0,05’ten büyük çıktığından, girişimcilik eğilimi ile girişimci kişilik özellikleri annenin çalışma durumu açısından anlamlı bir farklılığın göstermediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Literatürde ailedeki ebeveynlerin özellikle kendi içinde çalışıyor olması halinde çocukların girişimciliğe eğilim gösterecekleri yönünde bir kanı mevcutken, bu çalışmada böyle bir sonuca ulaşılamamıştır.

Tablo 5.7.2’de araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özelliklerinin yaş sırası açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA) uygulanmıştır. Analiz sonucunda, girişimcilik eğilimi anlamlılık derecesi (sig.)= ,953, girişimci kişilik özelliklerine ilişkin anlamlılık dereceleri ise, (*risk alma* (sig.)= ,938, *yenilikçilik* (sig.)= ,301, *başarma ihtiyacı* (sig.)= ,247, *kontrol odağı* (sig.)= ,928, *kendine güven* (sig.)= ,415, *belirsizliğe tolerans* (sig.)= ,792 çıkmıştır. Faktörlere ilişkin anlamlılık derecesi 0,05’ten büyük çıktığından, girişimcilik eğilimi ile girişimci kişilik özellikleri yaş sırası açısından anlamlı bir farklılığın göstermediği sonucu ortaya çıkmıştır. Literatürde genel görüş ailede ilk çocuğun girişimciliğe daha fazla eğilim gösterdiği yönündedir. Araştırmada çıkan sonuç literatürdeki görüşü desteklememektedir.

5.8. Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular

Tablo 5.8.1. Daha Önce Herhangi Bir Girişimci Faaliyette Bulunup Bulunmadığına İlişkin Dağılımlar

İfadeler		Frekans	%
Girişimcilik faaliyetinde bulunuldu mu?	Evet	134	67
	Hayır	66	33

Tablo 5.8.1’de katılımcıların daha önce herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunup bulunmadığını inceleyen bulguların sonucuna bakıldığında, 134 (%67) katılımcının girişimcilik faaliyetinde bulunduğu, 66 (%33) katılımcının girişimcilik faaliyetinde bulunmadığı görülmektedir. Girişimci faaliyette bulunan katılımcılar genel olarak takı ve hediyelik eşya gibi ürün satışları yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5.8.2. İlerde Kendi İşini Kurmayı Düşünmeye İlişkin Dağılımlar

İfadeler		Frekans	%
İleride kendi işini kurmayı düşünme	İstiyor	147	73,5
	Kararsız	33	16,5
	İstemiyor	20	10

Tablo 5.8.2’de katılımcıların ileride kendi işini kurmayı düşünmeye ilişkin bulgulara bakıldığında; 147 (%73,5) katılımcının istediği, 33 (%16,5) katılımcının kararsız olduğu, 20 (%10) katılımcının ise ileride kendi işini kurmayı düşünmediği görülmektedir. Gürbüz (2008), iktisat bölümü öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada, katılımcıların %54,4’ü ileride kendi işini kurmayı düşündüğünü elde ettiği bulgular sonucunda belirtmiştir. Bu çalışmayla karşılaştırıldığında turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin girişimciliğe eğilim gösterme noktasında daha istekli oldukları görülmektedir. Buda katılımcıların mesleğe yönelik dersleri aldıklarından ve bu doğrultuda örnek kitlenin girişimci olmaya yönlendirildiğinden kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 5.8.3. Kendi İşlerini Kurması Halinde Yararlanılmak İstenilen Fon Kaynaklarına İlişkin Dağılımlar

İfadeler		Frekans	%
Yararlanılmak İstenilen Fon Kaynağı	Kişisel birikimleri kullanma	91	45,5
	Ticari kredilerden yararlanma	56	28
	Aile ve akrabalara başvurma	30	15
	Bir veya birkaç ortakla çalışma	23	11,5

Tablo 5.8.3'te katılımcıların kendi işlerini kurmak istemeleri halinde yararlanmak istedikleri fon kaynakları incelendiğinde;91 (45,5) katılımcının kişisel birikimlerini kullanacağı, 56 (28) katılımcının ticari kredilere başvuracakları, 30 (15) katılımcının aile ve akrabalarından alacakları fonları, , 23 (11,5) katılımcının ise bir veya birkaç ortakla çalışmak istediği görülmektedir. Katılımcıların yarısına yakınınının yeni bir iş faaliyetine başladıklarında kendi kişisel birikimlerinden yararlanmak istemelerinin sebebi aile ve akrabalarının onlara fon sağlamada destek olmayacağını düşündüklerinden ayrıca, birkaç ortakla çalışmanın ve ticari kredilerden yararlanmanın onlar için büyük bir risk olabileceğini ve bu noktada kendilerine güven duymadıklarından kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 5.8.4. Kendi İşlerini Kurmaması Halinde Çalışılması Düşünülen Sektöre İlişkin Dağılımlar

İfadeler		Frekans	%
Kendi işini kurmaması halinde çalışması düşünülen sektör	Özel sektörde prestijli bir işte	73	36,5
	Kamu sektörde prestijli bir işte	72	36
	Kamu sektöründe herhangi bir işte	26	13
	Özel sektörde herhangi bir işte	24	12

Tablo 5.8.4'te katılımcıların kendi işlerini kurmak istememeleri halinde çalışmak istedikleri sektörlerle ilişkin bulgulara bakıldığında; 73 (%36,5) katılımcının özel sektörde prestijli bir işte çalışmayı tercih ettiği, katılımcıların 72 (%36) tanesi kamu sektöründe prestijli bir işte çalışmayı tercih ettiği, 24 (%12) katılımcının özel sektörde herhangi bir işte çalışmayı tercih ederken, 26 (%13) katılımcının kamu sektöründe herhangi bir işte çalışmayı tercih ettiği görülmektedir. Bu sonuçtan

anlaşıyor ki örneklemler kendi işini kurmadığında, kariyer olanaklarını dikkate alarak kamu ya da özel sektörde prestijli bir işte çalışmayı istemektedirler. Aslında örneklemler kendi girişimsel faaliyetini hayata geçirmese dahi, varolan bir işletmede bu potansiyelini bir iç girişimci olarak hayata geçirebilir şeklinde bir yorum yapılabilir.

