

**T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE
ETKİSİ VE DEVLET ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ
ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem GIDIK

**İşletme Anabilim Dalı
İşletme Yönetimi Bilim Dalı**

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Salih GÜNEY

Temmuz, 2019

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE
ETKİSİ VE DEVLET ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ
ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem GIDIK
(Y1612.040036)

İşletme Anabilim Dalı
İşletme Yönetimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Salih GÜNEY

Temmuz, 2019

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı Y1612.040036 numaralı öğrencisi Meltem GİDİK'in "Girişimci Kişilik Özelliklerinin, Girişimcilik Niyetine Etkisi ve Devlet Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 19.06.2019 tarih ve 2019/14 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Tezli Yüksek Lisans tezi 17.07.2019 tarihinde kabul edilmiştir.

<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER			
Danışman	Prof. Dr.	Salih GÜNEY	İstanbul Aydın Üniversitesi
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Beyhan Hilal YASLIDAĞ	İstanbul Aydın Üniversitesi
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Fethi GÜRÜN	Üsküdar Üniversitesi
YEDEK ÜYELER			
1. Üye	Doç. Dr.	İlkay KARADUMAN	İstanbul Aydın Üniversitesi
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	İlge KURT	Nişantaşı Üniversitesi

ONAY

Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi Ve Devlet Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’ da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (...../...../20....)

Meltem GIDİK

ÖNSÖZ

Öncelikle tez çalışmamın tüm safhalarında beraber çalıştığım değerli hocam Sayın Prof. Dr. Salih GÜNEY'e benimle paylaştığı deneyimleri ve her konudaki yol göstericiliği için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bana her zaman her konuda destek olan, her daim enerjimi yüksek tutmamı sağlayan, gecelerce tez okurken ve tezimi yazarken yaşadığım karamsarlıklardan beni çıkaran hayat arkadaşım Hasan Fehmi GÜNEY'e tüm desteği için çok teşekkür ederim.

Yüksek Lisans eğitimim süresince derslere ve sınavlara hazırlık aşamasında her zaman yanımda olan, tez yazım aşamasında tüm tecrübelerini benimle paylaşan canım arkadaşım Vildan ÇEÇEN GENÇOĞLU'na ve tüm sorularımı yanıtlayarak bana mütemadiyen destek olan Ayşegül ÖZKAN'a çok teşekkür ederim.

Son olarak, yüksek lisansa başlama düşüncemi ilk andan itibaren destekleyen, manevi desteğini hiçbir şekilde esirgemeyen, her zaman başarılı olacağıma inanan değerli annem Güner SABANCILAR ve sevgili ağabeyim Erdem GIDIK'a sonsuz teşekkür ederim.

Temmuz, 2019

Meltem GIDIK

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xiii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xv
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xvii
ÖZET.....	xix
ABSTRACT	xxi
1. GİRİŞ	1
2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, TANIMI, ÖNEMİ, TÜRKİYE’DE TARİHSEL GELİŞİMİ, BENZER KAVRAMLARLA OLAN İLİŞKİSİ, TÜRLERİ, İŞLEVLERİ VE GİRİŞİMCİLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLER, GİRİŞİMCİLİKTE ENGELLER, GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....	3
2.1 Girişimcilik Kavramı ve Tanımı	3
2.2 Girişimciliğin Önemi.....	5
2.2.1 Girişimciliğin işletmelerin kurulması açısından önemi	7
2.2.2 Girişimciliğin ülke ekonomisine katkısı açısından önemi	8
2.2.3 Girişimciliğin ülkenin gelişmesine katkısı açısından önemi.....	9
2.2.4 Girişimciliğin ülkenin yeni nesillere ilham kaynağı olması açısından önemi.....	10
2.3 Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	10
2.3.1 Türkiye’de Cumhuriyet dönemi öncesi girişimcilik	11
2.3.2 Türkiye’de Cumhuriyet dönemi sonrası girişimcilik	15
2.3.2.1 1923 – 1930 arası gelişmeler	16
2.3.2.2 . 1930 – 1950 arası gelişmeler.....	21
2.3.2.3 1950 – 1980 arası gelişmeler	24
2.3.2.4 1980’lerden günümüze (bilgi çağı).....	26
2.4 Girişimciliğin Benzer Kavramlarla Olan İlişkisi	28
2.4.1 Girişimcilik ve işveren	29
2.4.2 Girişimcilik ve yönetici.....	29
2.4.3 Girişimcilik ve sermaye sahibi.....	31
2.4.4 Girişimcilik ve esnaf	31
2.4.5 Girişimcilik ve tüccarlık.....	32
2.4.6 Girişimcilik ve lider	32
2.4.7 Girişimcilik ve teknisyen/teknokrat	34
2.5 Girişimcilik Türleri	35
2.5.1 Orijinal girişimcilik.....	35
2.5.2 Kurumsal girişimcilik	36
2.5.3 İç girişimcilik	36
2.5.4 Profesyonel girişimcilik	39

2.5.5 Teknik girişimcilik	39
2.5.6 Çevreci girişimcilik	39
2.5.7 Elektronik girişimcilik.....	40
2.5.8 Kamu girişimciliği	40
2.5.9 Fırsat girişimciliği	41
2.5.10 Yaratıcı girişimcilik.....	42
2.5.11 Sosyal girişimcilik.....	42
2.5.12 Stratejik girişimcilik.....	42
2.5.13 Akademik girişimcilik.....	43
2.5.14 Esnaf girişimciliği	43
2.5.15 Girişimci girişimciliği	44
2.6 Girişimciliğin İşlevleri.....	44
2.6.1 Yeni mal ve hizmet üretmek	44
2.6.2 Yeni üretim teknikleri geliştirmek ve uygulamak.....	45
2.6.3 Yeni işletmeler kurmak ve istihdam yaratmak.....	45
2.6.4 Yeni pazarlara ulaşmak	45
2.6.5 Üretim için yeni kaynaklar bulmak	46
2.6.6 Sermaye birikimi yaratmak ve gelir dağılımı dengesini sağlamak	46
2.7 Girişimciliğe Etki Eden Faktörler	47
2.7.1 Girişimciliğe etki eden genel faktörler.....	48
2.7.2 Girişimciliğe etki eden aile faktörü	49
2.7.3 Girişimciliğe etki eden eğitim faktörü	50
2.7.4 Girişimciliğe etki eden çevre faktörü	50
2.7.5 Girişimciliğe etki eden yasal faktörler	51
2.8 Girişimcilikte Engeller	51
2.8.1 Girişimcilikte siyasal engeller.....	51
2.8.2 Girişimcilikte ekonomik engeller.....	52
2.8.3 Girişimcilikte sosyo-kültürel engeller.....	52
2.9 Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları	53
2.9.1 Girişimciliğin avantajları.....	54
2.9.2 Girişimciliğin dezavantajları	55
3. GİRİŞİMCİ KAVRAMI, TANIMI, KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİLERİN	
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE GİRİŞİMCİLİK	
NİYETİ MODELLERİ	59
3.1 Girişimci Kavramı ve Tanımı.....	59
3.2 Kişilik	61
3.3 Girişimcilerin Kişilik Özellikleri.....	63
3.3.1 Kararlılık	64
3.3.2 Azim	65
3.3.3 Hayallerini gerçekleştirme	65
3.3.4 Yenilik.....	66
3.3.5 Yaratıcılık.....	66
3.3.6 Riski üstlenme	67
3.3.7 Belirsizlik toleransı	67
3.3.8 Başarı gereksinimi.....	67
3.3.9 Bağımsızlık arzusu	68
3.3.10 Bireysel özgüven	69
3.3.11 Kontrolü elinde tutma	69
3.3.12 Kendi işinin patronu olma	70
3.3.13 Liderlik ve yönetim becerisi.....	70

3.3.14 Agresif rekabet etme	71
3.3.15 İnsani ilişkiler.....	71
3.3.16 Zamanı iyi kullanmak	72
3.3.17 Proaktiflik.....	73
3.3.18 Fırsatları değerlendirme	73
3.3.19 Planlama.....	74
3.3.20 Hataları kabul etme	74
3.3.21 Duygusal zekâ	75
3.3.22 Esneklik.....	75
3.3.23 İçsel motivasyon sahibi olma	76
3.3.24 Problem çözme becerisi	76
3.3.25 Misyon ve vizyon sahibi olma	77
3.3.26 Sorumluluk alma isteği	78
3.3.27 Yüksek enerji	78
3.3.28 İnisiyatif alma	78
3.3.29 Dürüstlük ve güvenilirlik	79
3.3.30 Merak	79
3.3.31 Çok yönlü olma.....	80
3.3.32 Yaptığı işe odaklanma.....	80
3.4 Girişimcilik Niyeti.....	80
3.4.1 Girişimcilik Niyeti Modelleri.....	81
3.4.1.1 Girişimci olay modeli.....	82
3.4.1.2 Girişimci niyet modeli	83
3.4.1.3 Planlanmış davranış modeli	83
4. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜN OLUŞMASI, GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ ETKİLEYEN KÜLTÜREL FAKTÖRLER.....	87
4.1 Girişimcilik Kültürünün Oluşması	87
4.2 Girişimcilik Kültürünü Etkileyen Faktörler	89
4.2.1 Bireysel yapı	89
4.2.2 Sosyal ve kültürel yapı.....	90
4.2.3 Finansal yapı	92
4.2.4 Hukuksal düzenlemeler.....	92
4.3 Girişimcilik Niyetini Etkileyen Kültürel Faktörler	93
5. GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN, GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE ETKİSİ VE DEVLET ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMASI.....	95
5.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	95
5.2 Araştırmanın Varsayımları	95
5.3 Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem.....	96
5.4 Veri toplama araçları	96
5.5 Araştırmanın Analiz Yöntemi	99
5.6 Güvenilirlik Analizi.....	99
6. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	101
6.1 Araştırmanın Hipotezleri.....	101
6.1.1 Girişimcilik niyeti hipotezleri	101
6.1.2 Girişimci kişilik özellikleri hipotezleri	102
6.1.3 İlişki ve etki hipotezleri.....	103
6.2 Araştırmanın Bulguları.....	105
6.2.1 İstatistiksel analiz.....	105

6.2.2 Frekans analizi.....	106
6.2.3 ‘‘Girişimcilik Niyeti Ölçeği’’ faktör ve güvenilirlik analizi	108
6.2.4 ‘‘Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği’’ faktör ve güvenilirlik analizi	109
6.2.5 Ölçek alt boyutları bağımsız grup T testleri ve Anova analizleri	111
6.2.6 Regresyon analizi	120
6.2.7 Korelasyon analizi.....	124
7. ARAşTIRMA BULGULARININ DEğerLENDİRİLMESİ VE TARTIşMA	129
7.1 Hipotezlerin kabul/red durumları	130
7.2 Fark testleri bulgularının değerlendirilmesi	132
7.3 Korelasyon ve Regresyon analizleri sonuçlarının değerlendirilmesi	134
8. SONUÇ VE ÖNERİLER	137
KAYNAKLAR.....	141
EKLER.....	151
ÖZGEÇMİş.....	159

KISALTMALAR

ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
BBYSP	:Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı
BBYKP	:Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
DBYKP	:Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı
EQ	:Emotional Quotient (Duygusal Zeka)
F	:Varyans Analiz Değeri
GSMH	:Gayri Safi Milli Hasıla
İBYSP	:İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı
İBYKP	:İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
IQ	:Intelligence Quotient (Zeka katsayısı)
KOSKEB	:Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiyi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MÜSİAD	:Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
p	:İstatistik Test Anlamlılık Değeri
SS	:Standart Sapma
TÜGİAD	:Türkiye Genç İş Adamları Derneği
ÜBYKP	:Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1: Girişimciliğin avantaj ve dezavantajları.....	56
Şekil 3.1: Girişimci Olay Modeli	83
Şekil 3.2: Girişimcilik niyeti modeli.....	85
Şekil 4.1: Girişimcilik kültürünü etkileyen unsurlar	93

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 2.1: 1923'ten Günümüze Türkiye'de Ekonomi Yapılanmaları	15
Çizelge 2.2: Girişimci ve Yönetici arasındaki Farklar	30
Çizelge 2.3: Bağımsız Girişimci ve İç Girişimci arasındaki Farklar	38
Çizelge 5.1: Demografik Verileri Ölçmeye Yönelik Olan Sorular	97
Çizelge 5.2: Girişimcilik Niyetini Ölçmeye Yönelik Olan Sorular	97
Çizelge 5.3: Girişimci Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Olan Sorular	98
Çizelge 5.4: Girişimcilik Niyeti Ölçeği Güvenilirlik Analizi	99
Çizelge 5.5: Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği Güvenilirlik Analizi	100
Çizelge 6.1: Verilerin normallik incelemesi	105
Çizelge 6.2: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı	106
Çizelge 6.3: Öğrencilerin Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı	106
Çizelge 6.4: Öğrencilerin doğum yerine göre dağılımı	107
Çizelge 6.5: Öğrencilerin girişimcilik eğitimi alıp aldıklarına göre dağılımı	107
Çizelge 6.6: Öğrencilerin ailesinin girişimcilik durumuna göre dağılımı	107
Çizelge 6.7: Öğrencilerin Girişimci Olma Düşüncelerine göre dağılımları	108
Çizelge 6.8: Öğrencilerin çalışma durumuna göre dağılımı	108
Çizelge 6.9: "Girişimcilik Niyeti Ölçeği" Faktör ve Güvenilirlik Analizi	109
Çizelge 6.10: "Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği" Faktör ve Güvenilirlik Analizi	109
Çizelge 6.11: Genel girişimcilik özelliklerinin cinsiyete göre T testi	112
Çizelge 6.12: Genel girişimcilik özelliklerinin girişimcilik eğitimi alma durumuna göre T testi	112
Çizelge 6.13: Ailede girişimci olma durumuna göre genel girişimcilik özellikleri T testi	113
Çizelge 6.14: Girişimci olma düşüncesine göre genel girişimcilik özellikleri T testi	114
Çizelge 6.15: Çalışma durumuna göre genel girişimci kişilik özellikleri T testi	114
Çizelge 6.16: Genel girişimcilik kişilik özelliklerinin sınıf düzeyine göre Anova Analizi	115
Çizelge 6.17: Genel girişimcilik kişilik özelliklerinin doğum yerine göre Anova Analizi	116
Çizelge 6.18: Girişimcilik niyetinin sınıf düzeyine göre Anova analizi	116
Çizelge 6.19: Girişimcilik niyetinin doğum yerine göre Anova Analizi	117
Çizelge 6.20: Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyeti T testi sonucu	118
Çizelge 6.21: Girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik niyeti T testi sonucu	118
Çizelge 6.22: Ailesinde girişimci olan ve olmayan öğrencilerin girişimcilik niyeti T testi sonucu	119
Çizelge 6.23: Çalışma durumuna göre girişimcilik niyeti T testi	119
Çizelge 6.24: Girişimci düşünce durumuna göre girişimcilik niyeti T testi	120

Çizelge 6.25: Regresyon analizi sonuçları.....	121
Çizelge 6.26: Korelasyon analizi sonuçları	124
Çizelge 7.1 : Araştırma hipotezlerinin kabul/Red durumu	130

GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE ETKİSİ VE DEVLET ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ LİSANS ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Girişimcilik konusu yaratmış olduğu katma değer açısından hem kişiler hem de devletler için önemli bir yere sahiptir. Girişimcilik ülkelerin ekonomik kalkınmalarının temelini oluşturmaktadır. Buna istinaden günden güne gelişen girişimcilik konusu her kesimi etkisi altına almaktadır.

Bireylerin sahip olduğu bir takım kişilik özellikleri onların girişimcilik niyetlerini etkilemektedir. Bu çalışmada, yenilikçilik, başarıya ihtiyacı, risk alma, bağımsızlık arzusu, içsel kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven alt başlıkları altında incelenen kişilik özelliklerine ilaveten, literatürde incelenen tüm girişimci kişilik özellikleri açıklanmıştır.

Araştırma yüz yüze anket şeklinde toplamda 400 kişiye uygulanmıştır. Bunlardan 5 tanesi eksik cevap verdiği için araştırma dışı bırakılmıştır. Analiz sonuçlarına etki eden kişi sayısı toplamda 395'tir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Girişimci, Girişimci Kişilik Özellikleri, Girişimcilik Niyeti.*

**THE EFFECT OF PERSONALITY CHARACTERISTICS ON
ENTREPRENEURSHIP INTENTION AND A RESEARCH FOR
UNDERGRADUATE STUDENTS OF STATE UNIVERSITY BUSINESS
ADMINISTRATION**

ABSTRACT

Entrepreneurship has an important place for both individuals and governments in terms of the added value it creates. Entrepreneurship is the basis of the economic development of countries. Accordingly, the subject of entrepreneurship that develops day by day affects every segment.

Some personality traits of individuals affect their entrepreneurial intentions. In this study, all the entrepreneurial personality traits examined in the literature were explained in addition to personality traits under the headings of innovation, need to succeed, risk taking, desire for independence, internal locus of control, tolerance to uncertainty and self-confidence.

The research was applied to a total of 400 people in the form of a face-to-face survey. 5 of them were excluded from the research due to incomplete answers. The total number of people who influence the analysis results is 395.

Keywords: *Entrepreneurship, Entrepreneur, Entrepreneur Personality Characteristics, Entrepreneurship Intent.*

1. GİRİŞ

Günümüzde literatüre baktığımızda girişimcilik konusuyla ilgili birçok çalışma yapıldığı görülmektedir. Bunlardan bazıları girişimcilik niyetini açıklasa da çok azı girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi üzerinde durmuştur. Mademki girişimcilik ekonomik kalkınmanın temel taşlarından birisi, o zaman girişimciyi girişimcilik yapmaya iten girişimci kişilik özellikleri oldukça büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada literatürdeki girişimci kişilik özellikleri bir araya toplanmış, girişimcilik niyeti taşıyanların farkındalığını arttırmak, sahip oldukları özellikleri geliştirmek ve kendilerinde eksik gördükleri yönleri tamamlamak adına bir yol gösterici olarak hazırlanmıştır.

Çalışmanın ana kütlesini İstanbul Üniversitesi İşletme Bölümü lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Ankete katılan öğrencilere Basit Rassal Örneklem tekniğiyle tasarlanan yaklaşık 400 birimlik bir örneklem uygulanması planlanmıştır. Çalışmanın temel hedeflerinden biri devlet üniversitesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin girişimcilik niyeti ve girişimci kişilik özelliklerini incelemek olduğundan ana kütledeki her birime örneklem seçilme imkânı tanınmış ve anket formu rasgele seçilen öğrenciler tarafından yüz yüze anket uygulaması şeklinde yapılmıştır

Anket sonuçları için SPSS programı kullanılmıştır. Anketin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach's Alpha Güvenilirlik testi uygulanmıştır. Daha sonra sosyo-demografik verilere istinaden frekans tabloları oluşturulmuştur. Ardından değişkenler arasındaki farkların tespiti için bağımsız grup T testive anova analizi yapılmıştır. Anket sonuçlarına faktör analizi yapılarak, ölçeğin alt boyutları belirlenmiş, girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarına öğrencilerin profili ile ilgili değişkenlere göre bağımsız grup t testleri ve anova analizi uygulanmıştır. Son olarak korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır.

2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, TANIMI, ÖNEMİ, TÜRKİYE'DE TARİHSEL GELİŞİMİ, BENZER KAVRAMLARLA OLAN İLİŞKİSİ, TÜRLERİ, İŞLEVLERİ VE GİRİŞİMCİLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLER, GİRİŞİMCİLİKTE ENGELLER, GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

2.1 Girişimcilik Kavramı ve Tanımı

Girişimcilik bireysel anlamda yaşam standartlarını yükselten, toplumsal anlamda refah seviyesini yukarılara çıkartan, içinde yenilikçi ekonomik organizasyonlar bulunduran bir konuma sahiptir. Bu açıdan bakıldığında hem bireylerin yeni iş fırsatları yaratma çabası içerisinde olmasıyla hem de ekonomiye sağladığı katkılar bakımından birçok araştırmacının dikkatini çeken bir konudur.

Farklı bilim dallarında girişimcilik için farklı özelliklerin altının çizilerek tanımlamalar yapılmaya çalışılsa da tüm bu tanımların ortak özelliklerine dikkat çeken Hisrich ve Peters, yenilikçilik, örgütlenme, yaratıcılık, servet sahibi olma ve risk alma kavramlarının tüm bu tanımlamaların içerisinde yer aldığını belirtmektedir (Çelebi, 1997: 17).

Girişimcilik konusunda yapılan tanımlamalardan bazılarını şöyle sıralayabiliriz;

- Girişimcilik, hali hazırda var olan veya yeni kurulan bir organizasyon içinde, şimdiye kadar fark edilmemiş fırsatların yakalanarak yenilik yaratılmasıyla beraber belli bir katma değer yaratma ve girişimcinin sahip olduğu duruma bakılmaksızın bu olanaklardan faydalanmasıdır (Churchill, 1992: 586).
- Girişimcilik aslında, sosyal ve ekonomik alanlardaki iş fırsatlarını herkesten önce sezinleyerek yenilik yapma kabiliyetidir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 59).