BÖLÜM VI

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar

Bu çalışma, Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'ndaki turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerine etkisini ve girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi ile ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Bir ülkenin kalkınması, gelişmesi ve o ülkedeki toplumsal refahın sağlanması, yeniliklere açık, cesur, yetenekli, yaratıcı, kendine güvenen ve risk almaya eğilimli girişimciler yetiştirmesine bağlıdır. Bu doğrultuda ülkeler kişileri girişimciliğe yönlendirmek için çaba harcamaktadırlar. Girişimciliğin ekonomik kalkınma ve toplumsal refahın itici gücü olarak görülmesi, ülkelerin girişimcilik eğitimleri üzerinde önemle durmalarına neden olmuştur. Bu eğitimlerin amacı bireylerdeki girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarmaktır. Bunun için girişimcilik dersleri verilmekte ayrıca, çeşitli seminerler düzenlenmektedir.

Girişimciliğin ekonomik gelişme üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Ülkelerin ve toplumların ekonomik açıdan gelişmek istemeleri, onları girişimciliğe yöneltecektir. Kişileri girişimciliğe sevk etmek ise ekonomik refah sağlamada ve girişimciliğin gelişmesinde anahtar rol oynamaktadır. Kişilere girişimci kişilik özellikleri kazandırmak bu anlamda önem arz etmektedir.

Kısacası girişimcilik, ekonominin gelişmesi için, lokomotif görevi görmesinden dolayı hayati bir öneme sahiptir. Ayrıca, yeni bir iş kurmanın zor olması, özgüven, cesaret, yetenek, yaratıcılık ve gerekli sermayenin bir arada bulunması gerekliliğini zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışmada da görülmüştür ki girişimci kişilik özellikleri girişimcilik eğilimi üzerinde % 28'lik bir etkiye sahiptir. Girişimciliğe etki eden birçok faktör (*Aile, Kültür, Rol Modelleri, İnanç, Yaş Cinsiyet, Gelir, Eğitim, İş Deneyimi, Çevre,*

Teknoloji ve Girişimci Kişilik Özellikleri) bulunmaktadır. Tüm bu faktörler göz önüne alındığında sadece girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimini %28’lik bir etkiyle şekillendirmesi, bu oranın az olmadığı gerçeğini ortaya koymaktadır.

Girişimci kişilik özelliklerine (*risk alma, belirsizliğe tolerans, kendine güven, kontrol odağı, başarıma ihtiyacı, yenilikçilik*) ait ortalamaların sonucunda, katılımcıların genel olarak girişimci kişilik özelliklerine sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların girişimcilik eğitimini almaları, ayrıca okudukları bölümden dolayı zorunlu staj görmeleri ve bu sayede iş tecrübesi kazanmaları örnek kitlenin girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkmasında önemli katkılar sağlamaktadır denilebilir.

Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerine etkisine ait regresyon analizi sonucu kendine güven faktörü hariç diğer faktörlerin girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Buda H7 hipotezinin red edildiğini ve diğer hipotezlerin kabul edildiğini göstermektedir. Katılımcılar her ne kadar kendilerine güven konusunda eğilim gösterebilirlerse de bunun girişimcilik eğilimini etkileme noktasında yeterli olmayacağını, dış çevre unsurlarının da girişimcilik eğilimini etkileyebileceğini düşündüklerinden böyle bir sonuç ortaya çıkmış olabilir.

Girişimci kişilik özelliklerinden “*risk alma ve belirsizliğe toleransın girişimcilik eğilimi üzerine etkisi vardır*” şeklinde oluşturulmuş olan hipotezler kabul edilmiştir. Örnek kitlenin geleceği kestirememesi ve bundan dolayı belirsizliklerin hayatlarında yer edinmiş olması, bireylere riski yönetme ve belirsizlikleri tolere edebilme yeteneği kazandırmış olabilir, bunda girişimcilik eğilimini etkilediği şeklinde yorumlamak mümkün olabilir.

Girişimci kişilik özelliklerinden “*başarıma ihtiyacının girişimcilik eğilimi üzerine etkisi vardır*” şeklinde oluşturulmuş olan hipotez kabul edilmiştir. Literatürdeki başarı güdüsünün, bireylerin hedeflerine ulaşmadaki istikrarlığı vurgulayan büyük bir psikolojik faktör olarak görüldüğü ve başarılı girişimcilerin

kendi yeteneklerine inanan ayrıca her türlü sorumluluğu üstlenen kişiler olduğu yönündeki görüş ile de çıkan bu sonuç desteklenmektedir.

Girişimci kişilik özelliklerinden “*kontrol odağının girişimcilik eğilimi üzerine etkisi vardır*” şeklinde oluşturulan hipotez kabul edilmiştir. Örnek kitlenin mesleğe yönelik dersleri almaları dolayısıyla bu derslerin uygulamalı olarak yapılmaya müsait olmasının ve bu doğrultuda örnek kitlenin staj yapması onların yaptıkları eylemlerin sonuçlarının kendilerinden kaynaklanabileceği şeklinde yorumlamak mümkün olabilir.

Girişimci kişilik özelliklerinden “*yenilikçiliğin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi vardır*” şeklinde oluşturulan hipotez kabul edilmiştir. Günümüzde değişimin hızlı olması ve rekabetin artması bireylerde yenilik yapmayı kaçınılmaz kılmıştır. Bu durum bireylerin rakiplerinden bir adım önde olabilmeleri için olması gereken bir olay olarak görülmektedir. Ayrıca rekabet, kişilerin yenilikçi düşünmeye ve yenilikçi adım atmaya yönlendiren itici bir güçtür. Bu itici gücün girişimcilik açısından önemi ise bu çalışma ile birkez daha vurgulanmış olmaktadır. Literatürde yenilikçiliğin girişimcilikte rol oynayan güçlü bir psikolojik faktör olması ile bu çalışma sonucunda ortaya çıkan durum birbirini desteklemektedir.

Girişimci kişilik özellikleriyle girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucunda, girişimci kişilik özellikleriyle girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Literatürde genel görüş, girişimci kişilik özelliklerine sahip bireylerin girişimci faaliyetlerde bulunma konusunda istekli ve kararlı olabilecekleri ve bu doğrultuda başarılı birer girişimci olabilecekleri yönündedir.

Araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özelliklerinin, cinsiyet açısından farklılığını belirlemek için yapılan t testi sonucunda, gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Günümüzde artık kadınlarında iş hayatına katılıyor olmaları ayrıca, çeşitli kurum ve kuruluşlarca kadınların birer girişimci olabilmeleri konusunda bilgilendirilip ve desteklenmelerinin böyle bir sonucu ortaya çıkardığı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılanların girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özelliklerinin yaş sırası açısından farklılığı belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (One way ANOVA) sonucunda anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Katılımcılar arasında büyük bir yaş farkının olmayışı böyle bir sonucun ortaya çıkmasına neden olmuş olabilir.

Araştırmaya dahil olan örnek kitlenin büyük çoğunluğu girişimci kişilik özelliklerine sahip olarak görülmekte ve kendi işlerini kurmak istemektedirler. Ayrıca, örnek kitlenin geneli kendi işlerini kurmamaları halinde, kamu ve özel sektörde prestijli bir işte çalışmayı istemektedirler. Katılımcıların kendilerine ait bir iş yerini kurmak istemelerinin amacı mesleğe yönelik derslerin verildiği bir bölümde okumaları ayrıca, bağımsız bir şekilde işlerini yürütmek istemelerinden kaynaklanıyor olabilir. Literatürde de genel görüş bu doğrultudadır. Diğer taraftan katılımcıların kamu sektöründe prestijli bir işte çalışmak istemeleri, bu sektörde çalışmanın daha garantili ve prestijinde kendilerine kariyer olanaklarını getireceği için, özel sektörde prestijli bir işte çalışmak istemeleri ise, yine bu sektörde çalışmanın kendilerine iyi bir kariyer oluşturabileceğini düşünmelerinden kaynaklanmış olabilir şeklinde yorumlanabilir.

6.2. Öneriler

6.2.1. Ebeveynlere Yönelik Öneriler

İnsanların kişiliklerinin şekillenmeye ilk kez başladığı ailede ve kişiliğin gelişmeye devam ettiği okulda, toplumsal yaşamda insanların kişiliklerinin girişimcilik eğilimli olarak şekillendirilmesine yönelik çalışmalar yapılması önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle ebeveynlerin kendi deneyim ve becerilerini çocuklara aktararak onların girişimcilik eğilimli olmaları noktasında rol oynayabilirler. Bu çalışma ile bu noktaya da dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

6.2.2. Eğitim ve Öğretim Kurumlarına Yönelik Öneriler

Kişileri girişimciliğe özendirerek destek ve eğitim programlarının okullarda yaygınlaştırılması, ayrıca eğitim ve öğretim kurumları girişimcilik ile ilgili seminerler düzenleyerek öğrencileri girişimci faaliyetlere yönlendirmeye yardımcı

olabilir. Diğer taraftan eğitim ve öğretim kurumlarının girişimcilere destek sunan kuruluşlarla birlikte hareket ederek bireylerin girişimciliğe eğilim göstermeleri ve girişimci faaliyetlerde bulunmaları konusunda desteklemeleri önerilebilir. Ayrıca okullarda sadece zorunlu stajlar ile alınan derslerin uygulamaya dökülmesinin haricinde, teorik alınan derslerin uygulamalı olarak yapılmasının önünün açılmasının sağlanması ve öğrencilerin öğrendiklerini gerçek yaşamda deneyerek sınamalarının sağlanması girişimcilik eğiliminin desteklenmesi açısından önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

6.2.3. Kamu ve Özel Kuruluşlara Yönelik Öneriler

Özellikle ülkemizde kendi işini kurmak isteyen girişimci ya da girişimci adaylarının iş kurma sürecinde karşılaştıkları bürokratik engellerin en aza indirilmesi, kredi sağlayan kurumların istedikleri teminatların hafifletilmesi, kredi geri ödemelerinde vadelerin kısa tutulmaktan çıkarılması ve kredi sağlayan kurumların kredilere erişimi kolaylaştırmaları girişimcilik adına atılabilecek önemli adımlardır. Ayrıca, girişimcilik dersi alan öğrencilerin bu derslerinin KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimlerine eşdeğer sayılması ve bu manada çeşitli maddi desteklerden yararlanmalarının önünün açılmasının sağlanması anlamında ilgili kurum ve kuruluşlara önemli görevler düşmektedir.

6.2.4. Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Bu çalışma Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda turizm lisans eğitimi alan öğrenciler üzerine yapılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda daha büyük ve daha farklı evrenlerde farklı araştırma teknikleri kullanılarak çalışmalar yapılması önerilebilir. Böylece hem girişimciliğe etki eden diğer unsurların girişimcilik eğilimi üzerindeki etki dercesi belirlenebilir hem de farklı bölgelerdeki kişiler arasındaki farklılıklar belirlenebilir.

KAYNAKÇA

Acedo, J. F. ve Florin, J. (2006). “An Entrepreneurial Cognition Perspective On The Internationalization Of SMEs”, *J Int Entrepr*, 4(1), pp.49–67.

Ağca, V. ve Yörük, D. (2006), “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(2), ss.155-173.

Altınay, L. ve Wang, L. C. (2011), “The Influence Of An Entrepreneur’s Socio-Cultural Characteristics On The Entrepreneurial Orientation Of Small Firms”, *Journal Of Small Business and Enterprise Development*, 18(4), pp.673-694.

Altunışık, R. (2000), “Pazarlama Araştırması Dersi: Yayınlanmamış Ders Notları”, Sakarya üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Sakarya.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007), “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı”, (5. Baskı), Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Alvarez, C. Urbano, D. Coduras, A. ve Ruiz-Navarro, J. (2011), “Environmental Conditions and Entrepreneurial Activity: A Regional Comparison In Spain”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), pp.120-140.

Appannaiah, H. R. Reddy, P. N. ve Kavitha, B. R. (2010), “Organisational Behavior”, Mumbai, IND: Global Media.

Armstrong, P. Allisona, W. ve Rounds, J. (2008), “Development And Initial Validation Of Brief Public Domain RIASEC Marker Scales”, *Journal Of Vocational Behavior*, 73(2), pp.287–299.

Armstrong, P. ve Anthony, F. S. (2009), “Personality Facets And RIASEC Interests: An Integrated Model”, *Journal Of Vocational Behavior*, 75(3), pp.346–359.

Arslan, K. (2002). “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6, ss.1-11.

Balıkçı, Y. (2009), “*İşletmelerde Risk Yönetimi*”, (1. Basım), İstanbul: Cinius Yayınları.

Baş, T. (2001), “*Anket*”, (1. Baskı), Ankara: Seçkin Yayınları.

Bayrakdar, S. (2011), “Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), ss .245-264.

Beugelsdijk, S. ve Noorderhaven, N. (2005), “Personality Characteristics Of Self-Employed; An Empirical Study”, *Small Business Economics*, 24, pp.159–167.

Bilgin, A. ve Kartal, H. (2002), “İşitme Engelli Ve Engelli Olmayan İlköğretim Öğrencilerinin Benlik Kavramları ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), ss. 43-52.

Bitzenis, A. ve Nito, E. (2005), “Obstacles To Entrepreneurship İn A Transition Business Environment: The Case Of Albania”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), pp.564-578.

Blickle, G. Kramer, J. Zettler, I. Momm, T. Summers, K. J. Munyon, P. T. ve Ferris, R. G. (2009), “Job Demands As A Moderator Of The Political Skill-Job Performance Relationship”, *Career Development International*, 14(4), pp.333-350.