- Riskin ve belirsizliğin olduğu ortamda, kazanç elde ederek büyüme sağlayan yenilikçi faaliyetlerin oluşturulmasına girişimcilik denir (Güney, 2015: 63).
- Yaratıcı bir faaliyet süreci olan girişimcilik, ilk başta amaç ve koşulları belli olmayan ama uygulama esnasında bu amaç ve koşulların oluşturulduğu bir organizasyondur (Kaygın vd. 2017: 16- 17).
- Yeni kurulmuş ya da var olan bir işletme içerisinde yaratıcılık ve yenilik faaliyetleriyle beraber katma değer oluşturma çabalarıyla fırsatların yaratıldığı ve bu yaratımdan faydalanma sürecine girişimcilik denmektedir (Akdemir, 2015: 7).
- Girişimcilik hem kurulu bir organizasyonda hem de yeni bir organizasyon kurma da fırsat yaratma, işletme içinde yenilik ve yaratıcılık yapma prosesidir (Onay ve Çavuşoğlu, 2010: 48).
- Girişimcilik, fırsatları değerlendirmek adına kaynakların araştırıldığı, değerlendirildiği ve sonuçlarından faydalandığı bir süreçtir (Shane ve Venkataraman, 2000: 218).
- Girişimcilik, bağımsızlık, kişisel tatmin ve para elde etmek amacıyla, gerekli olan enerji ve zamanın ayrılarak, tüm risklerin göze alındığı bir katma değer yaratma sürecidir (Hisrich ve Peters, 2002: 9).
- Girişimcilik, daha önceleri kâr amacıyla kendi işletmesinin kurmak ve büyütme, son yıllarda daha fazla risk alarak, yenilik yaratarak ve fırsatları değerlendirerek, tüm bunları yaşama uyarlama faaliyetidir (Ataseven, 2016: 8).
- Girişimcilik uygulamada olmayan bir şeyden vizyon üretme yeteneğidir (Yıldız ve Alp: 2012: 33).

Tüm bu tanımlamalar ışığında, girişimcilik kavramı; fırsatların farkında olma ve bunları yenilik yapabilecek şekilde değerlendirme hususu etrafında şekillenen bir yapıya sahiptir. Girişimcilik içinde yenilik ve yaratıcılık bulunduran bir süreçtir. Bu yüzden risk ve belirsizlikler taşır. Bu nedenle faaliyetlerin ilk aşamalarında tüm süreç tamamen bilinmemektedir bu durum değişimin muhtemel olmasından kaynaklanmaktadır. Ancak bu riskleri üstlenmek yüksek kazançlar elde edilmesini sağlar. Girişimciliğin ruhunda yer alan yaratım süreci asıl dikkat çeken konudur. Girişimcilik pratikte var

olmayan bir durumdan geniş bir bakış açısı yaratma kabiliyetidir. Bir girişimden beklenen en önemli özellik, var olmayan bir ürün, hizmet, teknoloji ve ya üretim süreci yaratmasıdır. Aynı zamanda kurulu bir düzen içerisinde olan işletmeyi büyüten yeni mal veya hizmet üretimini tetikleyen bir oluşum olduğu ortaya çıkmaktadır. Tüm bunlar bir araya geldiğinde girişimcilik; kaynakların verimli ve etkin kullanılarak elde edilen katma değerle girişimciye fayda sağlayan bir süreçtir. Bununla beraber girişimcilik organizasyonu ile ilgilenen kişiye, kişisel tatmin, başarı, kar, bağımsızlık sunan bir faaliyetler zinciridir. Girişimcilik emek ve zaman ayrılarak, tüm belirsizliklerin göze alınarak daha çok yeni bir şeyler ortaya koymak ya da yoktan var etme çabalarını içeren bir faaliyettir.

2.2 Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik kişiden başlayıp tüm ülkenin ekonomisine katkı sağlayarak büyüyen bir süreç olduğundan hem kişiler hem de ülkeler için önemlidir. Literatürdeki tanımlara baktığımızda özellikle kar elde edilmesi özelliğinin vurgulanması sebebiyle girişimciliğin en küçük birim olan bireye yaptığı katkıdan başlayarak genele yayılan öneminin üstünün çizilmesi gerekir.

Girişimciliğin öneminin son yıllarda anlaşılmasıyla, sermaye yatırımları girişimler üzerine kaymakta ve bu alanda nicel ve nitel kalite artarak toplumda girişimciliğin daha fazla kabul görmesine, teşvik edilmesine, önündeki engellerin kaldırılmaya çalışılmasına ve özendirilmesine sebep oldu (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 31). Girişimcilik özellikle 20. Yüzyılda ekonomik kalkınma için büyük önem kazandı. Girişimcilik faaliyetleri toplumun tüm kesimlerini içine aldığından önemi giderek artmaktadır (Çetinkaya, 2017: 5).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte girişimciliğin tüm boyutları önem kazanmakta hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ve sanayi devi olan G7 ülkeleri Kanada, ABD, İngiltere, Japonya, Fransa, Almanya, İtalya gibi ülkelerde girişimcilik faktörüyle ekonomik büyüme arasında olumlu bir ilişki olduğu yapılan çalışmalarla ortaya çıkmıştır (Kaygın vd. 2017: 22-23).

Girişimciliğin 3nemi, toplumun ihtiyaçlarını fark ederek, bu ihtiyaçları giderecek faaliyetler s3rd3ren girişimcilerin, 3nce kendi refah seviyelerini ardından toplumun sosyal refah seviyelerini arttırmalarında g3r3lmektedir (G3ney, 2015: 71). Bireyler girişimsel faaliyetlerle 3nce kendilerine, ardından b3lgelerine ve en son olarakta 3lke ekonomisine katkı sağlar.

Girişimcilik faaliyetleri b3lgesel gelişmeye katkı sağlamanın yanında b3lgede yeni işletmelerin doğmasına b3lgenin ekonomik refahının artmasına, işsizliğin azalmasına, b3ylece b3lgesel g33n 3n3ne geçilmesine, vergilerin artmasına ve b3lgenin daha çekici hale gelmesine sebep olur (etinkaya, 2011: 11). B3lgenin çekici hale gelmesi, o b3lgeye yapılacak olan yatırımları arttırır. B3lgeye yapılacak olan yatırımlar sayesinde alt yapı iyileşir, bu durum b3lge insanların motivasyonlarını arttırır (3zkul, 2008: 48).

Girişimcilik, yeni iş fırsatları yaratarak 3lke ekonomisine fayda sağlayan, ekonomiyi g3lendirerek 3lkenin rekabet g3c3n3 arttıran ve geleceği oluşturmak için eldeki kaynakları birleştirerek değer yaratan fikirlerin bir arada olduğu sistemler b3t3n3d3r (3zdevecioğlu ve Karaca, 2015: 31). 3lke ekonomisine ve istihdama sağladığı katkılar g3z ardı edilemeyecek boyutlara ulaşan girişimcilik sadece ekonomik anlamda değil sosyal anlamda da değer işim yaratan bir dinamige sahiptir.

Yeteri kadar kaynak, sermaye ve emeğin bulunması ekonomik refahı arttırmaya yeterli değildir. Bu kaynakları bir araya getirerek riski 3stlenecek ve belirsizlikler arasında bir yol bulacak kişilere ihtiyaç vardır. Eğer bir toplumda bunu sağlayacak cesarete sahip girişimciler yoksa o toplumda ekonomik ve sosyal refah seviyesi d3ř3k, 3retim yetersiz, işsizlik çok ve suç oranları y3ksektir (Sipahi, 1997: 26, Erkan, 2012: 21). Girişimcilik, t3m bu atıl kaynakların bir araya getirilerek toplum içinde yaşanan ekonomik sorunların 3n3ne geçen iktisadi bir olgudur.

Aynı zamanda girişimcilik yeni 3retim ve y3netim faaliyetlerinin ortaya çıkmasını sağlar. Bilgi toplumuna geçişle birlikte, insan emeğinin bilgiye dayalı 3retim 3zerindeki artışı g3zlemlenmektedir (Altınel, 2016: 48). Bilgi ağında geleneksel girişimcilikten bilişimsel girişimciliğe doğru bir evirilme yaşanmaktadır. Bilgi, bilgisayar, iletişim olanakları ve internetin yoğun olarak kullanılması teknolojik anlamda ilerlemelere ve yeni 3retim teknolojilerinin

doğmasına sebep olur. Girişimciler teknolojiyi kullanarak ürettikleri teknolojik ürünlerle tüketiciyi bir araya getirerek bilim ve teknolojinin daha fazla ilerlemesine katkı sağlar (Erkan, 2012: 21).

Yukarıda altı çizilmeye çalışılan girişimciliğin öneminin, işletmeler, ülke ekonomisi, ülkenin gelişmesi ve yeni nesillere ilham kaynağı olması açısından daha derinlemesine incelenmesi aşağıda bölümler halinde verilmiştir.

2.2.1 Girişimciliğin işletmelerin kurulması açısından önemi

Tüm işletmeler kurulmadan önce birer iş fikriydi. Bu fikirler, yeni bir ürün yaratmak olsun, var olan ürünü değiştirmek olsun veya yeni bir üretim teknolojisi geliştirmek olsun, girişimcilerin cesaret ederek kurdukları işletmelere dönüştü.

İşletmeler hiçbir zaman kurdukları gibi kalmazlar. Başarılı girişimcilerin elinde büyüyerek, üreterek ve yayılarak hayatlarına devam eder ya da konjüktörü yakalayamayan veya hatalı analiz yapan kişilerin elinde ölürlür.

Girişimciler yakaladıkları fırsatlarla, kaynak, emek ve sermayeyi bir araya getirerek tüm bunları düşük üretim seviyesinden yüksek üretim seviyesine çıkarırlar (Çetindamar, 2002: 42). Girişimciler atıl kaynakları ekonominin üretim sistemine sokarak daha fazla çıktı alınmasını sağlar. Böylelikle toplumun ihtiyaçlarını giderecek yeni işletmeler kurulur.

Yeni bir işletme kuran girişimci piyasada rekabeti arttırır. Rekabet ortamı da diğer işletmelerin daha kaliteli, uzun ömürlü, daha çevreci, daha fonksiyonel ürünler üretmesi için işletmelere baskı yapar. Böylelikle var olan tüm işletmelerin daha etkin bir şekilde piyasada yer alması sağlanır, yenilik ve iyileştirme yapmaya zorlanan işletmelerin verimlilik düzeyi artarak toplumsal faydaya dönüşür (Özkul, 2008: 46-47).

Yeni işletmelerle artan rekabet sayesinde tüketici istekleri daha ucuza karşılanır, piyasa canlanır, daha dayanıklı ve özellikli ürünler üretilir, yeni iş fikirleriyle birlikte yeni endüstriler kurulur, yeni üretim faktörleri geliştirilir, istihdama katkı sağlanır. Girişimciliğin istihdama katkısı bir çarpan etkisi yaratarak diğer alanlarda da gelirlerin artmasına neden olur. Vergi ödemelerindeki artışlarda

hükümetin gelir kaynaklarını arttırdığı için devletin hizmetleri de artar (Çetinkaya, 2017: 6).

2.2.2 Girişimciliğin ülke ekonomisine katkısı açısından önemi

Girişimcilerin yarattığı yeni organizasyonlar ülke ekonomisinin güçlenmesine katkı sağlar. Güçlü ekonomiye sahip ülkelerin rekabet avantajı daha yüksektir. Rekabet avantajı yüksek olan ülkelerin ithalat ve ihracattan elde ettiği gelirlerle toplumun refah seviyesi artar. Birbirini takip eden bu düzlemin oluşması, ekonomik fırsatları en iyi seviyede yakalayarak yeni organizasyonların kurulmasına katkı sağlayan girişimcilerin varlığıyla mümkündür (Yıldırım, 2008: 43).

Girişimcilik faaliyetiyle sadece girişimciler ekonomik anlamda fayda sağlamaz. Girişimci hem kendi adına bireysel fayda yaratma hem de kurmuş olduğu işletmelerle gayri safi milli hâsılda artış, işsizliğin giderilmesi, gelir dağılımındaki adaletsizliğin önüne geçilmesi, ekonomik yapının hareketlenmesi, yeni iş imkânlarının yaratılması (ev hanımı, öğrenci, emekli, azınlık grupları gibi kişilere iş fırsatı sunarak) anlamında fayda sağlar. Aynı zamanda, yeni ürün ve hizmetler üretmesi, yeni üretim teknolojilerini hayata geçirmesi, rekabet ortamını canlandırarak verimliliği artırması, az gelişmiş bölgelerde yatırımı arttırarak bölgenin gelişmesini sağlaması, tüketici alternatiflerini arttırması, bireysel yaratıcılığı serbest bırakması, yeniliklere açık olması, sosyal dengeyi sağlaması bakımından ekonomiye katkı yapar (Güney, 2015: 71-72, Kaygın vd. 2017: 25, Yıldırım, 2008: 43).

Avrupa'da yapılan çalışmalarda girişimciliğin ekonomiye en çok istihdam yaratma açısından katkı yaptığı ortaya çıkmıştır (Erkan, 2012: 22). Avrupa Birliği ülkelerinde 2005 yılında Eurostat tarafından yapılan bir araştırmaya göre; 19,6 milyon girişimcilik organizasyonunun varlığıyla beraber 85 milyon civarında kişiye iş imkânı sağlandığı ve Avrupa Birliği ülkelerine 2,5 trilyon Euro'nun üzerinde bir katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Başol, 2010: 9).

Yukarıda yazılanlardan da anlaşılacağı üzere girişimciliğin ekonomik kalkınmaya sağladığı katkı oldukça yüksektir. Girişimcilik, GSMH'ya yaptığı katkılar, işsizliğin azalmasına yönelik katkıları, aynı zamanda girişimcinin bireysel anlamda sağladığı katma değer yönünden oldukça önemli bir yere

sahiptir. Ekonomik yapının iyileştirilmesi ve ekonomik büyümenin sağlanması açısından girişimcilik, toplumsal anlamda bir zorunluluktur.

2.2.3 Girişimciliğin ülkenin gelişmesine katkısı açısından önemi

Girişimcilik ülkelerin içinde buldukları duruma göre farklı anlamlar kazanan bir kavramdır. Girişimcilik, geri kalmış ülkelerde yeniden yapılanma ve düzenlemenin, gelişmekte olan ülkelerde ekonomik alt yapının iyileştirilmesinin, gelişmiş ülkelerde ise zenginlik ve refahın artmasının temel kaynağıdır (İlter, 2008: 10). Girişimcilik ülke refahının oluşturulması, etkin ve adaletli bir şekilde tüm topluma yayılması açısından önemli bir lokomotif konumundadır (Baykal, 2014: 27).

Çok boyutlu bir kavram olan girişimcilik ülke kaynaklarının etkili ve verimli kullanılmasına yaptığı katkıyla sosyal hareketliliğe hız kazandırır (Kaygın vd. 2017: 23). Aynı zamanda girişimcilik, teknolojik icatların toplumsal faydaya dayalı yenilikçi bir anlayışla kullanılmasına ve böylece toplum için değer yaratılmasına sebep olur (Çetinkaya Bozkurt vd. 2012: 233-234).

Girişimciliğin piyasada yaratmış olduğu rekabetle beraber diğer tüm işletmeler daha iyi ürün ve hizmet vermenin yollarını arar. Böylece tüketiciler daha kaliteli ürün ve hizmet sahibi olur. Yeni üretim teknolojileriyle beraber üretim masrafları düşer böylece tüketiciler aynı veya daha kaliteli ürüne daha ucuza sahip olur. İşsizlik sayısının azalmasına yaptığı katkıyla beraber kişiler ekonomik hayatta kalarak ya da ekonomik hayata katılarak daha rahat bir yaşam şekli sürebilir.

Tüm bu anlatılanlar ile birlikte incelendiğinde girişimciliğin öncelikle bireyle başlayıp, aşama aşama yol kat ederek ülkenin gelişmesine yapmış olduğu katkı gözler önüne serilmektedir. Ülke ekonomisinin gelişmesi yurt dışındaki yatırımcılar için ülkeleri daha cazip hale getirir. Ekonomik anlamda sarsılmaz bir bütünlüğe sahip olan ülkeler sermaye sahiplerini rahatlıkla ülkelerine çeker. Sermaye sahipleri kendi işletmelerinin devamı niteliğinde çalışmalar sergiler, yatırım yapar, yeni işletmeler kurar, iş fikri olup sermayesi olmayan girişimciler için birer kaynak haline gelir.

2.2.4 Girişimciliğin ülkenin yeni nesillere ilham kaynağı olması açısından nemi

Bir toplumun diğer toplumların öncüsü olması, o toplumun sosyal ve ekonomik açıdan refahı, toplumsal zenginlikleri, ülkenin alt yapısının gelişmişliği, diğer ülkeler için ne kadar çekici olduğu ile alakalıdır. Tüm bunların yaratılmasını sağlayan girişimciler hem toplum hem de ekonomik sistem tarafından desteklenmektedir. Bireysel gayretle veya yardım alarak birçok iş başarıp nc konuma gelen girişimciler yaşadıkları toplum için birer ilham kaynağına dnşrleri.

Girişimciliğin özünde yaratıcılık vardır. Yenilik yapmak yaratıcılığı destekler. Girişimciler yeni tasarladıkları ürün veya hizmetlerle, fikirlerinin yayılmasını ve yaygınlaşmasını sağlarlar. Girişimcilerin elde etmiş oldukları başarılar piyasadaki işletmelerin, yeni iş hayatına atılacak olanların veya bir fikre sahip olup cesaret edemeyenlerin, daha iyi ürün ve hizmet yaratma gayretlerini arttırmaya teşvik eder (zku, 2008: 47). Girişimcilerin öncülüğünde yeni bir fikre sahip olan bireyler bu fikirlerini hayata geçirmekten çekinmezler.

2.3 Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Türkler orta Asya’yı aşıp Anadolu topraklarına yerleştikten sonra göçebe hayattan vazgeçti ve yerleşik düzene geçtikten sonra ticaretle ilgilenmeye başladı (Erdurur, 2012: 7). Anadolu Türkler tarafından ele geçirilince, Akdeniz, Afrika kolonileri Türklerin eline geçmişti ve bu durum Avrupalı tacirleri rahatsız etti. Çünkü Anadolu’ya yerleşen Türkler ticaret yaparak zenginleşirken, Avrupa ticarete gerilemeye başladı (Kurtboğanoğlu, 2013: 16).

Anadolu’da esnaf ve sanatkarlara yol gösteren Ahilik teşkilatları ve loncalar kuruldu. Bizans imparatorluğunun parçalanmasından sonra, şehirlerde Türk ve İslam kültürüne uygun loncalar kuruldu. Lonca dayanışması dürüst olmayan rekabeti ortadan kaldırmaya çalışan, hammaddenin veya kente dışarıdan getirilen kaynakların adil dağılımını sağlayan, hkmetle anlaşma halinde fiyat kontrolüne izin veren, esnafların maddi çıkarlarını korumak için hkmetle görüşen, esnaf mensuplarına hastalık veya maddi sıkıntı durumunda destek sağlamaya yönelik tedbirler alan bir kuruluş olarak görev yapmaktaydı. (Bayram, 2012: 99-100)

Ahi birlikleri özellikle Anadolu'da aktif olarak çalıştı. Birlikte meslek dallarına göre bir örgütlenme söz konusudur. Ahilik teşkilatlarında esnaf ve sanatkarlara meleğin incelikleri öğretilir. Böylece gayrimüslimlerle rekabet edebilecek hale gelmeleri sağlanır. Teşkilat içinde dayanışma ve yardımlaşma vardır. Ahilik teşkilatı içinde esnafa kredi sağlanır, eğitimler verilir, anlaşmazlıklar çözümlenir aynı zamanda denetleme ve ceza verme görevini üstlenir. Ahi birlikleri 18.yy.'a kadar Türklere yol gösterici oldu (Bayram, 2012: 83-86).

Tüm bu teşkilatlanmalar rağmen Sanayi devriminin Anadolu topraklarında gerçekleşmemesi Türklerin ticari faaliyetlerinin gelişmeden yüzlerce yıl aynı şekilde kalmasına sebep oldu. Teknolojinin ülkeye geç gelmesi üretim faktörlerinin gelişmemesine, ürün ve mallarda farklılaşmanın sağlanamamasına sebep oldu.

2.3.1 Türkiye'de Cumhuriyet dönemi öncesi girişimcilik

Osmanlı imparatorluğu döneminde, ekonomik yaşamın yapı taşlarını oluşturan birçok sistem Selçuklulara dayanmaktaydı (Çavdar, 2003: 39). Selçuklu devleti döneminde ekonomi daha çok; ziraat, sanayi ve ticaret biçimindeydi. Selçuklu dönemimde ikta sistemi Anadolu topraklarına hâkim olmuştur. Bu sisteme göre; toprak devletin malıdır ve toprağı işleyen köylüler devletin kiracısı olarak kabul edilir. Ordu mensupları bu topraklardan alınan ikta vergisi ile maaşa bağlanmışlardır. Osmanlıda ki tımar sistemi, Selçuklu devletindeki ikta vergi sisteminin devamı niteliğindedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda iktisadi yaşam tarım merkezli bir yapıya sahiptir ve tımar sistemi de tarım ekonomisinin ve Osmanlı Ekonomisinin temel yapı taşıdır (Uygun, 2006: 96).