Bolat, Ö. (2006), “Üçüncü Safhadaki Girişimciliğimiz ve Geleceği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), ss.81-89.

Bosma, N. Hessels, J. Schutjens, V. Praag, V. M. ve Verheul, I. (2012), “Entrepreneurship And Role Models”, *Journal Of Economic Psychology*, 33(2), pp.410–424.

Bowman, C. (1999), “Action-Led Strategy And Managerial Self-Confidence”, *Journal of Managerial Psychology*, 14(7/8), pp.558-568.

Boz, H. (2007), “Etnik Türk Kökenli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Antalya.

Bozkurt, Ö. (2005), “Girişimcilik Kişilik Özellikleri ve Sakarya Üniversitesi Örneği”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Organizasyon Ana Bilim Dalı, Sakarya.

Bozkurt, Ö. (2006), “Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), ss.93-111.

Bozkurt, Ö. (2009), “Yenilikçi Bir Faaliyet Olarak İç Girişimciliğin Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Sakarya İli İmalat Sanayi Üzerine Bir Alan Araştırması”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Burger, J. M. (2006), “*Personality*”, (Çeviren: İnan Deniz Erguvan Sarioğlu) İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Büyüköztürk, Ş. (2010), “*Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*”, (11.Baskı), Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Cansız, E. (2007), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma” *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta.

Ceylan, A. ve Demircan, N. (2005), “Girişimcilerin Başarı, Güç Ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki Kobi'lerde Bir Araştırma”, *İşletme Fakültesi, İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi Yönetim*, 16(50), ss.1-19.

Chan, K. C. T. Ngee Ng, Y. K. ve Casimir, G. (2010), “The Diminished Effect Of Psychological Empowerment On The Self-Empowered”, *Managing Service Quality*, 20(6), pp.531-543.

Chand, M. ve Ghorbani, M. (2011). “National culture, networks and ethnic entrepreneurship: A comparison of the Indian and Chinese immigrants in the US”, *International Business Review*, ,20(1), pp.593–606.

Chang, C.Y. Chen, H. M. Lin, F. ve Gao, S. Y. (2010), “Measuring Regional Innovation and Entrepreneurship: The Case Of Taiwan Science Parks”, *Techonology Management For Global Economic, Growth (PİCMET)*, 10, pp.1-9.

Cheng, K. ve Low, P. (2006), “Cultural Obstacles İn Growing Entrepreneurship: A Study İn Singapore”, *Journal Of Management Development*, 25(2), pp.169-182.

Cohen, R. A. (1996), “Mainstreaming Corporate Entrepreneurship: Leadership At Every Level Of Organızations”, *General Electric Annual Report*,

Coşkun, M. (2009), “Kültürün Girişimciliğe Etkileri”, ANKARA, www.kosgeb.gov.tr. Yayına Ulaşma Tarihi (21, 10, 2011).

Coşkun, R. (2009), “İşletmeye Giriş (Ders Notları)”, (2. Baskı), Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

Cronbach, J.L (1951), “Coefficient Alpha and The Internal Structure Of Tests”, *Psychometrika*, 16(3), pp. 297-334.

Cüceloğlu, D. (2010), *İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları*, (15. Basım), İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çelik, S. (2011), “Liderlik Tarzları İle Stratejik Kararlar Arasındaki İlişki: İstanbul'daki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Düzce.

Çetin, G.N. ve Beceren, E. (2007), “Lider Kişilik: Gandhi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), ss.110-132.

Çevik, E. (2006), “Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri İle Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Uluslararası Kalite Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.

Damanpour, F. ve Wischnevsky, D. J. (2006), “Research On İnnovation İn Organizations: Distinguishing İnnovation-Generating From İnnovation-Adopting Organizations”, *Journal Of Engineering Technology Management*, 23, pp.269–291.

Davidsson, M. (2010), “Risk Management İn A Pure Unit Root” *The Journal Of Risk Finance*, 11(2), pp.224-234.

De Fruyt, F. ve Mervielde, I. (1997), “The Five-Factor Model Of Personality And Holland’s RIASEC Interest Types”, *Person. İndivid. Diff.* 23(1), pp.87-103.

Demirez, M. (2005), KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi Müdürlüğü Yayınları, ANKARA, www.kosgeb.gov.tr. Yayıma Ulaşma Tarihi (03, 12, 2011).

Deng, P. C., Armstrong, P. ve Rounds, J. (2007), “The Fit Of Holland’s RIASEC Model And Psychological Contract İn Employment A Comparative Study”, *Management Research News*, 31(4), pp.289-304.

Di Zhang, D. ve Bruning, E. (2011), “Personal Characteristics and Strategic Orientation: Entrepreneurs İn Canadian Manufacturing Companies”, *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(19), pp.82-103.

Doğramacı, B. (2006), “Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler ve Giresun Örneği”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Döm, S. (2008), “*Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*”, (2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

Durna, U. (2002), “*Yenilik Yönetimi*”, (1. Baskı), Ankara: Nobel Yayınları.

Durukan, T. (2006), “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2) ss.25-37.

Entrialgo, M. Fernaández, E. ve Vaâzquez, J. C. (2000), “Psychological Characteristics Process: The Role Of Entrepreneurship İn Spanish Smes”, *European Journal Of Innovation Management*, 3(3), pp.137-149.

Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009), “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, *Edebiyat Dergisi*, 1(2), ss.59-82.

Erdoğan, İ. (1991), *İşletmelerde Davranış*, İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, No: 242

Erdoğmuş, N. (2007), “*Aile İşletmeleri: Yönetim Devri ve İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi*”, (2. Basım), İstanbul, İgiad Yayınları.

Eren, E. (2008), “*Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi*”, (11. Baskı), İstanbul: Beta Basım A.Ş..

Ersoy, H. (2010), “Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), ss.71-77.

Fay, B. (1996), “*Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi Çok Kültürlü Bir Yaklaşım*”, (Çeviren: İsmail Türkmen), (2. Basım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ferrante, F. (2005), “Revealing Entrepreneurial Talent”, *Small Business Economics*, 25, pp.159-174.

Freeman, C. ve Soete, L. (1997). “*Yenilik İktisadi*”, (Çeviren: E. Türkcan), Ankara: Semih Ofset.

Gegez, E. (2010), “*Pazarlama Araştırmaları*”, (3. Baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş..

Gerber, E.M. (2009), “*Girişimcilik Tutkusu*”, (çev. Tayfur Keskin), İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Girginer, N. ve Uçkun, N. (2004). İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıkları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama, 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım*, Eskişehir.

Gupta, S. Tracey, J.G. T. ve Gore Jr., A. P. (2008), “Structural Examination Of RIASEC Scales İn High School Students: Variation Across Ethnicity And Method”, *Journal Of Vocational Behavior*, 72(1), pp.1–13.

Güney, S. Yalçın, Ö. ve Çetin, A. (2006), “Girişimcilik ve Kültür”, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), ss.53-77.

Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006), “Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students Some Insights For Entrepreneurship Education And Training İn Turkey”, *Education + Training*, 48(1), pp.25-38.

Halikias, J. ve Panayotopoulou, L. (2003), “Chief Executive Personality And Export İnvolvement”, *Management Decision*, 41(4), pp.340-349.

Hallak, R. Brown, G. ve Lindsay, J.N. (2011), “The Place Identity E Performance Relationship Among Tourism Entrepreneurs: A Structural Equation Modelling Analysis”, *Tourism Management*, 33(1), pp.143-154.

Hansemark, C. O. (1998), “The Effects Of An Entrepreneurship Programme On Need For Achievement And Locus Of Control Of Reinforcement” *Inte Jnl Of Entrepreneurial Cinius, Behaviour & Research*, 4(1), pp.28-50.

Hemingway, A.C. (2005), “Personal Values as A Catalyst for Corporate Social Entrepreneurship”, *Journal of Business Ethics*, 60(1), pp.233–249.

Hisrich, D. R. ve Antoncic, B. (2004), “Corporate Entrepreneurship Contingencies and Organizational Wealth Creation”, *Journal of Management Development*, 23(6), pp.518-550.

Hofstede, G. ve Minkov, M. (2011), “The Evolution Of Hofstede’s Doctrine”, *Cross Cultural Management: An International Journal*, 18(1), pp.10-20.

Hofstede, G., (1983), “National Cultures İn Four Dimensions: A Research-Based Theory Of Cultural Differences Among Nations”, *International Studies Of Management And Organization*, 13(1), pp.46-74.

Hogan, R., Hogan, J., ve Roberts, B. W. (1996). Personality Measurement and Employment Decisions: Questions and Answers, *American Psychological Association*, 51(5), pp.469-477.

Holland, J. L., Whitney, D. R., Cole, N. S. ve Richards, J. M. (1969). “An empirical occupational classification derived from a theory of personality and intended for practice and Research”. Iowa City, IA: American College Testing Program.

Ibrahim, G. ve Galt, V. (2011), “Explaining Ethnic Entrepreneurship: An Evolutionary Economics Approach”, *International Business Review*, 20(1), pp.607-613.

Isır, T. (2006), “Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Adana.

İrez, R. (2005), “*Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler*”, (2. Baskı), Konya: Çizgi Kitabevi.

İrmiş, A. (2003). “Kırgızistan Bişkek’teki Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Yapılan Bir Çalışma”, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, ss.136–52.

Jaafar, M. Abdul-Aziz, R. A. Maideen, A. S. ve Mohd, Z. S. (2011), “Entrepreneurship İn The Tourism İndustry: Issues İn Developing Countries”, *International Journal Of Hospitality Management*, 30(1), pp.827– 835.

Jiménez, D. ve Sanz-Valle, R. (2011), “Innovation, Organizational Learning, and Performance”, *Journal Of Business Research*, 64, pp.408–417.

Jucksch, V. Salbach-Andrae, H. ve Lehmkuhl, U. (2009), “Persönlichkeitsentwicklung Im Kindes-Und Jugendalter”, *Nervenarzt*, 80, pp.1322–1326.

Kamaşak, R. ve Bulutlar, F. (2010), “Kişilik, Mesleki Tercih ve Performans İlişkisi: Akademik Personel Üzerine Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), ss.119-126.

Kaplan, M. D. (2008), “Political Choices: The Role Of Political Skill İn Occupational Choice”, *Career Development International*, 13(1), pp.46-55.

Karasar, N. (2005), “*Bilimsel Araştırma Yöntemi*”, (15. Baskı), Ankara: Nobel Yayın.

Karimi, A. Malekmohamadi, I. Daryani, A. M ve Rezvanfar, A. (2011), “A Conceptual Model Of İntrapreneurship İn The Iranian Agricultural Extension Organization Implications For HRD”, *Journal of European Industrial Training*, 35(7), pp.632-657.

Kaşlı, M. (2009), “Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Kişilik Özellikleri, Lider-Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisinin İncelenmesi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Kaushik, U. ve Bahatnagar, S. (2009), “*Entrepreneurship*”, (1.Edition), Jaipur, IND: Global Media.

Koe Hwee Nga, J. ve Shamuganathan, G. (2010), “The Influence Of Personality Traits And Demographic Factors On Social Entrepreneurship Start Up Intentions”, *Journal Of Business Ethics*, 95, pp.259–282.

Koh, C. H. (1996), “Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA students”, *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), pp. 12-25.

Kumar, S. ve Ali, J. (2010), "Indian agri-seed industry: understanding the entrepreneurial process", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(3), pp. 455-474.

Kutanis, Ö. R. (2003), "Örgütlerde Davranış Bilimleri (Ders Notları)", (1. Basım), İstanbul: Avcı Ofset.

Kutanis, Ö. R. ve Tunç, T. (2010), "Kişilik ve Örgütsel Yaşam: Tükenmişlik Sendromu Yönünden Bir Değerlendirme", "İş, Güç" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 12(2), ss.59-74.

Kutanis, Ö.R. (2006), "Girişimci Kadınlar", (1. Basım), İstanbul: Değişim Aktüel Kitabevi.

Küçük, O. (2005), "Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi", (2. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Lamping, P. ve Kuehl, C. (1997), "Entrepreneurship", (2.Edition), Trowbridge: Printice Hall International.

Lamping, P. ve Kuehl, R. C. (2003), "Entrepreneurship", (3.Edition), Londra: Printice Hall International.

Lau, P. V. ve Shaffer, A. M. (1999), "Career Success: The Effects Of Personality", *Career Development International*, 4(4), pp.225-230.

Loon, M. ve Casimir, G. (2008), "Job-Demand For Learning And Job-Related Learning The Moderating Effect Of Need For Achievement", *Journal Of Managerial Psychology*, 23(1), pp.89-102.

Maitland, C. (1999), "Global Diffusion Of Interactive Networks: The Impact Of Culture", *Proceedings Cultural Attitudes Towards Communication and Technology*, University of Sydney, Australia, pp.268-286.

Marcus, A. ve Gould, E. W. (2001), “Cultural dimensions and global web design: What? So what? Now what?”, *International Conference*, Emeryville, California.

Maurer, J.T. ve Tarulli, A. B.(1997), “Managerial Work, Job Analysis, And Holland’s RIASEC Vocational Environment Dimensions”, *Journal Of Vocational Behavior*, 50(3), pp.365–381.