Osmanlı İmparatorluğu'nda toplumsal yapı üç ana öğeden oluşmaktadır; askeriler, şehirliler ve köylüler. Askeriler diye anılan grup devlet hizmetlerinde görev alan kişileri tanımlamak için kullanılmıştır. Askerilere yapılan ödemeler ya hazineden karşılanmakta ya da köylülerden toplanan vergiler ile sağlanmaktaydı (Akdağ, 1999: 80- 81).

Osmanlı'da ticaret ve zanaat hayatı esnaf teşkilatları ile sağlanmaktaydı. Usta-çırak ilişkisini yani hoca – talebe grubunun temsil ettiği Osmanlı esnafını, zanaatkâr ve aracı biçiminde iki farklı tanım altına alınsa da, bunların hepsi esnaf statüsüne giriyor ve bu iki zümreyi birbirlerinden ancak kendi özel

dernekleri ayırt edebiliyordu (Akdağ, 1999: 145). Osmanlı da sanayi ve ticaret denilince akla gelen esnaf birlikleri ahilik ve loncalar olmuştur. Ahilik, Anadolu topraklarındaki esnaf ve zanaatkârların özünü temsil etmekteydi. Ancak, Osmanlı'nın merkeziyetçi yönetim şekli ahiliğin bağımsızlığını ve gücünü zayıflatmıştır (Nişancı, 2002: 99). Bunun yanında lonca teşkilatları Osmanlı sanayi ve ticaretinin en önemli unsurlarından olmuştur. İmparatorlukta ki tarım dışı üretimin iyi bir seviyede olması, lonca teşkilatlarının iyi bir şekilde çalışmasına bağlıydı ve devlet loncalardan vergi almak suretiyle gelir elde etmekteydi (Özgen, 2000: 103).

Osmanlı devleti ticaret yollarının kendi ülke sınırları içinde kalan bölümünden elde edeceği ekonomik faydaların oldukça farkındaydı. Buna istinaden ticaret yollarının güvenliğini sağlamak için teşkilatlar kurmuş ve bu önemli gelir kaynağını elinde tutabilmek ve korumak için çalışmıştır. Dış ticarete ise ithalatı ihracatın önünde tutmuş, şehirleri tüketimi için gereksinim duyulan gıda maddelerinin, loncaların üretimi için gerekli olan hammaddelerin ihracatını zaman zaman kısıtlamıştır (Nişancı, 2002: 94).

Osmanlı da ticaret devletin kontrolü altında tutulmaktaydı. Bunun en büyük sebebi, devletin yönettiği coğrafyanın büyüklüğü ve kısıtlı ulaşım imkânlarının varlığı sebebiyle halkın karşı karşıya kalabileceği kıtlık korkusuydu (Uygun, 2006: 105).

Osmanlı iktisadi yapısında büyük farklılaşmalara meydan vermeyecek düzenlemeleri, devlet doğrudan müdahale ederek oluşturduğu kurumlar aracılığı ile yapmıştır. Kurumların amacı eşit dağılım ve süregelen dengenin sağlanmasıdır (Genç, 2000: 71- 72).

Osmanlı İmparatorluğu'nda kurulmuş olan muazzam büyüklükteki ordunun ve merkezi bürokrasinin yarattığı maliyetleri sadece tımar sistemi ile karşılamak imkânsızdı. Bunun üzerine Osmanlı Devleti tımar sistemi dışında oluşturduğu iltizam yöntemi ile bu duruma çare bulmaya çalışmıştır (Genç, 2000: 100- 101). Mukataa, coğrafi sınırları ile alınacak vergilerin çeşit ve miktarları maliye aracılığıyla tespit edilen vergi kaynağı anlamına geliyordu. Devlet, uygun gördüğü her türlü işletmeyi mukataa haline getirebilir ve bu işletmelerden paylarına düşen vergiyi mültezimler aracılığıyla toplayabilirdi. Mültezim, iltizam sisteminde faaliyet gösteren girişimciye denmekteydi (Pamuk, 2000:

178). Mültezimler, tam bir girişimci gibi hareket eder, göstermiş oldukları faaliyet karşında edindikleri hasılatın, açık artırmada tespit edilmiş olan kısmını hazineye ödedikten sonra elinde kalan kısmını kar olarak almaya hak kazanırdı. Böylelikle, zamanın zor şartlarına göre oldukça masraflı ve verimsiz olabileceği düşünülen maliye teşkilatına gerek kalmadan, mültezimler sayesinde aynı olarak tespit edilmiş vergi gelirleri toplanmış oluyordu (Genç, 2000: 100- 101).

18. yüzyıla gelindiğinde Avrupa'da yaşanan sanayi devriminin etkisiyle Batı Avrupa ülkeleri büyük bir güce erişmiş, 19. yüzyıl ortalarında bir yandan ürünlerine yeni pazarlar ararken bir yandan ucuz hammadde kaynaklarını temin etmeye başlamışlardır (Yücel, 2017: 22- 23). Hindistan deniz yolunun keşfi ile Akdeniz, dünya ticaretinin merkezi olma konumunu kaybetmiştir. Bu sebeple, Osmanlı iktisadi düzeninde, çok hızlı fiyat artışları, kaçakçılık, zanaatların duraklaması, gıda maddelerinde sıkıntı ve ticaret yollarından sağlanan gelirlerin azalması baş göstermiştir (Küçükkalay, 2000: 45).

19. yüzyılda, Osmanlı içine düştüğü bu durumu atlatabilmek için Avrupa'ya dayanma ihtiyacı duydu. Bir yandan yaşanan Rus baskısı, bir yandan imparatorluğun varlığını sürdürebilmesi için geniş kapsamlı reformlara ihtiyaç duyması, öte yandan Batılı ülkelerin Hristiyan halka eşitlik ve güvence tanınması yolundaki istekleri, 1839 yılında Tanzimat döneminin başlamasıyla sonuçlanmıştır (Aktel, 1998: 178). Tanzimat fermanı, ekonomik bünyesi ve toplumsal kurumlarıyla sanayi çağına ayak uyduramayan bir devletin aydın kesiminin iç ve dış bakılar karşısında ilan etmek zorunda kaldıkları bir belgedir (Tepekaya, 2000: 196). Fermanın yayınlanmasıyla başlayan ve yeniden yapılanma sürecinin birinci fazını oluşturan Tanzimat dönemi, 1856 yılında ilan edilen Islahat Fermanı'nın getirmiş olduğu yeniliklerle 1876 yılına kadar sürmüştür (Özdemir vd. 2014: 334- 335).

Sanayileşme yolundaki faaliyetlerin hızlanması için ticaret ve sanayi odalarının kuruluşu arasındaki geçiş sürecinde, yerli sanayiye korumaya ve geliştirmeye yönelik işlevi olan Islah-ı Sanayi Komisyonu kurulmuştur. Komisyonun kuruluş amacı; İstanbul Sanayicilerinin uzun süredir yaşadıkları durgunluğun önüne geçmek ve kalkınmalarını sağladıktan sonra, alınan tedbirlerin diğer bölgelere götürülmesidir (Satış, 2012: 419). Tanzimat döneminde, esnaf birlikleri yavaş yavaş ortadan kalkmış fakat aralarındaki birlik ve beraberlik devam ettiği için

modern kapitalist şirketleşme gecikmiş, bu sebeple sanayileşme ve fabrikalaşma sağlanamamıştır. Tanzimat dönemi sonrasında devlet ve özel sektör işbirliğinde fabrikalar kurulmuş, ancak bilgi ve tecrübe yetersizliği, kötü işletmecilik, Avrupa ile rekabet, maliyet yüksekliği sebepleriyle bazıları kapanmak zorunda kalmıştır (Uygun, 2006: 118- 119). Aynı zamanda Osmanlı'nın sanayileşme yolundaki yatırımlarının istenilen boyutlara ulaşamamasındaki en büyük etkenlerden biri de devletin Avrupa'nın sömürgeci devletleriyle yaptığı birçok ticari ve mali anlaşmalar sonucu içine düştüğü yarı sömürge statüsünün etkili olmasıdır (Yücel, 2017: 34).

Ekonomik büyüme ve gelişme sağlamadan devletin varlığını sürdürmesi, Batılı emperyalist güçlerin ortak sömürgesi haline gelen Osmanlı için mümkün değildi. Ekonomik anlamda radikal kararlar alabilmesi ve sanayileşmeyi gerçekleştirebilmesi önem arz ediyordu. 1839 yılında Tanzimat ile başlayan yenilenme harekâtı 1876 yılında I. Meşrutiyetin ilanı ile devam etti. Böylece, Osmanlı Devletinde yürütme gücünü gerektiğinde denetleyebilecek meşrutiyet yönetimi kuruldu (Kızıltan, 2006: 255- 256). Ancak sanayileşmenin bir iktisadi politikaya dönüşmesi 1908 yılında ilan edilen II. Meşrutiyet'ten sonra gerçekleşti (Makal, 1997: 139). II. Meşrutiyetin ilanı ile iktisadi sistemde liberalleşme adına adımlar atılmıştır. Osmanlı girişimciliğe özendirilmiş, yabancı sermayeye geniş imkânlar sağlanmıştır. Ekonomide başlatılan liberalizm hareketi, ticari anlamda gayrimüslimleri zenginleştirirken, Osmanlı sanatkâr ve esnafları kanaatkâr olmak gibi nedenlerle yoksullaştırmıştır (Aykan, 2002: 19).

Balkan Savaşları'nın toplum üzerindeki olumsuz etkileri nedeniyle II. Meşrutiyetin özünde bulunan liberalizm yerini "milli iktisat" ilkelerine bırakmıştır. I. Dünya savaşının çıkması ile Müslüman-Türk unsuru ayrımcı bir şekilde girişimciliğe özendirilmeye çalışılırken, piyasada çıkan fiyat dalgalanmalarından yararlanan fırsatçılara göz yumulmuştur. Tüm bunlara rağmen II. Meşrutiyetin ilanından 1918 yılına kadar geçen sürede ülke içerisinde Anonim Şirketlerin kurulması hız kazanmıştır (Müftüoğlu, 1996: 46-50).

Bu dönemde Türk toplumunun sermaye birikimi sorunlarını çözmek için arayışlar başlamış (Uygun, 2006:124), sanayinin güçlendirilmesi amacıyla 1913

yılında ‘‘Teşvik-i Sanayi Kanunu’’ çıkarılmıştır. Bu kanunun çıkarılmasının temel amacı, sermaye birikiminin sağlanarak sanayileşmenin hızlandırılmasıdır (Baykal, 2014: 31).

Tanzimat’tan bu yana yapılan tüm yapısal çalışmalar sanayinin gelişmesine yeteri kadar etki edememiştir. Devletin içinde bulunduğu maddi imkânsızlıklar, siyasi istikrarın sağlanamaması, gerekli iş gücünün bulunamaması, bilgi ve tecrübenin yetersizliği sebebiyle Osmanlı ekonomik bağımsızlığını yitirmiş ardından siyasi bağımsızlığını kaybetmesiyle tarih sahnesinden silinmiştir (Baykal, 2014: 31).

2.3.2 Türkiye’de Cumhuriyet dönemi sonrası girişimcilik

Cumhuriyet öncesi ticaret ile ilgilenmeyen Türkler, girişimcilik konusunda diğer ülkelere göre geride kalmıştır. İmparatorluk içerisinde girişimciliği destekleyen faaliyetlerin olmaması, ticaretin azınlıkların elinde olması gibi sebeplerle Türkler ticaretten uzak kalmış bu durumda girişimciliğin yaygınlaşmamasına neden olmuştur.

Osmanlı İmparatorluğu yıkılıp yerine Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra ülkede girişimcilik faaliyetleri hız kazanmıştır. Hatta Cumhuriyetin bile ilanından önce Mustafa Kemal’in önderliğinde İzmir İktisat Kongresi düzenlenmiş, milli ekonominin oluşturularak, devletin önderliğinde ve denetiminde sanayileşme çabalarına başlanmıştır (Altınel, 2016: 46).

Cumhuriyet’in ilanından sonra milli ekonominin canlanması için yapılan dönemsel çalışmalar vardır. Bu çalışmalar çizelge 2.1’de gösterilmiştir.

Çizelge 2.1: 1923’ten Günümüze Türkiye’de Ekonomi Yapılanmaları

1923 – 1930	Ulusal Ekonominin Kuruluşu ve İzmir İktisat Kongresi
1930 – 1950	Devlet Girişimciliği Dönemi
1950 – 1980	Planlı Yıllar ve İthal İkamesi
1980’ den günümüze	Dışa açık Büyüme Dönemi

Yukarıdaki çizelgeye baktığımızda ekonominin canlanması için yapılan dönemsel çalışmaların 10 ila 20 yıl arasında değiştiği gözükmektedir. Bu

süreçlerde farklı sistemlerle ekonomi canlandırılmaya çalışılmıştır. Aşağıda bu çalışmalar ayrıntılı olarak anlatılacaktır.

2.3.2.1 1923 – 1930 arası gelişmeler

Kurtuluş Savaşı'ndan sonra devleti yeniden kurma çabaları arasında ‘‘İktisadi Kalkınma’’ öncelikle ele alınan unsurlardan biridir. İttihat ve Terakki hükümeti tarafından uygulanan ve ‘‘milli iktisat’’ adı verilen politika, yeni Türk Devleti'nin yöneticileri tarafından da benimsenmiştir. Devlet desteği sayesinde Türk müteşebbisler yaratma yolundaki çalışmalar bu dönemde devam etmiştir. Nitekim Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki iktisat politikası özel teşebbüse yönelik iktisadi kalkınmayı ele almış ve bu amaçla, müteşebbisleri teşvik edici birtakım politikalar uygulanmıştır (Altıparmak, 1998: 67- 68).

Cumhuriyet henüz ilan edilmeden siyasal sebeplerle sekteye uğrayan Lozan antlaşması imzalanmadan hemen önce (Kansu 2004: 27), Türk halkı Atatürk'ün çizdiği vizyon dahilinde ekonomik anlamda da bağımsızlığını kazanmak ve bu alanda uygulayacağı stratejileri belirlemek amacıyla 1923 yılında İzmit iktisat Kongresini gerçekleştirdi. Kongrenin en önemli özelliği ulusal tüccar yaratma girişimlerinin başlaması oldu. Ulusal tüccar için yapılan atıflar tüm özellikleriyle girişimci anlamında kullanılmıştır (Alkın, 1981: 116).

Devlet desteği ile yaratılacak olan iktisadi gelişmenin bir Türk müteşebbis sınıfına dayandırılacağı İzmir İktisat Kongresi'nde açıklığa kavuşturulmuştu. İzmir İktisat kongresi iki amaç için toplanmıştı. Bunlardan birincisi, tüccar, sanayici, çiftçi ve işçilerin sorunlarını ve beklentilerini belirlemek; bu kesimlerin siyasi kadro ile bütünleşmesini sağlamak. İkincisi ise, yabancı sermaye çevrelerine ekonominin gelecekte alacağı biçimi açıklamak (Altıparmak, 1998: 68).

Kongre'de genel olarak kalkınmacı, yerli ve yabancı sermaye ile çiftçiyi teşvik edici, ekonomik hayatın denetiminin ulusal unsurlara geçmesini sağlayacak kolaylaştırıcı bir korumacılığı öngören tezler ön plana çıkmıştır (Boratov 2003: 45- 46). Tüm bunların yanı sıra yabancı sermayeye karşı olumlu tutumlar sergilenirken, varlığı devletin kanun ve düzenine uyma, siyasal otoriteye zarar vermeme koşuluna bağlanmıştır (Ökçün, 1997: 363).

12 maddeden oluşan Misak-ı İktisadi ilkeleri tüm ülkenin sanayi, tüccar, çiftçi ve işçi kesiminden oluşan 1135 delegenin oylarıyla kabul edilmiştir. Kongre'de kararlaştırılan Misak-ı İktisadi ilkeleri şunlardır: (Koçaşlı, 2017: 141- 142);

- Türkiye, milli hudutları dâhilinde, lekesiz bir istiklal ile dünyanın sulh ve ilerleme unsurlarından biridir.
- Türkiye halkı milli hâkimiyetini kanı ve canı pahasına elde ettiğinden, hiçbir şeye feda etmez ve milli hakimiyete dayalı olan meclis ve hükümetine daima yardımcıdır.
- Türkiye halkı, tahribat yapmaz; imar eder. Bütün mesaisi iktisaden memleketi yükseltmek amacına dönüktür.
- Türkiye halkı, sarf ettiği eşyayı mümkün merteye kendi yetiştirir. Çok çalışır. Vakitte, servette ve ithalatta israftan kaçır. Milli istihsali temin için icabında geceli gündüzlü çalışmak âdetidir.
- Türkiye halkı, servet itibariyle bir altın hazinesi üzerinde oturduğuna vakıftır. Ormanlarını evladı gibi sever, bunun için ağaç bayramları yapar; yeniden orman yetiştirir. Madenlerini kendi milli istihsali için işletir ve servetlerini herkesten fazla tanımaya çalışır.
- Hırsızlık, yalancılık, riya ve tembellik en büyük düşmanımız, bağınazlıktan uzak dindarane bir peklik her şeyde esasımızdır. Her zaman faydalı yenilikleri severek alırız.
- Türkler, irfan ve marifet aşkıdır. Türk her yerde hayatını kazanabilecek şekilde yetişir fakat her şeyden evvel memleketin malıdır.
- Birçok harpler ve zaruretlerden dolayı eksilen nüfusumuzun fazlalaşması ile sıhhatlerimizin, hayatlarımızın korunması en birinci emelimizdir.
- Türk, dinine, milliyetine, toprağına, hayatına ve müessesatına düşman olmayan milletlere daima dosttur, ecnebi sermayesine aleyhtar değildir. Ancak kendi yurdunda kendi lisanına ve kanununa uymayan müesseselerle münasebette bulunmaz.
- Türk, açık alın ve serbestçe çalışmayı sever, işlerde inhisar istemez.
- Türkler, hangi sınıf ve meslekte olursa olsunlar, birbirlerini candan severler. Meslek, zümre itibariyle el ele vererek birlikler, memleketini ve birbirini tanımak, anlaşmak için seyahatler ve birleşmeler yaparlar.
- Türk kadını ve hocası, çocukları Misak-ı İktisat' a göre yetiştirir.

İzmir İktisat Kongresi'nin belki de tarihsel açıdan asıl anlamı ve önemi ülkenin ekonomik açıdan kalkınmasının Kurtuluş Savaşı'nın kazanılması kadar hayati kabul edilmesi ve bu kalkınmanın, halkın kalkınması biçiminde gerçekleştirilmesi gerekliliği olmuştur (Yenal, 2003: 50- 51). Kongre'nin ardından, özel sektörün yaratılmasına yönelik bir süreç başlatılmıştır (Kongar, 2002: 351). Siyasi bağımsızlığın yanı sıra ekonomik bağımsızlık için atılan bu adımlar Türk girişimcisinin güçlendirilmesine yönelik hedefler olarak ortaya çıkmıştır (Özdemir, 2005: 16).

Kongre sonrası alınan kararların daha sonraki dönem ekonomik yapının oluşmasında etkili olduğu söylenebilir. Bu etkinin görüldüğü alanları birkaç ana başlık altında toplamak mümkündür. Bu alanlar, para, kredi, bankacılık, mali sistem alanı, ulaşım sektörü, tarım sektörü, sanayi ve ticaret sektörü olarak sıralanabilir (Koç, 2000: 156- 157)

Para, Kredi, bankacılık ve Mali sistem Alanı; Kongre'de toplanan kapitalist sermaye sahipleri ve rekabet gücü olmayan iş çevreleri (sanayici ve tüccar grubu) özellikle iki alandan devlet müdahalesi talep etmişlerdir. Birincisi gümrük duvarlarının koruyuculuğu (1929 yılına kadar gerçekleşmemiştir), ikincisi ise Ticaret ve Sanayi Kredisi verecek büyük bankaların kurulmasıdır. Bu isteklere istinaden 1924 yılında Türkiye İş Bankası kurulmuştur (Silier, 1973: 493).

İş Bankası'nın kuruluşunun temel amacı, fabrikalar ve iş yerleri kurmak ve geliştirmek için ulusal tüccarlara gerekli olan mali yardımı sağlamaktır. Diğer bir ifadeyle bankanın görevi, ulusal bir kurum olarak ülke tasarruflarının Türk müteşebbislere aktarılması, milli ticaret ve sanayi kesiminin finansman ihtiyaçlarının karşılanmasıydı. Bunun için İş Bankası, güçlü devlet korumasında, Türk iş adamları tarafından kurulacak ve işletilecek tesislerin oluşturulması ve yabancı işletmelerin millileştirilmesi sürecinin bir parçası olarak kurulmuştur. Nitekim bu sürece uygun olarak İş Bankası, devlet tarafından yönetilen ve denetlenen fakat özel sermaye tarafından sahip olunan bir kurum olarak ortaya çıkmıştır (Boztemur, 1995: 72).