Monsen, E. Mahagaonkar, P. ve Dienes, C. (2011), “Entrepreneurship İn India: The Question Of Occupational Transition”, *Small Business Economy*, 44(2), pp.(..).

Morrison, A. Rimmington, M. ve Williams, C. (1999), “*Entrepreneurship İn The Hospitality, Tourism and Leisure Industries*”, (3.Edition), İngiltere, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Müftüoğlu, T. M ve Durukan, T.(2004), “*Girişimcilik ve KOBİ’ler*”, (1. Basım), Ankara: Gazi Kitabevi.

Nair, S. R. (2010), “*Organisational Behavior*”, (7. Edition), Mumbia, IND: Global Media,.

Nath, R. ve Murthy, N.R.V. (2004), “A Study of the Relationship Between Internet Diffusion and Culture”, *International Technology and Information Management*, 13(2), pp. 123-132.

Norton Jr., I. W. ve Moore, T. W. (2006), “The Influence of Entrepreneurial Risk Assessment on Venture Launch or Growth Decisions”, *Small Business Economics*, 26, pp.215–226.

Öğüt, A. ve Kocabacak, A. (2007), “Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları”, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, ss.145-170.

Öktem, K. M., Aydın, D. M. ve Ekinçi, S. (2007), Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma *Sosyoekonomi*, 1, ss.47-75.

Özden, K., Temurlenk, S. M. ve Başar, S. (2008), “Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, 2. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Bişkek.

Özkul, G. (2007), “Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler,” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), ss.343-366.

Papamarcos, D. S. ve Watson W.G., (2006) “Culture’s Consequences For Economic Development: An Empirical Examination Of Culture, Freedom, And National Market Performance”, *Journal of Global Business and Technology*, 2(1), pp.48-57.

Patır, S. ve Karahan, M. (2010), “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), ss.27-44.

Perreault, Jr. D. W. ve Leigh, E. L. (1989), “Reliability of Nominal Data Based on Qualitative Judgements”, *Journal of Marketing Research*, 25(1), pp. 135-148.

Peter, P.J. (1979), “Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices”, *Journal of Marketing Research*, 16(1), pp. 6-17.

Pillis, E. ve Reardon, K. K. (2007), “The Influence Of Personality Traits And Persuasive Messages On Entrepreneurial İntention A Cross-Cultural Comparison”, *Career Development International*, Vol. 12 No. 4, pp(382-396).

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F. ve Fox, J. (2009), “Explaining Entrepreneurial İntentions Of University Students: A Cross-Cultural Study”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), pp. 571-594.

Rahman, M. ve Lian, F. K. (2011), "The Development Of Migrant Entrepreneurship In Japan: Case Of Bangladeshis", *Int. Migration & Integration*, 12, pp.253–274.

Reuber, R. A. ve Fischer, E. (2011), International Entrepreneurship In Internet-Enabled Markets, *Journal Of Business Venturing*, 26(1), pp.660-679.

Rodrigues, A. C. (1997), "Developing Expatriates' Cross-Cultural Sensitivity: Cultures Where "Your Culture's OK" Is Really Not OK", *Journal of Management Development*, 16(9), pp.690-702.

Rodrígueza, R.R.A., Garridoa, M.A.J. ve Navarro, R. J. (2011), "Determinants Of Hotels and Restaurant Entrepreneurship: A Study Using GEM Data", *International Journal Of Hospitality Management*.

Rogers, M. T. (2011), "Bank Market Structure And Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 21, pp.1-12.

Rotter, B. J. (1990), "Internal Versus External Control Of Reinforcement A Case History Of A Variable", *American Psychologist*, 45(4), pp.489-493.

Ryan, C. J. Tipu, A. S. ve Zeffane, M. R. (2011), "Need For Achievement And Entrepreneurial Potential: A Study Of Young Adults In The UAE", *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(3), pp.153-166.

Ryman, J. A. ve Turner, C. A. (2007), "The modern Weberian thesis: a short review of the literature", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(2), pp.175-187.

Sandhu, S. M. Sidique, F. S. ve Riaz, S. (2011), "Entrepreneurship Barriers and Entrepreneurial Inclination Among Malaysian Postgraduate Students", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(4), pp.428-449.

Saruhan, C.Ş. ve Özdemirci, A. (2005), “*Bilim, Felsefe ve Metodoloji Araştırmada Yöntem Problemi (Spss Uygulamalı)*”, (1. Baskı), İstanbul: Alkım Yayınevi.

Saymer, B., Savaşan, E., Sözen, D. ve Köknel, Ö. (2007), “Yükseköğretim Gençliğinin Benlik Algısının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: İstanbul Ticaret Üniversitesi Örneği”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(11), ss.253-265.

Schumpeter, J. (1934), “*The Theory of Economic Development*”, (3. Edition) Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Schwarz, J. E. Wdowiak, A.M. Almer-Jarz, A. D. ve Breiteneker, J.R. (2009), “The Effects Of Attitudes and Perceived Environment Conditions On Students’ Entrepreneurial İntent An Austrian Perspective”, *Education + Training*, 51(4), pp.272-291.

Sekeran, U. (1999). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, New York: John Wiley ve Sons Inc..

Shaw, E. O’Loughlin, A. ve McFadzean, E. (2005), “Corporate entrepreneurship and innovation part 2: a role- and process-based approach”, *European Journal of Innovation Management*, 8(4), pp. 393-408.

Sığırı, Ü. ve Tıǧlı, M. (2006), “Hofstede’nin Belirsizlikten Kaçınma Kültürel Boyutunun Yönetmel-Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi”, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 21(1), ss.327-342.

Smith, E. (2007), “Gender İnfluence On Firm-Level Entrepreneurship Through The Power Structure Of Boards”, *Women İn Management Review*, 22(3), pp.168-186.

Soysal, A. (2008), “Çalışma Yaşamında Kişilik Tipleri: Bir Literatür Taraması” “*İş, Güç*” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6(2), ss.5-19.

Stumpf A.S. ve Tymon Jr G. W. (2001), Consultant or entrepreneur? Demystifying the ``war for talent", *Career Development International*, 6(1), pp.48-55.

Suzuki, İ. K. Kim, H. S. ve Bae, T. Z. (2002), "Entrepreneurship İn Japan and Silicon Valley: A Comparative Study", *Technovation*, 22, pp.595-606.

Swanson, B. P. (2008), "The RIASEC Profile Of Foreign Language Teachers", *Journal Of Vocational Behavior*, 72(1), pp.25-30.

Şimşek, Ş. M. (2005), *İşletme Bilimlerine Giriş*, (12. Baskı), Konya: Adım Matbaacılık ve Ofset.

Taggar, S. ve Parkinson, J. (2007), "Personality Tests İn Accounting Research", *Journal Of Human Resource Costing & Accounting*, 11(2), pp.122-151.

Tek, T. (2008), "Kadınlarda Girişimcilik Eğilimleri ve Dumlupınar Üniversitesi Bayan Lisansüstü Öğrencilerinde Bir Uygulama", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.

Teoh, Y. H. ve Foo, L. S. (1997), "Moderating Effects Of Tolerance For Ambiguity And Risktaking Propensity On The Role Conflictperceived Performance Relationship: Evidence From Singaporean Entrepreneurs", *Journal Of Business Venturing*, 12(1), pp.67-81.

Thalbourne, A. M. ve Houran, J. (2000), "Transliminality, The Mental Experience Inventory and Tolerance Of Ambiguity", *Personality and Individual Differences*, 28(5), pp.853-863.

Thornberry, N. (2001), "Corporate Entrepreneurship: Antidote Or Oxymoron?" *European Management Journal*, 19(5), pp.526-533.

Tikici, M. ve Demirel, T. E. (2010), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin Baskınlık Analizi İle Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi

İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Örneği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), ss.221-253.

Tokar, M. D. ve Fischer, R. A. (1998), “More On RIASEC And The Five-Factor Model Of Personality: Direct Assessment Of Prediger’s (1982) And Hogan’s (1983) Dimensions”, *Journal Of Vocational Behavior* , 52(2), pp.246–259.

Top, S. (2006), *Girişimcilik Keşif Süreci*, , (1. Baskı), İstanbul: Beta Yayıncılık.

Torun, İ. (2002), “Kapitalizmin Zorunlu Şartı “Protestan Ahlâk””, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), ss.89-98.

TTGV, (2012), “<http://www.hacettepeteknokent.com.tr/ttgv.asp>”, Yayına Ulaşma Tarihi (15, 05, 2012).

Türk, M. ve Helvacı, B. (2005), “Kişiliğin İşletmelerde İçsel ve Dışsal Müşteri İlişkileri Açısından Önemi” İçinde M. Tikici (Editör), *Örgütsel Davranış Boyutlarından Seçmeler*, ss. 85–126, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Uçkun, C.G. Latif, H. Uçkun, S. ve Pelit, E. (2001), “Otel Organizasyonundaki İşlerin Yaratıcı ve Tutucu Kişilik Boyutunda Değerlendirilmesine İlişkin Bir Uygulama”, *İnsan Kaynakları Dergisi*, 3(1), ss.55-78.

Wakkee, I. Elfring, T. ve Monaghan, S. (2010), “ Creating Entrepreneurial Employees İn Traditional Service Sectors The Role Of Coaching And Self-Efficacy”, *Int Entrep Manag*, 6, pp.1–21.

Wang, C. K., ve Wong, P. (2004). “Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore, *Technovation*, 24(2), pp.163–72.

Wang, Y. ve Poutziouris, P. (2010). “Entrepreneurial Risk Taking: Empirical Evidence From UK Family Firms”, *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(5), pp.370-388.

Williams, E. C. ve Tse, C.Y.E. (1995), “The Relationship Between Strategy And Entrepreneurship: The US Restaurant Sector”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(1), pp.22-26.

Wonglimpiyarat, J. (2005), “Does Complexity Affect The Speed Of Innovation?”, *Technovation*, 25, pp.865–882.

Wu, S. Matthews, L. ve Dagher, K. D. (2007), “Need For Achievement, Business Goals, And Entrepreneurial Persistence”, *Management Research News*, 30(12), pp.928-941.

Yang, X. Cheng, Y. ve Gao, J. (2008), “The Changing Motives For Nascent Entrepreneurship In China: Using Global Entrepreneurship Monitor Data”, *Automation Science and Engineering*, 5(1), pp.140 – 153.

Yardımcıoğlu, M. ve Ay, M. H. (2008), “Türkiye’de Girişimcilik Üzerindeki Vergi Kolaylıkları”, 2. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Bışkek.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004), “*SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*”, (1. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

Yelboğa, A. (2006), “Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, “*İş, Güç*” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), ss.197-211.

Yüzer, F. A. (2006), “*İstatistik*”, (3. Baskı), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web Ofset.

Zel, U. (2001), “*Kişilik ve Liderlik*”, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zhang, G. Peng, X. China, H. ve Li, J. (2008)“Technological Entrepreneurship and Policy Environment: A Case Of China”, *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 15(4), pp.733-751.

Zhao, J. ve Chen, L. (2008), "Individualism, Collectivism, Selected Personality Traits, And To Us Occupations", *Journal Of Vocational Behavior*, 71(1), pp.1–22.

Zimmerer, W.T. ve Scarborough, M.N. (1996), "*Entrepreneurship and The New Venture Formation*", (1. Edition), New Jersey: Printice Hall International.

EKLER

Ek1:

GİRİŞİMCİLİK ANKETİ

Değerli katılımcı bu anket girişimcilerin karakteristik özelliklerini belirlemek amacıyla yürütülmektedir. Sonuçları bilimsel bir çalışma için kullanılacaktır. Lütfen kutuların içine x işareti koyarak fikrinizi belirtiniz.