1924 yılında tarım kesiminin önde gelenlerinin önerisi ile tarım sektörüne daha uygun ve daha fazla kredi verilebilmesi için ziraat bankasının sermayesi arttırılmıştır. 1925 yılında sanayiciler tarafından talep edilen bir sanayi ve kredi

bankası kurulması fikrine istinaden Sanayi ve Maadin bankası kurulmuştur (Silier, 1973: 493). Banka, Osmanlılardan devir alınan fabrikaları geçici olarak yönetmek ve bunun yanında yenilerini kurmakla yükümlüydü. Türkiye Sanayii ve Maadin Bankası'nın kuruluş amacı özel sanayi işletmelerine kredi verilmesinin sağlanması olmasına rağmen, banka kaynaklarının çoğunu iştiraklerine bağladığından amacını gerçekleştirememiş; 1933 yılında Sümerbank'a devredilmiştir. 1927 yılında konut kredisi sağlaması amacıyla Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur. Bu dönemde bankacılık alanında atılan en büyük adım, 1930 yılında Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın kurulmasıdır (Doğan, 2011: 20- 21).

Tarım ve ulaşım sektörü; yüzyıllardan beri köylü 'aşar' adı verilen ağır ve adaletsiz bir vergi sistemine tabi idi. Kongre sonrası bu verginin kaldırılması köylünün ekonomik durumunda büyük bir rahatlama sağlamıştır. Ancak aşar vergisi ile elde edilen büyük miktarda kazançtan olan devlet azalan gelirini arttırmak için önce arazi vergisini attırılmış ardından gelir vergisini yeniden düzenlemiştir (Koç, 2000: 160- 161).

Kurtuluş Savaşı sırasında ulaştırma meselesinin zorluklarını yaşayan devlet, zaferi takiben belli başlı merkezler arasında bir demiryolu ağı kurmaya girişmiştir. Türkiye'de 1924 yılında Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalma 4086 km. uzunluğunda bir demiryolu bulunmaktaydı. Bunun 2352 km.'si yabancı şirketlerce, 1734 km.'si devlet tarafından işletilmekteydi (Sarç, 1983: 372). Yabancı şirketlerin elindeki demiryollarının satın alınması ve çok kısıtlı bütçe içinde bile demiryolu inşaatına yönelik ödenek ayrılması hem ülkenin savunması hem de halk birliğinin sağlanması ve pazarların geliştirilmesi yönünden bu yatırımlara verilen önemi göstermektedir (Yenal, 2003: 53).

Ulaşım alanındaki bir diğer gelişme ise limanlarda olmuştur. Lozan sonrası kalkan kapitülasyonlar sayesinde kabotajın Türklere geçmesi ile zorunlu olarak deniz ticaret filosunun arttırılması yolunda çalışmalar başlatılmıştır. Devletin daha çok demiryollarını geliştirme çabaları, karayollarında aynı etkide olmamıştır. Bu nedenle karayolları ve otomobil, otobüs ve kamyon sayısı çok sınırlı düzeyde kalmıştır (Koç, 2000: 162).

Sanayi ve ticaret sektörü; Kongre'de belirlenen ekonomik politika, ilke ve stratejilerle öngörülen hedeflerin hayata geçirilmesi süreci 1929 yılında yaşanan

Büyük Dünya Ekonomik Buhranına kadarki dönemde bir dizi yasal düzenlemeler, atılımlar ve yeni kurumların yaşama geçirilme çabaları ile sürmüştür. Genel politika; özel sektörü yatırım yapmaya yöneltmek ve bu konuda ulusal tüccara gerekli desteği sağlamak şeklindeydi. O dönemde göçler sonucu iş yaşamında gayrimüslimlerin bıraktığı alanları dolduracak güç ve nitelikte Türk girişimciler pek yoktu. Bu sebeple devlet desteği ile özel sektör yaratılması ve sanayileşme çabalarında bunların aktif görev almaları amaçlanıyordu (Yücel, 2017: 73- 76).

1925 yılında kurulan Sanayi ve Maadin bankası, sanayi girişimcilerini kredilendirmek ve yeni kurulacak şirketlere iştirak etmek suretiyle sanayileşme hareketlerini desteklemekle görevlendirilmişti (Doğan, 2011: 20). İzmir İktisat Kongresi kararları ışığında Türkiye’de Şeker Fabrikalarının kurulmasını teşvik ve özendirmek üzere 8 Nisan 1925 tarihinde “Şeker Fabrikalarına Bahşolunan İmtiyaz ve Muafiyet Hakkında Kanun” adıyla özel bir yasa çıkartılmıştır. Bu yasa ile kurulacak olan fabrikalara bölgelerinde tek el ayrıcalığı tanınıyor, yürürlükteki Sanayi Teşvik Kanunundan yararlanılması sağlanıyordu. Bunun yanı sıra 18 yıl boyunca tüketim vergisinden muaf tutulması, pancar üreticilerinden 10 yıl arazi vergisi alınmaması ve fabrika çalışanlarının da 10 yıl süre ile kazanç vergisi kapsamı dışında kalması yasa hükümleri arasında yer alıyordu. Cumhuriyetin ilk yıllarını kapsayan 1923-1929 döneminin ekonomik gelişmesi değerlendirildiğinde; sanayileşmeye çok fazla önem verildiği, bunun da özel sektör öncülüğünde gerçekleştirilmesini amaçlayan liberal bir ekonomi politikası izlendiği görülür. Sanayi sektöründeki yatırımların büyük bölümü devlet ve özel sektör iş birliğiyle tüketim mallarına yönelik olarak yapılmış, bunların başında da yüzde 44 ile gıda ve tütün, yüzde 24 ile de dokuma sektörleri gelmiştir. Ancak, bir taraftan alt yapı ve kaynak azlığı, bir taraftan demiryollarının millileştirilmesi için yapılan harcamalar ile özel sektörün sermaye ve tecrübe eksikliği sebebiyle ekonomik kalkınma beklentilerin gerisinde kalmış, sanayileşme çabalarında sınırlı bir büyüme sağlanabilmiştir. Bu durumun yaşanmasının en büyük sebebi yatırım projelerinin finansmanı için başvuru dış kaynaklardan olumsuz sonuçların alınması olmuştur. Bunun yanı sıra savaşlar sırasında üretim yapılamayan tarım alanlarının tekrar ekilip biçilmesi ve verilen teşvikler sonucu tarımsal üretimde önemli artışlar elde

edilmiştir. Buğday üretimi başta olmak üzere belli başlı tarım ürünlerindeki artışlar ve dış piyasalardaki uygun koşulların da etkisiyle ihracatta olumlu gelişmeler elde edilmiştir (Yücel, 2017: 76-88).

İzmir İktisat Kongresi'nin ardından ülke çapında yaşanan gelişmelere bakıldığında, girişimciliğin geliştirilmesine uygun bir ortamın oluşturulmaya çalışıldığı ve bu sebeple devletin tüm kaynaklarının etkin bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.

2.3.2.2 . 1930 – 1950 arası gelişmeler

1929 yılında yaşanan ve tüm dünyayı esir alan Büyük Dünya Ekonomik Buhranı, Cumhuriyet için önemli güçlüklerin başlangıcı olmuştur. Hesaplarda yer almayan ve uzun yıllar devam edecek olan ekonomik zihniyet bu buhranın gölgesinde şekillenmiştir. Buhranın ardından yaşanan İkinci Dünya Savaşı ile yeniden şekillenen dünya dengelerine bağlı olarak politikalar oluşturulmuştur. Girişimci yaratmak adına atılan adımlar ve koyulan hedefler değişmemekle birlikte özel sektörün istenilen düzeye gelememesi sonucu devlet eliyle girişimci yaratma düşüncesi Devletçilik İlkesi adı altında gerçekleştirilmiştir (Uygun, 2006: 140).

1929 Dünya Büyük Buhranı ekonomiyi olumsuz yönde etkilemiş, özellikle 1929'dan sonra dış ticaret hacmi küçülmüş, ihracat ve ithalat değerleri azalmış ve dış ticaret hadleri Türkiye aleyhinde gelişmiştir. Gayrisafi Milli Hasılda ise önemli düşüşler yaşanmıştır. Türk lirası büyük ölçüde değer kaybetmiştir (Altıparmak, 1998: 73). Türk lirası üzerindeki enflasyon baskısı giderek artmış, fakat Atatürk'ün hükümeti uyarması sonucu alınan önlemlerle Türk lirasının aşırı değer kaybı önlenmiştir (Koçtürk ve Gölalan, 2010: 55). Bu dönemde ekonomide radikal önlemler alınmış ve devlet ekonominin her alanına müdahale etmeye karar vermiştir. Bu müdahaleler, sanayi ve ticari sektörlerde fabrikalar kurmak ve yatırım yapmak, piyasaya karışmak ve onu denetlemek olmuştur (Çavdar, 2003: 246). Büyük Buhrandan sonra, 1930-1939 döneminin iktisadi politikaları bakımından belirleyici iki özelliği mevcuttur: korumacılık ve devletçilik (Boratov, 2003: 59).

Buhranın Cumhuriyet ekonomisindeki en önemli olumsuz etkilerinden birisi tarım sektöründe yaşanmış, dış pazar daralmaları ve alım güçlerinin

gerilemesiyle tarımsal ürün fiyatlarında görülen büyük fiyat düşüşleri, özellikle ihracata yönelik üretim yapan geniş kırsal kesim çevrelerinde büyük sıkıntı ve hoşnutsuzluk yaratmıştır. Aynı zamanda, ihracat olanaklarının kısıtlanması sonucu Türkiye'nin dış ticaret hacmi ciddi şekilde daralmıştır (Yücel, 2017: 92). Bu dönemde dünya ekonomisi büyük bir bunalımın içinde sürüklenirken Türkiye ekonomisi dışa kapanarak devlet girişimciliği ile sanayileşme işine girmiştir (Boratav, 2003: 59).

1929 Büyük Buhranın olumsuz etkilerinden uzak kalmayı başarabilen ve bu dönemde ekonomik anlamda gelişme kaydedebilen tek ülke Sovyetler Birliği olmuştur. Bu başarıda Sovyetler Birliği'nin uyguladığı farklı ekonomik sistem kadar yürütülen planlı sanayileşme politikasının payı vardır. Bu sebeple Türkiye'den iki heyet ülkeyi ziyarete gidip gelişmeleri gözlemlemiş, ardından devletin planlama çalışmalarına yardımcı olmak için Sovyetler Birliği'nden bir heyet 1932 yılında ülkeye gelmiştir. Beraber yapılan çalışmalar sonucunda Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (BBYSP) 17 Nisan 1934'te kabul edilerek uygulanmaya koyulmuştur (Yeşilay, 2005: 122). Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı'nın ana hedefleri şunlardır (Çiftçioğlu, 2008: 55);

- Büyük ölçüde dış alımlarla sağlanan temel tüketim mallarının ülke içinde üretimine geçilmesi,
- Kurulacak sanayilerin yerli hammaddelere dayalı olması,
- Sanayi kuruluşlarının hammadde ve işgücü kaynaklarına yakın bölgelerde kurulması.

Birinci Beş Yıllık Planın finansmanı için Sovyetler Birliği Türkiye'ye 8 milyon altın dolarlık krediyi, faizsiz ve 20 yılda TL olarak ödemek üzere vermeyi kabul etmişti. Ancak bu kredi sadece doküman sanayiinde kullanılacak ve bu sanayii için gerekli makinelerin çoğunluğu Sovyetler 'den alınacaktı. Ayrıca, her yıl bütçeden 6 milyon TL planın finansmanı için ayrılacaktı. Sümerbank 41,6 milyon TL, İş Bankası 2,4 milyon TL sağlayacaktı. İş Bankası'nın cam ve bir bölüm sanayi kesimlerine yatırım yapması öngörülüyordu (Yeşilay, 2005: 123).

Birinci Beş Yıllık Sanayi Planının 1934 yılından itibaren başarıyla yürütülmesi üzerine 1936'dan sonra ikinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı (İBYSP)

hazırlıklarına girişilmiş ve hazırlanan plan 1938'de kabul edilmiştir. İ.B.Y.S.P.'nin hedefleri şunlardır (Çiftçioğlu, 2008: 57);

- İktisadi yapıya uygun büyük sermaye ve teknik güç gerekli gösteren, hammaddesinin tamamının ülkede bulunan ve yetişen endüstrileri ele alması,
- Kömür hangarlarında üretimin geliştirilmesi,
- Makine endüstrisinde bir başlangıç olmak üzere birinci plana göre kurulmakta olan Karabük Demir ve Çelik Fabrikaları'nın ara vadelerini işleyecek fabrikaların öngörülmesidir. Çünkü sanayileşmeyi, dokumadan ve diğer tüketim kollarından başlatmak zorunluluğu, sanayinin motor gücü olan madencilik ile enerjinin de kısa sürede kurulmasına ihtiyaç göstermiştir.

II. Dünya Savaşı döneminde ise Türkiye Cumhuriyeti ekonomisi savaşın tüm ağırlığını hissetmiştir. Büyük Buhran sonrası ekonomi politikaları ile önemli oranda daralmış olan ithalat, Savaş başladığında yarı yarıya azalmış, savaş yıllarında da dış ticaret dengesi fazla vermeye devam etmiştir (Koçtürk ve Gölalan, 2010: 59). Savaş koşulları nedeniyle alınan önlemlerin de etkisiyle, güçlükle yürütülen dış ticarete ciddi daralmalar meydana gelmiş, ithalat ve ihracatta hızlı düşüşler ortaya çıkmıştır (Yücel, 2017: 152). İkinci Dünya Savaşı ile Türkiye tam bir savaş ekonomisi uygulamak zorunda kalmış (Yeşilay, 2005: 130), ülke kamu kaynaklarının büyük bir dilimini savunma harcamalarına tahsis etmiştir (Yücel, 2017: 152). Savaş sırasında fiyatların hıza yükselmesi fırsatçıları ortaya çıkarmış, alınan tedbirlere rağmen karaborsa sayesinde büyük servetler oluşmuş, ekonomik şartlar ağırlaşmış, kamuoyu baskıları artmıştır. Bu dönemde devlet gelir ihtiyacını karşılamak üzere Varlık Vergisini çıkarmıştır (Uygun, 2006: 149). Ne var ki, devlet merkezli ekonomi politikalarına ve alınan tüm önlemlere karşın 1940-1945 yılları arasındaki ekonomik görünümü başarılı olarak nitelendirilememiş (Koçtürk ve Gölalan, 2010: 59), 1946 -1950 yılları devletçiliğin bir iktisat politikası olarak yavaş yavaş rafa kaldırıldığı yıllar olmuştur (Yeşilay, 2005: 130).

2.3.2.3 1950 – 1980 arası gelişmeler

Büyük buhran ve II. Dünya savaşı Türkiye'nin girişimcilikte istenilen düzeye gelmesine engel olmuştur. Demokrat partinin başa gelmesiyle ülkede liberalleşme hareketleri başlamış, hükümet girişimciliğin önünü açmaya çalışmış ve işgücü ucuzlamıştır (Baykal, 2014: 32). Lakin bu dönemde Rusya'nın Türkiye üzerindeki baskısını arttırarak toprak talebinde bulunması, ülkenin Batılı ülkelere doğru yaklaşması ve çok partili döneme geçilmesi iç dinamiklerden daha çok dış gelişmeleri etkilemiştir (Yavuz, 2000: 401).

Öte yandan 1950 yılında ortaya çıkan Kore Savaşı sayesinde dünya piyasaları gelişmiş, tarım ihracatçısı olan Türkiye'nin döviz gelirleri artmaya başlamıştır. Diğer taraftan Marshall yardımları sayesinde ülkenin döviz rezervleri artmıştır. (Kansu, 2004: 30). Bir taraftan tarımda yaşanan gelişmeler, karayollarının yapımı, sulama alanlarındaki girişimler sayesinde ülkede fiziksel bir hareketlilik başlamıştır (Uygun, 2006: 154). Tarımda yaşanan makineleşme süreci ile Anadolu'da fazla işgücü peyda olmuş ve işsizler büyük kentlere göç etmek durumunda kalmıştır (Tokgöz, 2001: 132).

1950 yılında "Türkiye Sınai Kalkınma Bankası" kurulmuştur. Banka yatırım projelerine sağladığı uzun vadeli kaynaklar sayesinde Türk ekonomisinin canlanmasını sağlamıştır (Yücel, 2017: 187).

Ekonomide dengenin sağlanmasına yönelik çalışmalar yeterli gelmemiş, 1954-1961 döneminde, liberalizmin dış ticaret dengesinin sağlanmasında yeterli olmadığı anlaşılmıştır. Bu sebeple, dış ticaret kontrollerinin artması ticaret açıklarını kapatmak yerine arttırmış, geniş kamu kesimi özel sermaye birikimiyle işlevsel bir bütünlük içinde eklenerek yeni bir ekonomik yapı oluşmuştur (Boratov, 2003: 109).

1960 yılında Türk Silahlı Kuvvetlerinin hükümete el koymasının ardından Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (BBYKP) oluşturulmuş, 1980'lerin başlarına kadar dayanıklı tüketim mallarından, ara ve yatırım mallarına doğru yapısal bir değişimi hedefleyen ithal ikameci sanayileşme politikaları uygulamaya konulmuştur (Soyak, 1999: 180).

Türkiye tarihinde girişimcilik incelendiğinde, girişimciliğin daha iyi anlaşılması için Kalkınma Planlarının incelenmesi önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Aşağıda kalkınma planları detaylı olarak açıklanmıştır: (Kongar, 2002: 361, Yücel, 2017: 235- 238 ve 269- 271, Başol, 2010: 24, Soyak, 1999: 175).

- Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı; 1963-1967 yıllarını kapsamaktadır. BBYKP'nın amacı; milli tasarrufları arttırmak, yatırımları toplumun refahı yönünde kullanmak, iktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmayı demokratik yollarla gerçekleştirmektir. Planın önüne duran en büyük sorun kaynak yetersizliğiydi. Aynı zamanda siyasi istikrarsızlığın yoğun bir şekilde yaşandığı birinci dönemde yatırımları ve ihracatı teşvik etmek, çalışma yaşamına yeni bir şekil vermek amacıyla bir dizi yasal düzenlemelerin yapılmasını sağlamak gerekiyordu. Buna istinaden kamu özel teşebbüslerine öncelik verilmiştir.
- İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı; 1968-1972 yıllarını kapsamaktadır. Bu dönemde, karma ekonomi sistemi çevresinde özel teşebbüsün ve özel yabancı sermayenin özendirilmesi, küçük işletme sahiplerinin sorunları ile ilgilenecek, çözüm yolları bulacak merkezi bir örgütün kurulması amaçlanmıştır.
- Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı; 1973-1977 yıllarını kapsamaktadır. Planın hazırlanmasında özellikle Türk planlamacılar ve bilim adamları yer almıştır. Çıkar kesimlerinin planın hazırlanmasına katılımı sınırlı tutulmuş, planın öngördüğü 22 yıllık hedefler uygun perspektiflerle belirlenmiştir. Plan, hızlı sanayileşmeyi ve tüketim malları yerine ara ve yatırım mallarının üretimini hedef almıştır.
- Dördüncü beş yıllık kalkınma planı; 1979-1983 yıllarını kapsamaktadır. Dördüncü plan dönemi, enflasyonist sürecin hızlandığı, döviz ve enerji darboğazlarının yaşandığı bir dönem de hazırlanmıştır. DBYKP'nın amacı; ekonomik bunalım koşullarının yok edilmesi ve istikrarlı büyümenin sağlanmasıdır. Özellikle enerji de yaşanan darboğazın aşılabilmesi için madencilik ve enerji üretiminin ve yatırımlarının arttırılması amaç edinilmiştir.

1950 ve 1980 yılları arasında yaşanan üç askeri darbe, koalisyonla kurulan hükümetler, yaşanan petrol şokları, Kıbrıs Barış harekâtı ve ülkede yaşanan iç

karışıklık ticaret hayatını etkilemiştir (Taş, 2016: 32). Türkiye’de devletçiliğin belirginleşmesi, devletin piyasadaki kontrolünü arttırması, Marshall yardımları, girişimcilik teşvikleri, özel girişimcinin sanayideki payını arttırması, tarım, sanayi ve finans kesiminde girişimciliğin yaygınlaşması, sanayileşme eğilimlerinin artması, teşvik uygulamalarının olumlu sonuçlar vermesi bu dönemde girişimci sayısını oldukça arttırmıştır. Bunun yanı sıra, yaşanan kaynak yetersizlikleri, ülkedeki döviz açığı, siyasal ve ekonomik istikrarsızlıklar, ithal ikameci ekonomi politikasının işleyememesi ve dış ticarete yeterli önemin verilmemesi o dönemin girişimciliği karşısındaki en büyük engeller olmuştur.