1. Kesinlikle katılmıyorum	2. Kısmen katılmıyorum	3. Kararsız	4. Kısmen katılıyor	5. Kesinlikle katılıyor	Kesinlikle katılmıyor	Kısmen Katılmıyor	Kararsız	Kısmen Katılıyor	Kesinlikle katılıyor
A –									
1. İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır	1	2	3	4	5				
2. İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınıyorum	1	2	3	4	5				
3. Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm	1	2	3	4	5				
4. Diğer insanlar çevrede olağan dışı bir şeyler görmediği halde ben işle ilgili fırsatları algılayabilirim	1	2	3	4	5				
5. Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım var	1	2	3	4	5				
6. Hisselerinin kar getirebileceğini hesaplayabildiğim bir ortaklığa paramı yatırmaktan çekinmem	1	2	3	4	5				
7. Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim	1	2	3	4	5				
B –									
8. Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar	1	2	3	4	5				
9. Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez	1	2	3	4	5				
10. İnsanların mutsuz durumları kötü şanslarından kaynaklanır	1	2	3	4	5				
C-									
11. İşin sürekli ve güvenli olması benim için kardan daha önemlidir	1	2	3	4	5				
12. Benim için iş güvenliği önemlidir	1	2	3	4	5				
13. Başkasını gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum	1	2	3	4	5				
14. Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim	1	2	3	4	5				
15. Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım	1	2	3	4	5				
16. Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum	1	2	3	4	5				
17. Amirlerimin birbiri ile çakışan iş talimatları vermesi beni rahatsız eder	1	2	3	4	5				
18. İnsanları işe alırken beceri esasına göre değil bağlılıklarına göre alırım	1	2	3	4	5				
19. Hakkında bir şey bilmediğim görevi üzerime almaktan çekinirim	1	2	3	4	5				
D –									
20. Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretlide olsa o işi yapmaktan hoşlanmam	1	2	3	4	5				
21. Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum	1	2	3	4	5				
22. Yeterince kar elde ediyorsam işle ilgili belirsiz koşullarda çalışmaktan rahatsız olmam	1	2	3	4	5				
23. Ücreti iyi olduğu sürece rutin ve sıkıcı işlerde çalışmaktan kaçınmam	1	2	3	4	5				
E –									
24. Bana göre iyi iş neyin nasıl yapılacağına açık talimatlarla ifade edildiği iş demektir	1	2	3	4	5				
25. Hassasiyetle takip etmeye çalıştığım bir iş programım var	1	2	3	4	5				
26. Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim	1	2	3	4	5				
27. Başarımla kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğuna inanırım	1	2	3	4	5				
F-									
28. Zekam ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim	1	2	3	4	5				
29. Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebileceğimden şüpheliyim	1	2	3	4	5				
30. Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım	1	2	3	4	5				
31. Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım	1	2	3	4	5				
32. Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirleri üretmekte zorlanırım	1	2	3	4	5				

1. Kesinlikle katılmıyorum	2. Kısmen katılmıyorum	3. Kararsız	4. Kısmen katılıyorum	5. Kesinlikle katılıyorum	Kesinlikle katılmıyor	Kısmen Katılmıyor	Kararsız	Kısmen Katılıyor	Kesinlikle katılıyor
33. Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim	1	2	3	4	5				
34. Yetenekli, hırslı ve çalışkan olsam da param olmadığı sürece bir iş kuramam	1	2	3	4	5				
35. Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim	1	2	3	4	5				
36. Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanırım	1	2	3	4	5				
G-									
37. Bölümümüz mezunları kendi işlerini kurmak için fırsat yaratma yeteneğine sahiptirler	1	2	3	4	5				
38. Bölümümüz mezunları mutlaka kendi işlerini kurmayı hedeflemelidir	1	2	3	4	5				
39. Bölümümüz mezunları asla kamu sektöründe çalışmayı planlamamalıdır	1	2	3	4	5				
40. Bölümümüz mezunları mutlaka girişimci olmaya odaklanmalıdır.	1	2	3	4	5				
41. Bölümümüz mezunları özel sektörde çalışmayı planlamalıdır	1	2	3	4	5				
42. Bir işin fırsatlar sunması emniyetli ve garantili olmasından daha önemlidir.	1	2	3	4	5				
43. Çok çalışan sürekli hedef büyüten bir kişiliğe sahip olmak istemem	1	2	3	4	5				
44. Sosyal yaşamı iş yaşamını eğlenceyi dengeli bir şekilde yasayan bir kişiliğe sahip olmak isterim	1	2	3	4	5				
45. Mevcut gerçeklere birebir bağlı kalarak hareket etmeyi tercih ederim	1	2	3	4	5				
46. Gerçekleri zorlayarak sezgiye ve hayallere dayalı hareket etmeyi tercih ederim	1	2	3	4	5				
47. İnandığım bir konuda negatif bir değerlendirmeye maruz kalma pahasına karar veririm	1	2	3	4	5				
48. İnandığım bir konu dahi olsa kural dışı davranmayı göze alamam	1	2	3	4	5				
49. Kariyerimin gelecek 5 yılında yüksek maaşlı bir iş fırsatı karşına çıksa kabul ederim	1	2	3	4	5				
50. Kariyerim için gerekli olsa dahi önceliklerimden vazgeçmem	1	2	3	4	5				

51. Cinsiyetiniz ■ Bayan ■ Erkek
52. Yaşınız ■21 den küçük ■21- 25 arası ■26-30 arası ■31-40 arası ■41 ve yukarısı
53. Kardeş sayınız (kendiniz hariç) ■1 ■2 ■3 ■4ve yukarısı
54. Sizin yaş sıranız ■Yaşça en küçük ■Orta ■Yaşça en büyük
55. Ailenizle birlikte yaşadığınız yer ■ Köy ■ Kasaba ■ İlçe ■ İl
56. İş durumunuz ■Tam gün çalışıyor ■Yarım gün çalışıyor ■Çalışmıyor ■ Diğer
57. Daha önce bir işte çalışmış iseniz bu işte çalışma süreniz
 ■Çalışmadım ■1 yıldan az ■1-3 yıl ■4-6 yıl ■7 yıl ve daha fazla
58. Hayatınızda küçüğe olsa bir girişimci faaliyette bulundunuz mu?
 ■Hayır ■Evet (lütfen belirtiniz).....
59. Babanızın çalışıyorsa aşağıdaki hangi sektörlerde çalışıyor
 ■Çalışmıyor ■Kendine ait işyerinde çalışıyor
 ■Kamu sektöründe çalışıyor ■Özel sektörde çalışıyor
60. Anneniz çalışıyorsa aşağıdaki hangi sektörlerde çalışıyor
 ■Çalışmıyor ■Kendine ait işyerinde çalışıyor
 ■Kamu sektöründe çalışıyor ■özel sektörde çalışıyor
61. İleride kendi işinizi kurmayı istiyor musunuz?
 ■İstemiyorum ■Az istiyorum ■Kararsızım ■İstiyorum ■Çok istiyorum
62. İleride kendi işinizi kurmaya karar verirseniz öncelikle hangi fon kaynağından yararlanmayı düşünürsünüz.
 ■Kişisel birikimlerimi kullanırım ■Aile ve akrabalarım başvururum
 ■Ticari kredilerden yararlanırım ■ Bir veya birkaç ortakla çalışırım
63. İleride kendi işinizi kurmak istemiyorsanız aşağıdaki sektörlerden hangisinde çalışmayı tercih edersiniz
 ■Özel sektörde herhangi bir işte ■Kamu sektöründe herhangi bir işte ■Özel sektörde prestijli bir işte ■Kamu sektöründe prestijli bir işte

Katılımanız için teşekkürler

Ek2:

ÖZGEÇMİŞ

1985 yılında Van'da doğdu. İlk ve orta öğrenimini Van'da tamamladı. Lisans eğitimini 2006-2010 yılları arasında Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm işletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokul'unda tamamladı. 2010 yılında Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne bağlı Turizm ve Otel işletmeciliği Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başladı. akademik ilgi alanları; yönetim ve organizasyon ile girişimciliktir.