2.3.2.4 1980’lerden günümüze (bilgi çağı)

1980’li yıllarda piyasa yapısında meydana gelen değişimlerle beraber girişimcilik faaliyetlerinde artışlar gözlemlenmiştir. Bu yıllardan itibaren serbest piyasa ekonomisine geçilmiş ve dışa dönük bir politika uygulanmaya başlanmıştı. (Sipahi, 1997: 31). Serbest piyasa ekonomisine geçiş girişimcilerin daha rahat ve hızlı hareket ederek daha fazla kar elde etmelerini sağlamıştır. Bu yıllarda yapılan uygulamalarla girişimciler yurt dışına açılmaya başlamış (Erkan, 2012: 26), ulus ötesi ilişkilerde yaşanan olumlu gelişmeler ve küreselleşmenin artmaya başlamasıyla beraber özellikle hizmet sektöründe önemli gelişmeler yaşanmış olmasına rağmen sanayileşme alanında istenilen ilerlemeler kaydedilememiştir (İlter, 2008: 29). Serbest piyasa ekonomisi girişimcilerin önünü açarak uluslararası piyasalarda boy göstermelerine sebep olmuş, ancak ülke içinde üretim miktarını etkileyen sanayileşme adına yaşanan gelişmelerin az olması ihracatın gelişmesini engellemiştir. Bu durumda girişimcilik faaliyetlerinin hizmet sektörüne kaymasına sebep olmuştur.

1980’li yıllarda hizmet sektöründe yaşanan gelişmeler diğer girişimcilere ilham kaynağı olması açısından önem teşkil etmektedir. Diğer girişimcilerden cesaret alarak piyasaya çıkan yeni girişimciler sayesinde ülkemizde 1990’lı yıllarda girişimcilik faaliyetleri artmıştır. Başarılı girişimcilerin varlığı, girişimciliğin gelişimini önemli ölçüde etkilemiş ve girişim yapmak isteyenlerin önünü açmıştır (Arıkan, 2013: 16). 1990 sonrası yapılan yeni uygulamalarla girişimciliğin önündeki sorunlar kaldırılmaya çalışılmış (Cici, 2013: 39), dışa açık ekonomi uygulamalarıyla Kobi’leri destekleyen politikalar geliştirilmiş ve

önü açılan girişimcilerin neler başarabileceği gözler önüne serilmiştir (Küçük, 2014: 39).

1990 yılında kurulan MÜSİAD (Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği) dönemin önemli gelişmelerinden biri olmuştur (Taş, 2013: 33). 1994 yılında yaşanan ekonomik krizde Türk girişimcileri önemli başarılar kaydetmiş ve özellikle ihracat alanında büyük ilerlemeler göstermiştir. 1996 yılında imzalanan Gümrükler Birliği Anlaşmasının girişimcilerin önünü kapatacağı düşüncesi uyanmış olsa da edinilen kaygılar boşa çıkmıştır (Güney, 2015: 35). Türkiye 1999 yılında, Avrupa Birliği'ne üye olmaya aday konuma gelmesinden sonra girişimcilik politikalarını geliştirmeye başlamış, buna istinaden "Küçük ve Orta Boy İşletmeler Çalışma Grubunu" kurmuştur (Cici, 2013: 39).

1990'lı yıllar girişimcilik faaliyetlerinin hem hız kazanması hem de önlerindeki engellerin kaldırılmaya çalışılması açısından yaşanan birçok olumlu olayı içinde barındırır. Bunun yanında iş adamlarını destekleyen, piyasada beraber çalışmalarını sağlayan, örgüt üyelerinin bilgi, fikir, deneyimlerini paylaşabildikleri aynı zamanda eğitim yönü olan örgütlerin kurulmaya başlamasıyla girişimcilik önemli yollar kat etmiştir.

1990'larda yaşanan gelişmeler ülke açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Ancak bu dönemdeki desteklerin gençlere ve kadınlara sağlanmadığı anlaşılmaktadır. 2000'li yıllarda Türkiye, gençlere ve kadınlara girişimcilik teşvikleri vermeye başlamış, Kalkınma Ajansları kurulmuş, Avrupa Birliği programlarına uyum ve istihdama destek veren birçok çalışmayla birlikte hedeflerini oldukça yüksek bir yere koymuştur. Özellikle 1990 yılında kurulan, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'nın kurulması kendi işini kurmak isteyen küçük girişimcilerin imdadına yetişmiştir. KOSGEB'in yeni girişimcilerin önce kendisine ardından ülke ekonomisine refah sağlaması için devlet destekli sağladığı karşılıklı ve karşılıksız krediler sayesinde birçok yeni iş fikri piyasa çıkmıştır. Bunun yanında KOSGEB, orta ve küçük ölçekli işletmelerin sanayideki payını arttırmak aynı zamanda bu işletmelerin rekabet düzeylerini yükseltmek misyonunu üstlenmiştir (Küçük, 2014: 39).

Bu dönemde girişimcilik hedeflerinin önüne çıkacak engelleri ortadan kaldırmak üzere üst kurullar da kurulmuştur. Bu üst kurulların ülkede sağladığı

istikrar sayesinde piyasalarda güven oluşmuş, dolayısıyla bu güven ortamı yabancı sermayenin ülkeye girişini kolaylaştırarak, yatırımların artmasına olanak sağlamıştır (Taş, 2016: 34). 2000'li yıllar girişimcilik adına önemli adımların atıldığı yıllar olmuştur. Gençlerin ve kadınların da desteklenerek piyasaya girişinin sağlanması ekonomik refahın artmasına sebep olmuştur. Yabancı yatırımcıların ülkeye çekilerek sermayenin arttırılması milli ekonominin canlanmasını sağlamıştır.

2010'lu yıllar artık tüketici ihtiyaç ve isteklerinin tamamen farklılaştığı bir dönemdir. Bilgisayar ve internetin hemen hemen her eve girmesi, e-ticaretin gelişmesi, tüketicilerin bireysel farklar yaratan mal ve hizmetlere yönelmesi bu dönemi diğerlerinden farklı kılmaktadır. 21. yüzyıla gelindiğinde bilgiye erişimin kolaylaşması nedeniyle bu dönemde artık bir bilgi toplumundan söz edilmeye başlanmıştır. Bu dönemde Türkiye'nin hem yurt içinde hem de yurt dışında kendi bilgi ve teknolojilerini üretip pazarladığı bir dönem başlamıştır (İlter, 2008: 30). Bilgi toplumunda yetenekli ve becerikli insanlar olarak ortaya çıkan girişimciler ekonomik değerlerin yaratılmasında en önemli unsur olmuştur (Cici, 2013: 40). Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilen bu dönemde ekonominin temel yapı taşları olan üretim, tüketim dağıtım ve ekonomik alt yapının hepsi bilginin temelini oluşturduğu bir düzende yapılanmaya başlamıştır (Karagöz, 2009: 48). Bilgi toplumunda stratejik kaynak olan ve sermaye olarak adlandırılan mal, mamul, yarı mamul niteliğindeki ürünler yerini bilgiye bırakmıştır. Peter Drucker, bilginin dinamikleri ve değişimlerini açıkladığı, 'Kapitalist Ötesi Toplum' adlı eserinde geleneksel üretim kaynaklarının tamamen ortadan kalkmadığını ancak bilginin tek anlamlı kaynak olduğundan öne sürmüştür (Özkul, 2008: 27). Tüm bu açıklamalar ışığında girişimciliğin, gün geçtikçe önündeki engellerin kaldırılması için devletin büyük çaba harcadığı, vermiş olduğu teşviklerle girişimciliğin önünü açtığı söylenebilir. Girişimcilikte başarının katlanarak artmasındaki en önemli sebeplerden biri insanların daha cesur davranabilmek için önlerinde çok fazla örnek olmasıdır.

2.4 Girişimciliğin Benzer Kavramlarla Olan İlişkisi

Girişimci kavramı, anlam olarak incelendiğinde başka kavramlarla benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Literatüre bakıldığında aynı anlamı taşımasa da

başka kavramlarla beraber kullanıldığı görülmektedir. Girişimci kavramı işveren, yönetici, yatırımcı, sermaye sahibi, esnaf, tüccar, lider ve Teknisyen/teknokrat kavramlarıyla benzer özelliklere sahip olsa da hepsinden farklı ayırıcı özellikler taşımaktadır (Çetinkaya Bozkurt, 2011: 7). Girişimci kavramını daha iyi anlayabilmek için bu kavrama benzer olan kavramları açıklamak yararlı olacaktır. Girişimcilikle benzer olan kavramlardan bazıları aşağıda açıklanmıştır.

2.4.1 Girişimcilik ve işveren

İşveren ve girişimci arasında bazı benzer noktalar bulunmaktadır. Bunun yanı sıra işveren ve girişimci sorumluluk noktasında birbirinden ayrılmaktadır. İşveren hukuki bir kavramken girişimcilik için aynı durum söz konusu değildir (Çetinkaya, 2017: 7). İşverenlerin daha durağan ve daha az atılgan bir durumları söz konusudur ve satış ve büyüme istekleri daha düşüktür. Buna karşın girişimciler yenilik hedefleyen, daha saldırgan, büyüme ve karlılığı temel hedefleri haline getirmiş kişilerdir (Güney, 2015: 68). İnovasyon yapamayan, risk ve sorumluluk almaktan kaçınan işverenlere girişimci denilmemektedir. Tüm girişimcilere işveren veya patron denilebilirken, buna karşın her patron veya işveren girişimci olarak değerlendirilemez (Ataseven, 2016: 14). Kendi işletmesini kuran bir girişimci işveren olarak da görev yapabilir ya da girişimci bir işverenin sahip olduğu hukuki sorumluluğu taşımak isteyebilir. Buna karşın işveren bu hukuki sorumluluğu taşımakla beraber girişimci gibi yenilik ve yaratıcılık peşinde olmak zorunda değildir.

2.4.2 Girişimcilik ve yönetici

Girişimci ve yönetici arasında benzer yönler olmakla beraber aralarındaki farklar daha gözle görülürdür. Yönetici kar ve riski başkalarına ait olmak üzere ekonomik kaynakları etkili ve verimli kullanan kişidir. Girişimcide aynı şekilde ekonomik üretim faktörlerinden en etkili şekilde faydalanmak isteyen ancak bu süreçte tüm riski ve karı üstlenen kişidir (Güney, 2015: 68).

Girişimci ve yönetici arasındaki farklar aşağıdaki çizelge 2.2’de gösterilmiştir.

Çizelge 2.2: Girişimci ve Yönetici arasındaki Farklar

Girişimci	Yönetici
Girişimci kendi adına çalışır	Yönetici bir başkası adına çalışır
Girişimci karı ve riski üstlenir	Yönetici kar ve risk başkasına aittir
Girişimci kendi hedeflerine ulaşmaya çalışır	Yönetici girişimcinin gösterdiği hedeflere ulaşmaya çalışır
Girişimci geleceği düşünür	Yönetici geçmişi düşünür
Girişimci kontrole önem verir	Yönetici disipline önem verir
Girişimci dinamik çalışır	Yönetici statik çalışır
Girişimci yenilikçi ve yaratıcıdır	Yönetici mevcut durumu korur
Girişimci kendisini ve müşterilerini memnun etmeye çalışır	Yönetici işletme sahibini ve diğer işletme yöneticilerini memnun etmeye çalışır
Girişimci bağımsızlık ister	Yönetici terfi ve promosyon ister
Girişimci kendi kararlarını kendi verir	Yönetici başkalarının kararlarını uygular
Girişimci çalışanlarla beraber işi yapar ve sonuçları değerlendirir	Yönetici kontrol eder ve sonuçları denetler
Girişimci inovasyona ve Pazar payına odaklanır	Yönetici işletme içerisindeki olaylara odaklanır
Girişimci enformel ve zaman zaman planlama yapar	Yönetici formel ve sistematik planlama yapar

Kaynak: Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 26, Serinkan ve Arat, 2013: 59, Güney, 2015: 69, Birçek, 2008: 24

Yukarıdaki çizelgeden de anlaşılacağı üzere girişimci kendi adına çalışarak riski ve karı üstlenip, kendi yönetim metotlarını geliştiren kişidir. Buna karşılık yönetici bir başkası adına çalışan, işi yöneticilik olan kişidir. Girişimci enerjisini hat safhada harcayarak çalışanlarıyla beraber işi yapıp işletmesini büyüten kişiyken, yönetici çalışanları ve çıktıları denetleyip, raporlayan ve işletme içinde planlama yapan kişidir. Girişimciler yenilik tasarlayarak, hedefleri koyan kişiyken, yönetici bu hedeflere ulaşılması için girişimcinin kararlarını uygulayan kişidir.

Kısaca girişimci işletmesine yöneticilik yapabilir ya da bir yönetici atayabilirken, yönetici pozisyonunda çalışan bir kişi sadece işletme hedefleri çerçevesinde çalışır ve işverenine karşı sorumluluk taşır.

2.4.3 Girişimcilik ve sermaye sahibi

Girişimci, girişimi başlatmak için bir sermayeye ihtiyaç duyar. Bu sermayeyi kendi birikiminden, aileden, arkadaştan, bankadan ya da bir sermaye sahibinden sağlayabilir. Burada bahsi geçen sermaye sahipliği, para sahipliğini ifade etmektedir. Para sahibi olan her sermayedar girişimcilik yapamaz. Girişimcilik yapabilmek için risk almak gereklidir. Risk alabilen kişi girişimcidir.

Girişimcinin asıl özelliği sahip olduğu fikri hayata geçirmek için tüm imkânları kullanması ve gerektiğinde başkasının sermaye birikiminden faydalanarak girişimde bulunmasıdır. Bu cümleden anlaşılacağı üzere paraya ihtiyaç duyan girişimci kimse sermaye sahibi bir yatırımcının parasını alarak bir girişim başlatır ve bu kimselerle ortak çalışabilir (Durak vd. 2017: 13). Sermaye sahibi, girişimciye yatırım yaparak risk alır, ancak girişimci hem risk hem de belirsizlikleri üstlenir.

Tüm sermaye sahipleri girişimcilik özellikleri gösteremeyeceği için daha istikrarlı bir kar elde etmeyi amaçlarlar. Girişimciler ise kar, başarı ve bağımsızlık elde etmek için risk almayı göze alır (Ataseven, 2016: 14). Sermayedar ve girişimci arasındaki en büyük fark riski üstlenebilme becerisi ve istekliliğidir. İş fikrine sahip olmayan bir sermayedar, parasını bir girişimcinin iş fikrine yatırarak kar elde eder. Girişimcide sermayedar ile birlikte hem kar eder hem de kişisel başarı kazanarak kendi işletmesine sahip olur.

2.4.4 Girişimcilik ve esnaf

Küçük çapta ticaret yapan ya da el zanaatlarından biriyle uğraşan kimseye esnaf denir. Girişimci ile esnaf arasındaki en büyük fark, esnafın kendini geçindirecek kadar bir kazanç elde etmesidir. Esnaflık genellikle usta çırak ilişkisiyle öğrenilen ve daha sonra ustalık döneminde kendi ticarethanesini kurarak para kazanılan içinde inovasyon barındırmayan ve riski olmayan bir süreçtir.

Esnaf her ne kadar bağımsız çalışan ve bir miktar birikime sahip olan kişi olsa da girişimciden beklenen yenilik yapma, risk alma, büyüme gibi eylemler ondan

beklenmemektedir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 26). Esnaf hem emeğini hem sermayesini ortaya koyarak çalışır. Kendi emek gücünü harcayarak kazanç sağlar. Ancak girişimci, bir işletme kurar ve bu işletme içerisinde emek gücünü bire bir uygulaması beklenmez.

2.4.5 Girişimcilik ve tüccarlık

Girişimci ve tüccar arasında birtakım benzerlikler mevcuttur. Ticari maksatla kurulmuş olan bir organizasyonu, yalnızca bir bölümü dahi olsa kendi adına yöneten kişiye tüccar (tacir) denilmektedir. Tüccar unvanının kazanılabilmesi için organizasyonun kurulduğunun ilgili makamlara bildirilmesi ve açılışının onaylanması gerekmektedir. Tüccar unvanı taşıyan kişinin yasal sorumlulukları bulunmaktadır. Tüccarlar yapmış oldukları faaliyetler için fatura kullanmalı, organizasyonun ticari sicil kaydını yaptırmalı, ticaret karnesine uygun hareket etmeli ve yasal olarak kayıt edilmesi gereken defter kayıtlarını tutmalıdır. Aynı zamanda tüccarlar iflasa tabidirler. Bu açıklamalara istinaden tüccar özelliklerine baktığımızda, girişimci ile arasındaki en büyük farkın yasal sorumluluklar olduğu görülmektedir. Girişimci, bir başkasının sermayesiyle kurduğu işletme ile hem sermayedara karşı sorumludur hem de tüccar gibi yasal sorumluluklar vardır. Bunun yanında işletmesi için bir yönetici atayan girişimci bu sorumluluklarını yöneticinin almasını sağlar. Aynı zamanda tüccar ve girişimci için sağlanan devlet teşviklerinde ve vergilendirmelerde birtakım farklılıklar bulunur (Demirel, 2003: 16). Yasal sorumluluklar yönünden benzerlikler ve farklılıklar taşıyan girişimcilik ve tüccarlık kavram olarak incelendiğinde, girişimcinin bu sorumluluklarını atayacağı bir yöneticiye devredebildiği anlaşılmaktadır. Ancak bir tüccar bu yasal sorumlulukları kendi taşımalıdır.

2.4.6 Girişimcilik ve lider

Girişimci ve lider arasında oldukça benzer yönler mevcuttur. Bununla beraber girişimci iş hayatında yenilik yapmak isterken lider için bu yenilik yapma isteği toplumun içerisinde değişiklikler meydana getirmektir. Girişimci öncelikle kendi istek ve hedefleri doğrultusunda çalışırken lider daha çok toplumsal kaynaklı durumlar için çaba sarf eder.

Liderlik grup ve toplum için amaç ve hedefler belirleyerek, bu amaç ve hedefler doğrultusunda onları etkileyip harekete geçirmektir. Harekete geçiren kişiye Lider denir (Güney, 2015: 35). Liderlik başkalarını etkileyebilme gücüdür. Lider ve girişimci kimsenin çok fazla benzer özellikleri olmakla birlikte, liderlik vasıfları taşımayan girişimciler ya da lider özellikleri taşıyıp girişimcilik yapmayan kişilerde olabilir. Liderler öncüdür ve kitleleri peşlerinden sürükleyebilecek, onları harekete geçirebilecek özellikler sergilerler.

Liderlik literatürüne baktığımızda bir liderin taşıması gereken 600'den fazla özellik söz konusudur. Fakat bir girişimcinin bunların kaçını taşıması gerektiğiyle ilgili bilimsel bir çalışma olmamakla birlikte, bir girişimcinin başarılı olabilmesi için bu özelliklerden birçoğunu taşıması gerekliliği söz konusudur.

Lider kişi kararlı ve azimlidir. Aynı kararlılık ve azmi girişimcide gösterir. Lider kitleleri ikna eder ve harekete geçirir. Girişimci de fikrini uygulamaya sokmak için, yatırımcıları, bankaları, iş ortaklarını, yöneticilerini, çalışanlarını bu fikre inandırmalı ve onları kendi hedefleri doğrultusunda harekete geçirmelidir. Lider yenilikçidir ve farklılık yaratır. Girişimcinin vazgeçilmez özelliği olan yenilik ve yaratıcılık özelliği, farklı ürün ve hizmetler sunması da liderlikle benzer özelliklerindedir. Lider sabırlıdır ve bir girişimci başarıyı yakalamak istiyorsa sabırlı olmak zorundadır. Liderler iletişimi yüksek kişilerdir ve yine girişimcilerde iletişim becerisi oldukça yüksek olan kişilerdir. Liderler nasıl ekip çalışmasına önem veriyorsa, girişimcilerde ekip çalışmasına önem veren ve ekibiyle beraber çalışan kişilerdir. Liderler mevcut durumu sorgulayıp, mevcut düzenin dışına çıkmak isterler. Girişimciler de mevcut durumda var olan eksiklikleri görüp, fırsatları kovalayarak yenilikler üretirler. Nasıl lider için doğru işi yapmak önemliyse, girişimci içinde doğru işi yaparak kişisel başarı ve tatmin sağlamak önemlidir. Liderlerin uzmanlık gücü denilen, bilgi, beceri, yetenek ve kapasitesinden kaynaklanan bir gücü vardır. Bir girişimci de başarılı olmak için uzmanlık gücüne ihtiyacı duyar (Güney, 2015: 43).

Liderlik ve girişimcilik kavramı incelendiğinde aralarında birçok ortak nokta olduğu gözlemlenmektedir. Ancak bunların yanı sıra aralarında birtakım farklılıklarda mevcuttur. Bu farklılıklar aşağıda sıralanmıştır;

Aralarındaki birtakım farklılıklara baktığımızda; liderler gerektiğinde risk alır, ancak risk almak girişimciliğin doğasında vardır. Liderler kısa bakış açısına sahiptir, girişimciler ise hem kısa hem uzun bakış açısına sahiptir. Liderler için olaylar daha çok önemliyken girişimciler için fikirler önemlidir. Liderler katıdır ancak girişimciler esnek olmalı ve çevreye uyum sağlamalıdır. Liderlerden her zaman bir lider gibi davranması beklenmektedir ancak girişimciden böyle bir davranış tarzı beklenmemektedir. Liderler toplum ve grup menfaatlerini kişisel menfaatlerinin önünde tutmaktadır. Buna karşılık girişimciler için öncelik kişisel menfaat ve faydadır. Liderlerin cezalandırma gücü vardır ancak girişimciler bu gücü liderlerin kullandığı şekilde kullanmazlar.

2.4.7 Girişimcilik ve teknisyen/teknokrat

Girişimcilik ve teknisyen/teknokrat arasındaki kavramsal farkı anlayabilmek için öncelikle teknokrat kelimesinin anlamının bilinmesi gerekmektedir. Böylece aradaki kavramsal fark ortaya çıkacaktır.

Teknokrasi kelimesi eski Yunancada uzmanlık ve beceriklilik anlamına gelen, tekne ve teknikos sözcüğü ile yetki ve otorite anlamına gelen krotos sözcüğünün birleşmesinden meydana gelmiştir. Teknokrasi, teknokratların yönetimi anlamına gelmektedir. Teknokrat ise, yüksek kademede bulunan siyasi güç sahibi teknisyenleri ifade eder. Teknokratlar ekonomi, maliye ve idare alanında bilgiye sahip uzman kişilerdir (Belet, 2008: 26). Girişimciler bahsi geçen bu alanlarda uzmanlık sahibi olabilirler. Ancak onların teknokratlar gibi toplumun geleceğini tayin eden veya siyasete yön veren bir durumu söz konusu değildir. Teknokratlar yenilik yapabilir ancak yeniliklerin piyasada yer bulması girişimcinin özelliğidir. Girişimci gelecekte yaşar, hayal eder ve tasarlar, teknisyen ise şu an da yaşar (Karagöz, 2009: 37). Girişimci iş fikrini hayal eden kişidir. Teknisyen ise bu hayali doğru yöntemlerle uygulamaya sokan kişidir (Sönmez, 2017: 17). Bu tanımlamalardan anlaşılacağı üzere hem girişimcilerin hem de teknisyen/teknokratların bazı benzer özellikleri vardır. Her iki grubunda belli uzmanlık alanları olmasına karşın girişimciler sahip oldukları bu uzmanlık

alanları ile siyasi sistemi değil ekonomik sistemi etkilerler. Aynı zamanda teknisyen kişi bir işletme için kilit eleman olarak çalışabilirken girişimci sadece kendi işletmesi için çaba sarf eden kişidir.

2.5 Girişimcilik Türleri

Girişimciliğin türlere ayrılmasının belli nedenleri vardır. Girişimciler hangi tür girişimde bulunacaklarını, kişilik özelliklerine, içinde buldukları topluma, yaşadıkları bölgenin ihtiyaçlarına, fırsatların karşılıklarına çıktığı yere göre seçebilirler. Girişimciler bu girişimcilik türlerinden illa bir tanesini seçmek zorunda değildir. Bir girişimci hem çevreci girişimcilik hem elektronik girişimcilik yapabilir ya da akademik girişimcilikten yaratıcı girişimciliğe geçiş yapabilir.

Yenilik yaratma girişimciliğin temel taşlarından biri olduğu için hangi tür girişimcilik yapılacağı girişimcinin beceri, yetenek ve uzmanlık bilgisine göre de değişebilir.

Aşağıda girişimciliğin türleri detaylı olarak açıklanmıştır.

2.5.1 Orijinal girişimcilik

Girişimcilik türlerinden orijinal girişimciliği incelediğimizde karşımıza kişinin ilk defa girişimcilik yapma cesareti sergilemesi çıkmaktadır. Orijinal girişimcilikte değişikliklere açık, yaratıcı, inovasyon sahibi kişilerin yeteneklerini ilk olarak ortaya koymaya çalıştıkları bir girişimcilik söz konusudur.

Orijinal girişimcilik, hayallerini gerçekleştirerek, amaçlarına ulaşmak için harekete geçen ve tamamen sıfırdan başlayan girişimcileri tanımlar (Cin ve Günay, 2013: 11). Bu girişimcilik türünde, girişimcilerin öz becerileri, kişisel yetenekleri, sezgileri ve geçmiş tecrübeleri gibi unsurlara dayanarak ortaya çıkardıkları iş fikirlerini ilk kez hayata geçirmeleri mevzubahistir (Gençay, 2017: 23).

2.5.2 Kurumsal girişimcilik

Girişimcilik türlerinden kurumsal girişimcilik, kurumsal şirketlerin rekabet avantajı elde etme, rakiplerinden öne geçme, yaptıkları yeniliklerle piyasada öncü olma isteği söz konusudur.

Kurumsal girişimcilik, var olan bir organizasyonun, yeni bir yatırım yapması, üretim faktörlerini değiştirmesi, yeni ürün geliştirmesi veya yeni pazarlara girmesini tanımlamak için kullanılır (Akdemir, 2015: 336). Kurumsal işletmeler, rekabet güçlerini kaybetmemek için yeni oluşumlar içine girerler. Bir işletmenin hem sektörde hem de pazardaki gücünü koruyabilmesi için işletme içinde yenilik yapmalı, etkinliğini arttırmalı ve fırsatları görerek bunları değere dönüştürmelidir. Tüm bunların toplamına ise kurumsal girişimcilik denir (Kaygın vd., 2017: 375). Kurumsal girişimcilik, kurumsal şirketlerin vazgeçilemez bir unsurdur. Kurumsal şirketlerin piyasada güçlü kalabilmeleri için, işletme içerisinde girişimciliği desteklemeleri ve amaçlarına uygun kişileri işe alarak işletmenin tümünün değişimin içinde olmasını sağlamaları bir zorunluluktur.

2.5.3 İç girişimcilik

İç girişimci olarak tanımlanan kişi, bir işletmede çalışmak suretiyle o işletmenin kaynaklarını kullanarak girişimci yeteneklerini devreye sokan kişidir. İç girişimci piyasanın kıt kaynaklarından ya da sermaye bulma sorunundan bağımsız çalıştığı işletmenin kaynaklarını kullanan ancak elde ettiği geliri tamamen kendisine ait olmayan ve bu geliri işletmesi ile paylaşan kişidir.

İç girişimcilik mevcut işletme içerisinde yenilik yapmaktır. Daha genel bir tanımla, yenilik ve yaratıcılık yapmak suretiyle fırsatları gören ve geliştiren, bunları değere dönüştüren iç girişimcinin yaptığı girişimcilik türüdür (Yıldırım, 2008: 62).

Kurumsal girişimcilikten en büyük farkı, kurumsal girişimcilik üst yönetim tarafından yapılırken, iç girişimcilik, işletmeye bağlı çalışan fakat girişim yapabilecek yeterli imkânı olmayan kişilerin işletme kaynaklarını kullanmak suretiyle girişimcilik yapmasıdır.

Tüm bu açıklamaların yanı sıra iç girişimci ve bağımsız girişimci arasında birtakım farklar doğmaktadır. Bağımsız girişimci ve iç girişimci arasındaki farklar aşağıdaki çizelge 2.3 'te detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çizelge 2.3: Bağımsız Girişimci ve İç Girişimci arasındaki Farklar

Bağımsız Girişimci	İç Girişimci
İşletme dışındaki kişisel girişimler	İşletme içindeki kişisel girişimler
Kendi kaynağını kendi yaratır	İşletme kaynaklarını kullanır
Girişimcinin kendi kontrolü altında	İşletme kontrolü altında
Risk sermayesi firmalarından fon sağlar	İşletmenin diğer faaliyetlerinden fon sağlar
Niş stratejileri takip eder	İşletme stratejilerini takip eder
Kıt kaynaklarla başa baş rekabetten kaçınır	İşletme kapasite, marka ismi, dağıtım kanallarını kullandığı için geniş ölçekli rekabete girer
Farklılaştırılmış ürün veya cazip fiyatlarla girişimi avantaja çevirir	Fazla kapasiteden kaynaklanan düşük maliyet avantajına sahiptir
Kendi politikalarını kendileri belirler	İşletme politikalarına uymak zorundadır
Bağımsız çalışanlar	Bağımlı çalışanlar
Kendi adına çalıştığı için daha motive edilir	Başkası adına çalıştığı için daha az motive edilir

Kaynak: Ağca ve Yörük, 2006: 164-168

İç girişimcilik ve bağımsız girişimciliğin farklarının tanıtıldığı yukarıdaki çizelgeye istinaden şu yorumlar yapılabilir;

Bağımsız girişimciler kendi adına çalışır, kendi kişisel tatmini için fırsatları ve kaynakları bularak bir araya getirir. İç girişimciler başkası adına çalışır ve o işletmenin kaynaklarını kullanmak zorundadır. Bağımsız girişimciler kendi çalışma stratejilerini, kendi işletme içi prosedürlerini kendileri belirler. İç girişimciler işletmenin sahip olduğu kural ve prosedürlere uymak zorundadır. Bağımsız girişimci kendi adına çalıştığı için daha motive bu karşın iç girişimci bir başkasına adına çalıştığı için daha az motive edilir. Bağımsız girişimci kaynaklara ulaşmada sorun yaşarken, iç girişimci şirket kaynaklarını kullandığı için daha çabuk sonuca ulaşabilir. Bağımsız girişimci sermaye bulup iş fikrini harekete geçirmek zorundayken, iç girişimci iş fikrini şirketin sahip olduğu sermaye ile harekete geçirebilir.

2.5.4 Profesyonel girişimcilik

Girişimci işletmesini kurarken öncelikle kendi adına çalışır ve işletmesini büyütür. Bu zaman zarfı içerisinde başka bir iş fikri bulup, başka alanlara yatırım yapmak isteyebilir. Sahip olduğu işletmeyi satarak kendi namına daha fazla kar getirecek ya da daha fazla tatmin olacağı bir iş kurmak isteyebilir.

Bunların dışında yaşlılık, emeklilik, yeteneklerin yitirilmesi, sağlıkta bozulma, işi devredecek bir sonraki neslin olmaması veya işi devralmak istememesi ya da aile fertlerinden gelen olumsuz baskı ile işi ilk kuran girişimcinin, işletme içi veya dışındaki bir başka girişimciye işi devretmesi ya da satmasına profesyonel girişimcilik denir (Gençay, 2017: 24).

2.5.5 Teknik girişimcilik

Teknik girişimcilik araştırma ve geliştirme faaliyetleriyle İnovasyona yapılan yatırım olarak düşünülebilir. Yüksek eğitim seviyesi olan ve teknolojik anlamda bilgi sahibi girişimcilerin iş fikirlerine olan yatırıma teknik girişimcilik denir (Gençay, 2017: 26). Bir ekip işi olan teknik girişimcilik hem yatırım hem yönetim faaliyetlerini de içinde barındırır (Öztürk, 2016: 24).

Teknik girişimcilik, tekno-girişimci olarak adlandırılan vizyonu geniş, sezgileri kuvvetli, pazar oluşturma ve bu pazarı büyütme becerisine sahip, teknoloji üretip geliştirebilen kişiler tarafından yapılmaktadır. En büyük avantajı az fon ile yüksek kâr marjı elde etmeleridir (Gül, 2012: 38).

2.5.6 Çevreci girişimcilik

Çevreci girişimcilik, işletmelerin iç ve dış tüm paydaşlarını ilgilendiren, işletme hedefleri doğrultusunda hareket ederken topluma kazanç sağlayacak faaliyetlerin uygulanıp, doğal kaynakların bilinçsizce tüketilmesi, bundan kaynaklı ekolojik hayatın zarar görmesi, çevrenin kirlenmesi gibi olumsuz sonuçların ortadan kaldırılmasına yönelik girişimcilik türüdür (Aykan, 2012: 195-196-199).

Çevreci girişimcilik hem kendi namına para kazanırken hem de çevreye karşı duyarlı girişimcilerin yapmış olduğu girişimcilik türüdür (Yıldırım, 2008: 82). Çevreci girişimcilik, girişimcilerin bireysel karakteristikleri ve becerileri ile doğanın en az derecede etkileneceği yöntemleri bularak, pazarda kendisine

rekabet avantajı sağlayacak fikirlerle çevresel yenilikler yapmasıdır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 38). Çevreci girişimcilik, girişimcinin hem doğayı koruması hem de bu doğrultuda ortaya çıkan fırsatları değerlendirerek kar elde etmesidir (Sönmez, 2017: 8).

2.5.7 Elektronik girişimcilik

Elektronik girişimcilik, mal ve hizmetlerin, tanıtım, satış ve dağıtımının yapılmak suretiyle telekomünikasyon ağlarının kullanıldığı girişimcilik türüdür (Kaygın vd. 2017: 204). Sanal girişimcilik aynı zamanda e-ticaret olarak adlandırılmaktadır (Sönmez, 2017: 8).

Sanayi toplumundan bilgi topluma geçişle beraber elektronik girişimcilik artan bir hız kazanmıştır. Bu hızın elektronik ortama erişim imkânlarıyla alakalı olduğu bir geçektir. Elektronik girişimciliğin en büyük avantajları; düşük maliyetlerle pazara girmek, sadece yerel değil, uluslararası pazarlarda yer edinmek, mal ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi, elektronik ortamda görülen mal ve hizmetlerin geliştirilerek tekrar piyasaya sunulmasında kolaylıktır. Aynı zamanda, elektronik girişimcilik, girişimciyi monotonluktan kurtarır ve elektronik ortamla ilgili bilmek istenilen her şey yine elektronik ortamda kolay ve hızlı bir şekilde öğrenilebilir (Kaygın vd. 2017: 204-206).

2.5.8 Kamu girişimciliği

Kamu girişimciliği kavramı 1970'ler de literatürde yer bulmuştur. Yaşanan ekonomik sıkıntılarla birlikte sadece vergi gelirlerinden elde ettikleri kazancın kamu harcamalarına yeterli gelmediğinin fark edilmesi üzerine, kamu sektörlerinin yönetimin yenilikçi bir bakış açısıyla ele alınması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Böylelikle girişimcilik ruhunun kamuya da sıçramasıyla birlikte kamu örgütlerinin tüketici beklentilerine yönelik daha hızlı ve daha kaliteli ürün ve hizmet sunması söz konusu haline gelmiştir. Kamu işletmeleri diğer girişimci işletmelere nazaran daha bürokratik bir durumdayken, kamu girişimciliği ile daha az bürokratik ve esnek hale gelmişlerdir. Bu durumda kamu-kamu ve kamu-özel rekabetinin canlanmasına, işletme maliyetlerinin düşmesine ve ekonomik anlamda etkinliğin artmasına fayda sağlamıştır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 43-44). Kamusal örgütlerle özel örgütler arasında bürokratik açıdan birtakım farklar yer almaktadır. Örgütler arasındaki

bu farklar hem yapısal hem yönetsel hem de kültürel açıdan karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu farklılıklara rağmen kamu hizmetlerinin toplum ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeye gelebilmesi için kamu girişimciliğinin desteklenerek, oldukça sıkı olan bürokratik yapısından sıyrılıp, sahip olduğu kaynakların etkili ve verimli bir şekilde kullanılmaya teşvik edilmesi gereklidir.

Tüm bunları bir araya topladığımızda kamu girişimciliğini, tüketici ihtiyaçlarının fark edilerek meydana çıkan fırsatların değerlendirilmesi, kamu ve özel sektör kaynaklarının birlikteliğinden doğan gücün kullanılması, bu kaynakların belli bir risk altında kullanılarak toplum adına değer yaratma çabası olarak tanımlayabiliriz (Kaygın vd. 2017: 144). Kamu girişimciliği, kamunun tekelinde olan mülkiyetlerin işletilmesi, denetlenmesi, üretim faktörlerinin harekete geçirilmesi ile pazarda sunulan özel sektöre ait mal ve hizmetlerin kamu tarafından üretilmesi anlamına gelmektedir (Gençay, 2017: 28).

2.5.9 Fırsat girişimciliği

Girişimciliğin en önemli iki özelliği yenilik ve yaratıcılıktır. Yenilik ve yaratıcılık yapabilmek için girişimcinin bulunduğu piyasa, bölge, ülke hatta uluslararası alanda ki fırsatları görüp bunları değerlendiriyor olması gerekmektedir. Önemli fırsatları yakalayabilmek için girişimci, iyi bir eğitim almış olmalı, ekonomik alanda bir geçmişi olmalı, yöneticilik deneyimine sahip olmalı ve finansal kaynakların kullanımını biliyor olmalıdır. Tüm bu özellikleri topladığımızda karşımıza fırsat girişimciliği yapan, fırsat girişimcisi çıkmaktadır (Damar, 2015: 39). Girişimci kişinin fırsat girişimcisi olarak tanımlanabilmesi için tüm bilgi, beceri, teknik yeterlilik, tecrübe ve ön görüşlerini kullanarak piyasada bulunan boşlukları doldurabilecek fikirleri hayat geçirmesi gerekir.

Fırsat girişimciliği, piyasada oluşan boşlukları görme ve kriz ortamlarından faydalanma olarak nitelendirilmektedir (Cansız, 2007: 44). Bu girişimci tipinin en önemli özelliklerinden biri öngörülerle birlikte hareket ederek pazardaki potansiyel fırsatları yakalamasıdır (Cici, 2013: 29).

2.5.10 Yararıcı girişimcilik

Yararıcı girişimcilik kavramı aslında girişimciliğin özünü tanımlar. Yararıcı girişimcilikte, bir ürüne eklenecek yeni bir özellikle piyasaya sunulması, ürünün daha kaliteli mallarla üretilerek ekonomik ömrünün uzatılması, yeni teknolojik üretim imkânlarıyla daha ucuza üretilmesi hatta bunlarında ötesine geçilerek piyasada olmayan bir ürün ve hizmetin piyasaya sokulması vardır (Gençay, 2017: 28, Damar, 2015: 39-40).

2.5.11 Sosyal girişimcilik

Sosyal girişimcilik, toplumu ilgilendiren sorunların fark edilip, bunları görmezden gelmek yerine bu sorunlarla mücadele ederek ortadan kaldırılmaya çalışılmasıdır (Betil, 2010: 24).

Sosyal girişimciler, fon sağladıkları yardım kuruluşları veya devlet örgütlerinin kar amacı güdecek uygulamalarıyla alakadar olmamakta, bunun tersine toplum için fayda yaratacak değerler oluşturma peşindedir (Günlü, 2015: 27).

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları bazı özellikler; çok az kaynağa sahip olmasına rağmen cesaretle hareket eden, toplum için bir değer yaratacak fırsatları araştırıp ve bulan, yenilik ve değişime açık, yapmış olduğu eylemlerin çıktılarının arkasında durabilen kişilerdir (Günlü, 2015: 28). Sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran en önemli özellik kâr amacı gütmeyen sonuçlar elde etme çabalarıdır.

2.5.12 Stratejik girişimcilik

Stratejik girişimcilik, daha çok işletmelerin yapmış oldukları iş dışında, yeni bir fikir ya da pazardaki fırsatları arayarak, algılayarak ve yakalayarak rekabet avantajı elde etmeleri olarak tanımlanır (Akdemir, 2015: 337). Stratejik girişimcilik, stratejik yönetim ve girişimcilik yöntemlerinin bir arada kullanılarak hem yeni fırsatlar aramak hem de işletmenin en iyi performansla çalıştırılarak yüksek bir katma değer yaratılması anlamına gelmektedir (Damar, 2015: 42). Günümüz iş hayatında stratejik yönetim işletmelerin vazgeçilmez bir unsurudur. Stratejik planlamalar yapma işletmelerin piyasadaki rekabet güçlerini arttırır. Bunun yanı sıra stratejik yönetim ve planlamanın içine

girişimcilik fikri aşılındığında işletmelerin piyasada tutunmaları ve uzun ömürlü olmaları sağlanır ayrıca girişimcilik ruhuyla çalışan bir işletmenin karlılığı yüksek olur.

2.5.13 Akademik girişimcilik

Üniversite girişimciliği olarakta anılan akademik girişimcilik, akademi çalışanlarının yapmış olduğu araştırma sonuçları veya piyasada talep edilen bir ürünün icat edilerek piyasaya sürülmesi olarak tanımlanmaktadır. Üniversite alışanları bir girişimci gibi davranarak elde ettiği çıktılarla ya da ürettikleri bir tasarımla, çalıştıkları üniversite için bir ticari gelir kaynağı yaratırlar (Özdevecioğlu ve Karaca, 2017: 52).

Teknoloji lisans sözleşmeleri, patent hakları ve araştırma çıktılarının değerlendirilmesi, üniversitelerin fikri mülkiyet hakkının ticarileşerek ekonomik kazanç yaratması aynı zamanda tüm bu çıktıların ulusal ekonominin canlanması ve büyümesine yaptığı katkı bakımından akademik girişimcilik toplumsal refah düzeyi açısından önemli bir yer tutmaktadır (Kaygın vd. 2017: 244-249). Akademik girişimciliğin, patent hakları, lisans sözleşmeleri ile kar sağlayan, akademik bir çalışmanın yayınlanması ile kar sağlamayan yani ticari bir getirisi olmayan iki yönü bulunmaktadır.

2.5.14 Esnaf girişimciliği

Esnaf girişimciliği, öncesinde kendisi aynı mesleği icra ederken daha sonra kişisel tasarruf veya tanıdıklardan sermaye sağlayarak kendi adına işletme kuran kişilerin yapmış olduğu girişimcilik türüdür. Esnaf girişimciliğinde, girişimciden bir yenilik veya yaratıcılık yapması beklenmeksizin emek gücüyle işi yapma konusunda bilgi, beceri ve tecrübesi olan kişilerin bağımsız çalışma amacıyla bir işletme kurması söz konudur. Daha çok terzilik, kuaförlük, tamirat, bakkal veya küçük lokanta sahipleri bu gruba girmektedir (Cici, 2013: 29).

Esnaf girişimciler mesleki tecrübesi fazla ancak eğitim seviyesi düşük kişilerdir (Damar, 2015: 40).

2.5.15 Girişimci girişimciliği

Girişimci girişimciliği, girişimcilik tecrübesine sahip kişilerin, başka pazarlarda ki fırsatları görerek o piyasaya yatırım yapması ya da o pazarda girişimcilik yapan kişilerle ortak olması olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2016: 24).

Bu girişimcilik türü durağan olan piyasalarda iş gören girişimcilerle bu piyasada ki boşlukları fark etmiş diğer girişimcilerin ortaklaşa hareket ederek büyümesi anlamına gelmektedir (Demirel, 2003: 26).

2.6 Girişimciliğin İşlevleri

Girişimcilik toplumsal ve ekonomik anlamda refah yaratan bir süreçtir. Girişimcilerin bu süreç zarfında yapmış oldukları yenilikler birtakım faaliyetlerin sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik ve toplumsal açıdan birçok işlevi yerine getiren girişimciler sayesinde sürdürülebilir ekonomik ortam yaratılmakta ve rekabet avantajı elde edilmektedir (Tosunoğlu, 2003: 18).

Yukarıda bahsi geçen pozitif durumların gerçekleşebilmesi için girişimcinin birtakım işlevleri yerine getiriyor olması gerekmektedir (Erdurur, 2012: 11).

Bu işlevler aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

2.6.1 Yeni mal ve hizmet üretmek

Küresel ortamdaki artan rekabet koşullarıyla beraber girişimciden beklenen yeni mal ve hizmetler üretmesidir. Girişimciler buldukları ortamdaki değişim ve gelişmelere ayak uydurmalı hatta bu değişimlerin ötesine geçmelidir. Ürün ve hizmet çeşitliliğini arttırmalı, gelişen teknolojileri takip etmeli, sürekli yenilik yapmalı, iyi eğitilmiş personelle çalışmalı, katma değeri yüksek ürünler üretmelidir (Tosunoğlu, 2003: 19-20).

Tüketici istek ve ihtiyaçları giderek artmakta ve sık sık değişmektedir. Aynı zamanda bilinçli tüketiciler gün geçtikçe artmakta ve ileri teknoloji ürünlerinin talebi fonksiyonel açıdan daha fazla değer katan ürünlerin üretimini gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda girişimciler büyümek ve karlılıklarını arttırmak için ürün ve hizmet çeşitliliğini arttırmalı, bu konularda uzmanlaşmalıdır.

2.6.2 Yeni üretim teknikleri geliştirmek ve uygulamak

Girişimcilere büyük avantajlar sağlayacak bir diğer işletme fonksiyonu yeni üretim teknikleri yaratmaktır. Bu tekniklerle var olan ürünleri daha kısa vadede, daha ucuza hatta daha kaliteli üretmenin yollarını aramak girişimciliğin temelinde yatan yaratıcılık özelliğiyle aynıdır. Yoğun rekabet ortamının baskısıyla girişimciler rakiplerinden öne geçmek ve piyasada ki pazar paylarını arttırmak için etkili ve verimli üretim teknikleri geliştirmelidir.

Tüketiciler piyasada ki tüm alternatifler arasında en uygun fiyat ve en kaliteli ürünü tercih etme, fonksiyonel anlamda diğer ürünlerle kıyaslama yapma hakkına sahip olduğundan, girişimciler en verimli girdilerle en etkili çıktılarını elde etmelidirler (Akdemir, 2015: 28).

2.6.3 Yeni işletmeler kurmak ve istihdam yaratmak

1970'lerden sonra yaşanan ağır rekabet koşullarıyla birlikte büyük ölçekli organizasyonlar ortama ayak uyduramamış, hızla değişen teknolojiyi takip edememişlerdir. Küçük ve orta boyutta işletmelerin daha esnek olması, değişen ve gelişen küresel ortama hızla adapte olması girişimcilerin yerel ekonomide yaratmış olduğu farkı gözler önüne sermiştir (Tosunoğlu, 2003: 21).

Yeni bir iş fikriyle hareket eden, piyasayı takip eden, risk almaktan çekinmeyen, yeniliklere açık ve belirsizliklere karşı toleransı olan girişimcilerin kurmuş olduğu işletmeler ekonomik canlılığın kaynağını oluşturmaktadır. Bu işletmelerle girişimciler, teknolojik yenilikleri bünyesine katarak üretim ve pazarlama yöntemlerinde yenilikler yaparak öncelikle maksimum kar elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda kurmuş oldukları organizasyonlarla istihdama katkı sağlayarak ekonomik gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olan işsizlik oranlarının düşmesine katkı sağlamaktadırlar.

2.6.4 Yeni pazarlara ulaşmak

Girişimciliğin yeni pazarlara ulaşma işlevi, sürdürülebilir ekonomik ortamın sağlanabilmesi için belki de en önemlisidir. Girişimcinin tüm çıktılarını sunabileceği pazarlar bulması, içinde bulunduğu pazara canlılık katması, yeni ürünler ile piyasada kendisine yer bulması girişimciliğin yeni pazarlara ulaşma işlevlerindedir. Girişimcinin yeni pazarlara ulaşması satış miktarlarını

arttırmaktır (Güney, 2015: 76). Ne kadar çok pazara ulaşabilirse üretim o kadar çok artacaktır.

Bilgi teknolojileri sayesinde üretim maliyetlerini düşüren ve yeni yöntemlerle farklı ürünler üreten girişimciler bu ürünleri satmak için yeni pazar arayışlarına girmektedirler. Hatta piyasaya ilk defa sürdükleri ürünlerle kendi ürünleri için yeni bir pazar yaratmaktadırlar (Akdemir, 2015: 32). Ekonomik canlılığın sürdürülebilmesi için iyi bir piyasa araştırması yapılmalıdır. Bu bağlamda hangi ürünün nerede satılacağı, ürünlerde yapılacak yeniliklerin toplumun ihtiyaçlarına göre belirlenmesi, ürün paketlemelerinin toplumun kültürel yapısına göre şekillenmesi, ulaşılan pazarlardaki rakiplerin konumlarının öğrenilmesi ve bu piyasadaki fiyatlandırmaların iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

2.6.5 Üretim için yeni kaynaklar bulmak

Daha ucuz mal üretimi için girişimcilerin yerel ve uluslararası hammadde kaynaklarını araştırmaları ve bu kaynakları en etkili bir biçimde üretim faaliyetlerine başarılı çıktılar alınacak şekilde organize etmeleri girişimcilerin yeni kaynak bulma işlevleridir (Altınel, 2016: 50).

Yeni kaynak araştırma ve bulma işlevi sadece hammadde ile sınırlı değildir. Yeni teknolojileri bulmak, yüksek eğitilmiş kişileri istihdam etmek, bilgili, becerikli ve deneyimli ekip arkadaşları seçmekte üretim faaliyetlerinin etkinliğini arttıracak insan ve ekipman kaynağını oluşturmaktadır.

2.6.6 Sermaye birikimi yaratmak ve gelir dağılımı dengesini sağlamak

Girişimciler yaratmış oldukları ekonomik değerler sayesinde endüstrilerin büyümesine ve karların artmasına olanak sağlamaktadırlar. Artan karlar sayesinde sermaye birikimi ortaya çıkmakta, yeni yatırımlar için fonlar oluşmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinin artması piyasada ki rekabeti canlandırmaktadır. Bu canlanma ekonomik dinamiklerin artmasını sağlayarak piyasada emek gücüyle istihdama katılanlar arasında gelir dağılımını düzenlemektedir (Akdemir, 2015: 33-34).

Yukarıda açıklananlar ışığında girişimciliğin sağladığı işlevleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

- Girişimci yenilik ve yaratıcılık yaparak piyasaya can verir,
- Üretmiş olduğu yeni teknolojiler sayesinde maliyetleri düşürdüğünden, toplumun ihtiyaçlarının daha uygun maliyetlerle sağlanmasına olanak tanır,
- Girişimci kurmuş olduğu yeni işletmeler sayesinde hem hedeflerini gerçekleştirirken hem de istihdama yapmış olduğu katkılar sayesinde işsizlik oranları düşer,
- Girişimcinin oluşturduğu yeni pazarlar sayesinde rekabet artar, artan rekabetle beraber daha kaliteli ürünlerin daha ucuza arzı söz konusu olur,
- Girişimcilerin elde ettikleri başarılar sayesinde gayri safi milli hasıla büyür, alt yapı gelişir, teknoloji gelişir, işsizliğin azalmasıyla gelir dağılımı dengesi yaratılır,
- Girişimci kendi adına çalışırken bir taraftan yaratmış olduklarıyla milli servete katkıda bulunur,
- Piyasalarda sağlanan güven ile yabancı yatırımcılar ülkeye sermaye akışı başlatır,
- Tüm bunların yanı sıra başarılı girişimciler sayesinde yeni girişimciler piyasada yer bulacak cesarete sahip olur.

2.7 Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimcilik ruhunun oluşmasında girişimci kişiyi etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Girişimci kişiliğin oluşması çocukluktan başlayarak, kişinin içinde bulunduğu yasal ve kültürel çevreyi de kapsayan bir süreç içerisinde gerçekleşir.

Kişilerin sergilemiş oldukları davranışlar, öncelikle demografik ve psikolojik özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Toplumun kendisine öğrettikleri ile şekillenen kişi ailenin, çevrenin, aldığı eğitimin, bulunduğu yerin yasal düzenlemelerinin etkisi altında kalarak bir takım faaliyetler de bulunur (Durak vd. 2017: 37).

Girişimciliğe etki eden faktörleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

2.7.1 Girişimciliğe etki eden genel faktörler

Girişimciliğe etki eden genel faktörler arasında yaş, medeni hal, cinsiyet, gelir durumu, psikolojik yapı ve dini inanç sayılmaktadır. Bu faktörler aşağıda açıklanmıştır: (Çetinkaya, 2011: 24, Cici, 2013: 43, Bozkurt ve Erdurur, 2013: 62-63, Kazaferoğlu, 2017: 36-37, Eren, 2012: 52-53, Mungan, 2013: 6, Gül, 2012: 29, Öztürk, 2016: 20).

- Yaş; girişimcilik eğilimi açısından önemlidir. Henüz finansal ve ailevi sorumlulukların olmadığı yaşlarda girişimciliğe eğilmek daha sık rastlanan bir durumdur. ABD ve Türkiye’de yapılan araştırmalar girişimcilik eğiliminin 25-40 arasında olduğunu göstermektedir. Daha ileriki yaşlarda girişimcilik eğilimi sergilemek mümkün olmakla beraber, kişisel sorumlukların fazlalığı kişinin girişimcilik eylemlerini etkilemektedir. Buna rağmen girişimcinin belli bir yaşa kadar kazanmış olduğu iş tecrübesi, yönetsel deneyimler, sermaye birikimi, piyasanın dünden bugüne olan durumunun farkında olması gibi durumlar girişimcilik eylemlerinin çıktılarını etkilemektedir.
- Medeni hal; girişimci eylem sergileme konusunda bireyler için itici veya çekici bir güç olmaktadır. Evli bireylerin aile, eř ve çocuk sorumlukları olduğu için risk alma eğilimlileri bekâr bireylere göre daha düşüktür. Bekâr girişimciler için belirsizlik ortamı ve risk faktörü daha kolay tölere edilebilecek durumdayken, evli bireyler için bu durum daha az söz konusu olmaktadır.
- Cinsiyet; öğrenilmiş olan toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyete ilişkin önyargılar ve cinsiyete yüklenen anlamlar girişimciliğe etki eden faktörlerdendir. Literatüre baktığımızda ‘Kadın Girişimciliği’ diye ayrı bir başlık açılmış, ‘Kadın Girişimciliği’ diğer girişimcilik türlerinden ayrı bir araştırma konusu haline gelmiştir. Girişimcilik üzerine etki eden cinsiyet kavramı, girişimcilerin sahip oldukları bir takım cinsiyet farklarına dayanan ve farkındalıklarını etkileyen algı düzeyleriyle alakalıdır. Yapılan araştırmalarda kadınların daha çok sezileriyle hareket ettiği, aile bütçesine katkı yapmak için girişimci olduğu ve erkeklere nazaran daha az risk üstlendikleri görülmektedir.
- Gelir durumu; kişilerin birikimlerini ve böylece yatırımlarını etkileyen bir faktördür. Girişimcinin sahip olduğu sermayenin miktarı, iş fikrinin hangi

sektöre ve ne ölçüde bir riskle yatıracığının ölçütüdür. Buna karşın her birikim sahibi birey girişimcilik özellikleri sergileyememektedir. Ayrıca günümüz bilgi toplumunda girişimcilik için bireyin sahip olduğu sermaye tek başına yeterli olmamakla birlikte asıl önemli olan sahip olduğu iş fikridir. Girişimcilik gelir durumuyla oldukça alakalı bir bileşendir. Gelir durumunu yükseltmek isteyen kişilerin girişimcilik yapmak için daha istekli ve daha hırslı olmaları söz konusudur. Bu da yeni iş fikirleri için daha fazla çalışmaları ve üretmeleri anlamına gelmektedir.

- Psikolojik yapı; girişimcilerin, girişim kararı almalarında önemli bir yere sahiptir. Bağımsızlık, kendi işinin patronu olma, kişisel tatmin, özgüven, hayallerini gerçekleştirme, kararlarının arkasında durabilme, sorumluluk alma, vizyon sahibi olma, proaktif davranma gibi özellikler bireylerin girişimcilik yapma istek ve becerilerini ilgilendiren psikolojik faktörlerdir. Psikolojik yapı, girişimci olma kararı almada önemli bir yer tutmaktadır. Yüksek enerji, önemli kararlar verebilme, ileri görüşlü olabilme, yaratıcılık becerisine sahip olma, çok çalışma isteği gibi faktörler kişinin psikolojik yapısını oluşturmaktadır. Bu özelliklerde kişinin girişimci olabilme isteği ve potansiyelini etkilemektedir.
- Dini inanç; inanç sahibi kişilerin girişim faaliyetlerini, girişimcilik kararlarını, girişimcilik yapma yöntemlerini ve içerisinde buldukları çevreyi etkilemektedir. Din ve girişim arasında karmaşık bir ilişki vardır. Dinlerin koymuş oldukları kurallar ve inananlardan beklentileri; alışkanlıklar, tüketim, üretim, sosyo-kültürel altyapı, psikolojik davranışlar vb. ekonomik faktörler üzerinde etkili olmaktadır. Bazı dinler girişimciliği teşvik edici özelliğe sahipken bazı dinler engelleyici özelliğe sahiptir. Girişimciler kişisel tatmin ve kar için girişim yapmaktadırlar. Ancak bazı dini inançlara göre bireysel davranmak ya da kar elde etmek yasaklanmış olabilir. Dini inançlar bu açılarından girişimciliği engelleyici bir faktör olabilir.

2.7.2 Girişimciliğe etki eden aile faktörü

Ailenin rol model olarak alınması, ailenin desteği veya negatif tutumu girişimciliği etkileyen faktörlerdendir. Çocuğun ailede aldığı eğitim, ailede girişimci birinin olup olmaması veya ailenin girişimcilik yapma isteğine vereceği tepkiler önemlidir (Çetinkaya, 2011: 21).

Aynı zamanda ailenin eğitim durumu, sosyo-kültürel konumu, çalıştıkları sektör girişimcilik ruhunu etkilemektedir (Taş, 2016: 21). Ailenin girişimci üzerinde üç etkisi vardır. Bunlar destekleyici, kısıtlayıcı, kararsızlık yaratıcı etkilere dir. Destekleyici etki ailede veya çevrede girişimcilik yapan kişilerin örnek gösterilmesiyle oluşur. Kısıtlayıcı etki, risk alma eğilimi düşük ailelerin daha garantici olma yolunu seçmelerinden kaynaklanmaktadır. Kararsızlık yaratıcı etki ise, ailenin tepkisizlik durumudur. Kişiler desteklenmek ve takdir edilmek isterler. Bu isteklerinin karşılıksız kalması kişilerde kararsızlık yaratır (Erkan, 2012: 28).

2.7.3 Girişimciliğe etki eden eğitim faktörü

Başarılı bir girişimci olmak için iyi bir eğitim almak gerekmektedir. Değişen ve gelişen dünyaya ayak uydurmak, teknolojiyi takip edebilmek için bireyin yüksek eğitim seviyesine sahip olması gerekmektedir. Aynı zamanda girişimcilik özellikleri sonradan da kazanılabileceği için girişimcilik eğitimlerinin bireyin girişimcilik yapma isteği üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (İlter, 2008: 32, Çetinkaya, 2011: 21). Girişimcilik yeteneği eğitimle beraber zaman içerisinde kişiye kazandırılabilir (Koçyiğit, 2013: 30).

2.7.4 Girişimciliğe etki eden çevre faktörü

Çevre, aile kadar girişimcilik üzerinde etkisi olan önemli bir faktördür. Bireyin içinde bulunduğu çevrenin girişimciliğe olan bakış açısı, etrafında girişimcilik yapan kişilerin olup olmaması, girişimcilik yaparak katma değer oluşturmuş girişimcilerin örnek teşkil edip etmemesi bu faktörler arasında sayılabilir. Bireyin yaşadığı çevrede girişimcilik yapma fırsatlarının bulunmaması, bulunan fırsatların fark edilse dahi yaşama geçirilecek imkânların var olup olmaması girişimcilik ruhunu etkiler.

Girişimcilik ruhuna sahip olmak, bireyin girişimcilik yapabilmesi için yeterli değildir. Girişimcilik ruhunun faaliyete geçebilmesi için bireyin çevresini oluşturan, aile, eğitim kurumları, kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör, bankalar dahil işin içinde olması gerekmektedir (TÜGİAD, 1993: 9-10). Bireyin çevresi, girişimciliğin içerik ve büyüklüğüne etki ederek, girişimci bireyin istekli olmasını etkilemektedir (İlter, 2008: 33).

2.7.5 Girişimciliğe etki eden yasal faktörler

Yasal düzenlemeler; içerisinde hükümet politikaları ve teşvikleri, vergi politikaları, şirket hukuku, çalışma hayatını ilgilendiren yasal mevzuatlar, fikri mülkiyet hakları girişimci bireyin karşısına çıkan yasal faktörler arasında yer almaktadır.

Ülkelerin girişimcilik faaliyetlerine destek olmak için, girişimcilik yapmak isteyen kişilere sağladıkları vergi indirimleri, bölgesel vergi farklılıkları, banka kredi faiz oranları üzerinde yapılacak indirimler girişimciliğin önündeki yasal engellerin kaldırılmasına yönelik uygulamalardır (İlter, 2008: 62).

Yasal düzenlemelerle girişimcilerin önündeki engellerin kaldırılması, girişimcilik faaliyetlerini arttırarak toplumsal refaha katkı sağlamaktadır (Cici, 2013: 49). Gelişmekte olan ülkelerin bu konu üzerinde gayret sarf etmesi, gelişmiş ülkeler gibi ekonomik ve sosyal zenginliğe kavuşması açısından oldukça önemlidir.

2.8 Girişimcilikte Engeller

Girişimci kişilerin aşması gereken birtakım engeller bulunmaktadır. Bu engeller, siyasal, ekonomik ve sosyo-kültürel engellerdir. Girişimcilerin, kamu kurum ve kuruluşlarında, gümrüklerde ve yerel yönetimlerde karşılına çıkan siyasal engeller birinci sırada yer alır (İlter, 2008: 58). Finansal sorunlar ve sermaye yetersizliği olan ekonomik engeller ikinci sırada yer alırken, içinde yaşadıkları toplumun sosyo-kültürel değerleri girişimciliğin önündeki üçüncü engel olarak karşımıza çıkar (Kaygın vd. 2017: 320).

Girişimciliğin önündeki engeller aşağıda detaylı olarak açıklanmıştır;

2.8.1 Girişimcilikte siyasal engeller

Girişimcilerin iş fikirlerini yaşama geçirirken, iş hukuku ve çalışma hayatına ait yasal mevzuatların anlaşılabilir olması, resmi işlemlerin ve bürokratik adımların az ve sade olması kişilerin girişimcilik kararlarını etkiler (Kaygın vd. 2017: 320). Ülkelerdeki siyasi ortamlar eğer işleyişin yavaşlamasına ve sıkı yasal düzenlemelere zemin hazırlıyorsa girişimciliğin azalmasına sebep olur (Güney, 2015: 231). Aynı zamanda ülkedeki siyasi istikrarsızlık, haksız rekabetin

engellenmemesi, fiziksel altyapı sorunları, teknoloji ve üretim ile ilgili sorunlar, bunun yanında yolsuzluk, suç ve hırsızlık, vergi kaçakçılığı, rüşvet ve yasadışı eylemlerin önüne geçilememesi girişimciliğin önünde duran siyasi engeller olarak karşımıza çıkar (Erdurur, 2012: 27). Ülkeler yüksek medeniyet seviyelerine gelebilmek için öncelikle ekonomik refah seviyelerini arttırmalıdır. Bunun için girişimciliğin önündeki siyasi engeller kaldırılmalı, ülke içinde düzen sağlanmalı, ekonomik ve sosyal haklar kısıtlanmamalıdır. Ancak bu şekilde girişimciliğin önü açılır ve girişimciler ekonomik hayata atılma konusunda daha cesur davranabilirler.

2.8.2 Girişimcilikte ekonomik engeller

Ekonomik engeller arasında, devletin para politikaları, vergi düzenlemeleri, ödemeler dengesi, enflasyon ya da deflasyon hareketleri sayılmaktadır. Ülkelerin sürekli değişiklik gösterme potansiyeline sahip ekonomik faktörleri girişimcileri önemli ölçüde etkilemektedir (Serinkan ve Arat, 2013: 16).

Özellikle yüksek enflasyonla mücadele eden ülkelerde girişimcilik oranları oldukça düşüktür. Enflasyon, paranın satın alma gücünü düşürür. Hali hazırda büyük risklerle iş yapan girişimcilerin riskini artırır (Güney, 2015: 230). Enflasyonla mücadele girişimcilik için oldukça önemlidir.

Ekonomik çevre, girişimsel faaliyetlerin içinde bulunduğu çevredir. Girişimcilik faaliyetleri için kaynak sağlandığı ve çıktıların dağıtıldığı çevredir. Girişimcilerin kurmuş oldukları işletmelerle bu ekonomik çevreye uyum sağlaması zorunludur (Gürol, 2006: 155-156). Bu nedenle, girişimcilik faaliyetlerinin kaynak kullandığı, uygulandığı ve dağıtıldığı ekonomik çevrenin büyük riskler taşımaması gerekir. Bu konuda devlete büyük roller düşer. Piyasada dengenin sağlanması, cezalandırmaların yeterli olması, denetlemenin uygun biçimde yapılması devletin sorumluluğundadır.

Piyasadaki düzen sağlandığında ekonomiye güven artar. Bu durumda girişimciler ve yatırımcılar için uygun ortam oluşmuş olur.

2.8.3 Girişimcilikte sosyo-kültürel engeller

Girişimcilik ve toplumun sosyo-kültürel yapısı arasında oldukça sıkı bir ilişki söz konusudur. Kültür, bireylerin düşünme, davranma, konuşma, hareket etme, icraat

gerçekleştirme, tutum, semboller ve algılama şekilleri üzerinde etkilidir. Kültür önce ailede öğrenilir, ardından okul ve toplumsal hayatla beraber öğrenilmeye devam eder.

Kişinin içinde bulunduğu toplumun kültürel özelliklerine göre davranış sergilemesi kaçınılmazdır. Bu da girişimcilik ruhunu etkileyen ve girişimciliğin kültürün etrafında seyretmesine neden olan sitemin bir parçasıdır. Böylece kültürün etkisi altında kalarak gelişen girişimcilik, çıktılarıyla toplumu etkileyerek, toplumun kültürel algısında da farklılıklara neden olabilmektedir. Bu özelliği ile kültür girişimciliği etkilerken, faaliyetler sonucu ortaya çıkan katma değerle girişimcilikte kültürü etkileyip, değiştirmektedir (Çetinkaya, 2011: 22-23). Kültür birçok açıdan kişileri etkileyebilecek bir güce sahiptir. Girişimciliği olumsuz etkileyecek kültürel öğeleri ortadan kaldırmak kısa vadede kolay değildir. Ancak devlet teşvikleri ile girişimcilik yaygınlaşmaya başladıktan ve çıktılar sayesinde ekonomik refah artmaya başladıktan sonra toplum faydasını anlayabilecektir.

Toplumun girişimciliğe bakış açısı, girişimciliğe olan tutumu kültürün bir etkisidir. Eğer toplumlar zenginlik ve servet sahibi olmaya olumlu bakmıyorlarsa girişimcilik olumsuz yönde etkilenir (Koçyiğit, 2013: 29). Kültür durağan bir yapıya sahip olmadığı için, girişimciliği etkileyen olumsuz tutumlar zamanla olumlu hale gelecek ve girişimcilik tüm toplum tarafından benimsenmiş ve desteklenen bir olgu olacaktır. Yukarıda anlatılan girişimciliğin önündeki tüm engellerin girişimci tarafından iyi bilinmesi gerekir. İçinde yaşadığı toplumu iyi analiz edemeyen, ekonomik göstergeleri geçmişten günümüze takip edemeyip, geleceğe dair yorum yapamayan, içinde bulunduğu kültürün davranışlarını anlayamamış veya ihtiyaçlarını iyi okuyamamış kişiler başarılı olamazlar. Bir girişimci ne kadar iyi bir iş fikrine sahip olursa olsun önündeki engellerin farkında olmalı ve bunlara karşı hazırlıklı olabilmek için yeterli eğitim ve tecrübeye sahip olmalıdır.

2.9 Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Kendi işletmesini kuracak olan girişimcinin, girişimciliğin avantaj ve dezavantajlarını iyi bilmesi, buna göre önemler alıp, beklentilerini bunlara göre ayarlaması gerekmektedir.

Girişimciliğin avantaj ve dezavantajları aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır;

2.9.1 Girişimciliğin avantajları

Girişimciliğin birçok avantajı bulunmaktadır. Bunları bilmek girişimcileri cesaretlendirir. Bunlardan bazılarını şoye açıklayabiliriz (Güney, 2015: 77, Altınel, 2016: 53, Scarborough, 2014: 9-11, Öztürk, 2016: 26, Sönmez, 2017: 20);

- Bağımsızlık; kendi kararlarını kendi verme özgürlüğü girişimcilerin en önemli avantajıdır. Kendi işinin patronu olma isteği en önemli teşvik edicilerdendir.
- Başarma hissi; yapmış olduğu faaliyetlerin sonucunda elde edilen başarı ve kazanma hissi girişimcileri kendi işini kurmaya isteklendirir.
- Saygı görme isteği; başarılı girişimciler yapmış oldukları işlerin sonucunda toplumun saygısını kazanırlar.
- Kar elde etme; girişimci hayata geçirdiği iş fikri ile tatmin edici bir gelir sağlar. Girişimciler kar elde etmek amacıyla faaliyette bulunurlar.
- Fark yaratma isteği; özellikle sosyal girişimcileri motive eden fark yaratma isteği, sosyal girişimcileri toplumsal sorunlara çözüm bulma konusunda teşvik eder.
- Kaderini belirleme; girişimciler için istedikleri yerde istedikleri işi yaparak kendi kaderlerini kendilerinin belirlemesi girişimciliğin avantajlarındanır.
- Sevdiği işi yapma; birçok girişimci, özel ilgi alanlarını ya da hobilerini işleri haline getirirler. Bu durum onların gelir elde ettiği işi, iş olarak görmemelerini sağlar.
- Toplumsal fayda; iş olanakları yaratma, yeni ürün ve hizmetlerle topluma fayda sağlama girişimcileri motive eden avantajlardandır.

Yukarıda sıraladığımız avantajlar, girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme konusunda onları teşvik edici özelliğe sahiptir. Sevdikleri işte daha fazla çalışıp, daha fazla para kazanarak başarı hissi yaşamak girişimciliğin en temel avantajlarındanır.

Girişimcilik faaliyetlerine başlamadan önce girişimciliğin dezavantajlarının bilinmesi önemlidir. Böylece girişimci karşısına çıkacak olumsuz durumları bertaraf edebilecek ön çalışmayı yapıp, kendini hazırlayabilir.

2.9.2 Girişimciliğin dezavantajları

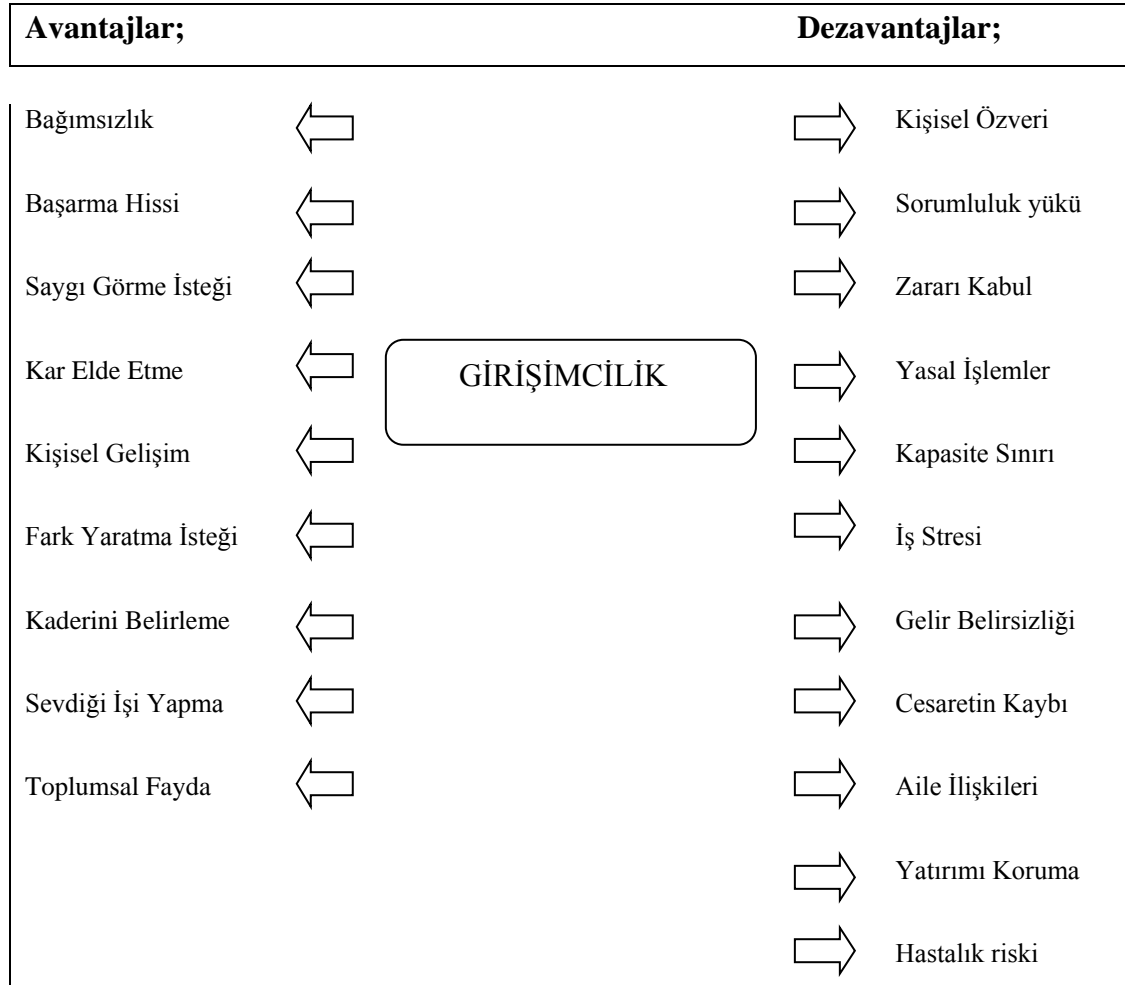
Girişimciliğin dezavantajlarından bazılarını şu şekilde açıklayabiliriz (Güney, 2015: 77, Altinel, 2016: 56, Scarborough, 2014: 12-13, Öztürk, 2016: 27, Sönmez, 2017: 20, Gül, 2012: 46-47);

- Kişisel özveri; girişimcilerin normal çalışanlar gibi bir çalışma saati yoktur. Onlar 7/24 işin başında olmak durumundadır. Özellikle iş fikrinin faaliyete geçtiği ilk dönemlerde sistemler oturana kadar girişimci uzun mesailer yapar. Buda dinlenme ve özel ilgi duyduğu kişisel uğraşlarına vakit ayıramaması demektir.
- Sorumluluk yükü; işleteme içerisinde her ne kadar tüm işlerin başında sorumlu kişiler olsa da bir girişimci bütün işlerin nasıl yürüdüğünü ve yürütüldüğünü bilmek zorundadır.
- Zararı kabul; girişimcilerin ilk başta büyük işletmeler gibi maddi zararları karşılayacak olanakları yoktur. Girişimcinin vereceği yanlış bir karar tüm işletmenin geri dönülemez bir zarara uğramasına sebebiyet verebilir.
- Yasal işlemler; girişimcinin işletmesini faaliyete geçirmek için birçok yasal zorunluluğu yerine getirmesi gerekir. Aynı zamanda vergi ödemelerini zamanında yapma zorunlulukları vardır.
- Kapasite sorunu; girişimcilerin hayata geçirmek için uğraş verdikleri iş fikri için yeterli kapasitelerinin olmaması bir diğer dezavantajdır.
- İş stresi; yapılan işte beklentileri karşılayacak gelirin elde edilip edilemeyeceği riski iş stresi yaratmaktadır.
- Gelir belirsizliği; işletme ilk kurulduğunda başarılı olup olmayacağı bilinmemektedir. Ne kadar kazanacağını bilmeyen girişimci için bu bir dezavantajdır. Aynı zamanda kazançlar ilk etapta belirsiz ve düşük olacağı için girişimcinin iyi bir yaşam kalitesine ulaşması zaman alabilir.
- Cesaret kaybı; yeni bir iş kurmak cesaret, sabır, özveri ve disiplin gerektirir. Girişimciler işletmelerini kurarken birçok engelle karşılaşabilirler. Ancak cesaretlerini kaybetmeyip bu zorluklarla baş edebilen girişimciler başarılı olabilirler.
- Aile ilişkileri; girişimciler iş yerlerinde oldukça fazla zaman harcarlar. İşlerine ayırdıkları zamanı ailelerine ayıramamak girişimciliğin en önemli

dezavantajlarından biridir. Bu durum girişimcinin aile yaşantısını olumsuz etkiler.

- Yatırımı koruma; birçok girişimci kendi işini kurarken yatırımcılardan fon sağlamaktadır. Sermayeyi başkasından aldığı dolaylı olarak ortak olduğu yatırımcılara karşı sorumlulukları vardır.
- Hastalık riski; girişimcilerin yoğun iş temposu sonucu iş stresine bağlı bazı hastalıklar ortaya çıkabilir.

Girişimciliğin avantaj ve dezavantajları aşağıdaki şekil 2. 1’de gösterilmiştir.



Şekil 2.1: Girişimciliğin avantaj ve dezavantajları

Yukarıda açıklaması yapılan dezavantajlar girişim yapacak kişilerin göz önünde bulundurması gereken durumlardır. Tüm zamanın işte geçirilerek aileye ve hobilere zaman ayıramamak, dinlenmek için vakit bulamamak, belirsizliği kabullenerek sabit gelirli bir işten ziyade girişimciliği seçmek en önemlisi tüm

zorluklara ve engellere rağmen yılmadan yol almak başarılı olmak için aşılması gerekenler arasında yer almaktadır.

3. GİRİŞİMCİ KAVRAMI, TANIMI, KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ MODELLERİ

3.1 Girişimci Kavramı ve Tanımı

Girişimci kavramı birçok bilim adamı tarafından farklı özellikleri dikkate alınarak tanımlanmıştır. Girişimci tanımlarına baktığımızda tek bir cümle ile tanımlanamamasının yegâne nedeni bunun yapılabilmesindeki zorluktur.

Girişimci kelimesi literatürde ilk kez Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon'a göre girişimci, "bir ürünü belirsiz bir fiyattan alarak, kendi belirlediği bir fiyata satan ve aradaki fiyat farkıyla kar ve zarar eden kişi" olarak tanımlamıştır (Işık vd., 2011: 88). Cantillon'un girişimci kavramını geliştiren Knight ise "belirsiz bir ortamda neyi, ne zaman ve ne şekilde üreteceğine karar vererek, sorumluluğu alan ve kar beklentisi olan kişi" olarak tanımlamıştır (Serinkan ve Arat, 2013: 48). Ünlü iktisatçı Schumpeter ise, girişimciyi toplumun değişim ajanı olarak görür ve ona göre girişimci "yeni fikirlerle, yeni işler yaratarak, eski işleri geçersiz kılan, yaratıcı yıkım sürecini başlatarak ekonomik canlılık yaratan kişi" olarak tanımlamıştır (Scarborough, 2014: 4).

Hisrich ve Peters 2002'de yayınladıkları "Entrepreneurship" adlı eserlerinde girişimcinin, ekonomistler, psikologlar ve iş adamları için ne anlama geldiğini ifade ederek tanımlamaya çalışmışlardır. Ekonomistlere göre bir girişimci; işgücü ve kaynakları bir araya getirerek öncekinden daha büyük bir katma değer yaratan, aynı zamanda yenilik ve yaratıcılıkla düzeni değiştiren kişidir. Psikologlara göre bir girişimci, başarıya, kendini ispat etme, bağımsızlık, saygı görme gibi nedenlerle kendi işini kurma ve kendi işinin patronu olma isteğiyle hareket eden kişidir. İş adamlarına göre ise girişimci, yeni bir rakip, piyasada bir risk olarak görülebileceği gibi, müşteri, tedarikçi, iş ortağı, toplumun refahı için çalışan kişi anlamına gelmektedir (Hisrich ve Peters, 2002: 10).

Literatürdeki diğer tanımlamalar ise şöyledir;

- Yakaladığı fırsatları değerlendiren, bu fırsatları değerlendirebilmek için ihtiyaç duyduğu işgücü ve kaynağı bir araya getiren, kar ve büyüme elde edebilmek amacıyla risk ve belirsizliği göze alarak iş fikrini hayata geçiren kişiye girişimci denir (Scarborough, 2014: 4).
- Girişimci, risk alarak işi farklı yapan ve toplumun sahip olduğu tüm kaynakları etkili ve verimli kullanan kişidir (Şahbaz, 2017: 29).
- Girişimci, girişim sürecini başlatan ve bu süreci işleten kişidir. Girişimci sadece fırsatları görüp anlayan değil, aynı zamanda bu fırsatları değerlendirerek iş kuran ve bu işi yöneten kişidir (Eser, 2016: 12).
- Alfred Marshall'a göre girişimci, üretimi yönlendiren, işgücü ve sermayeyi kontrol eden, riski üstlenen hem yönetici hem de işveren olabilen kişidir (Güney, 2015: 20).

Girişimci atıl kaynakları da üretim sistemine sokarak verimin artmasını sağlayan ancak bununla beraber piyasa risklerini ve ekonomik belirsizlikleri üstlenen kişidir. Bir girişimcinin iyi bir iş fikrine sahip olması yeterli değildir. Bu iş fikrinin hayata geçirilebilmesi için kaynakların bulması, yatırımların toplaması ve bu süreci sadece izleyerek değil aynı zamanda işin başında durarak denetlenmesi ve çıktıların yönetilmesi gerekir. Tüm bunları bir araya getirip işi yöneten kişiye girişimci denir. Girişimci bütün sorumlukları üstlenerek, işleri koordine eden, yatırım ortaklarıyla beraber kendi menfaatlerini de gözeten, çıktıların verimliliğini kontrol eden kişidir. Girişimci toplamış olduğu tüm kaynaklarla elde ettiği çıktıların sorumluluğunu alarak bir iş kuran kişidir.

Tüm bu tanımları bir araya topladığımızda girişimci, yaşadığı çevredeki fırsatları gören, anlayan, harekete geçen kişidir. Yakaladığı fırsatları işe dönüştüren, etrafındaki kaynakları ve iş gücünü en verimli şekilde kullanan, yenilik ve yaratıcılık yapabilen kişidir. Aynı zamanda tüm girişim sürecinde ki ürün girdi ve çıktıları denetleyen, piyasayı gözlemleyen, kendisine sermaye sağlayan yatırım ortaklarının çıkarlarını gözeten kişidir. Bunun yanında tüm risk ve belirsizliklerle beraber sorumluluk alarak kar elde etmek için tüm üretim faktörlerini en etkili şekilde kullanarak, tüm faaliyeti yöneten ve yönlendiren kişi olarak tanımlayabiliriz.

3.2 Kişilik

Girişimci kişiliği açıklamadan önce kişilik kavramının tanımından bahsetmek gerekir. Kişilik teriminin diğer dillerde bulunan ortak kökenine baktığımızda “personne” sözcüğü karşımıza çıkar. “Personne” kelimesinin gerçek anlamı, latin dilinde, tiyatro öğrencilerinin taktığı “maske”dir. “Personne” kelimesinin Grekçe “prosopon” ve Etrüskçe “phersu” sözcükleri ile köken akrabalığı olduğu düşünülmektedir. Oyun sırasında konuşma ve şarkılar yüz maskesinin altında, dolayısıyla maskenin içinden çıkıyordu. Böylece “person” sözcüğünün asıl anlamı “içinde tınlama” olan “Per-sonare” sözcüğünden türedi. “Personare” kelimesinden gelişerek anlam farklılaşması yaşayan “perseuna” sözcüğü ise bugün kullandığımız kişilik terimi hakkında bize ipucu vermektedir (Yanbastı, 1990: 9).

Kişilik üzerine çok çeşitli tanımlamalar yapılmış olmasına rağmen herkesin hem fikir olduğu tek bir tanım mevcut değildir. Kişilik hakkında yapılmış olan bazı tanımlamalar aşağıdadır;

- Kişilik, bireyin tüm ilgi, tavır ve yetenekleriyle dış görünüşünün ve çevresine uyum biçiminin özelliklerini içeren kavramdır (Yavuzer, 1994: 170).
- Bir insanın kendine olan özellikleri ile çevresi arasında geliştirdiği ilişkilerin oluşturduğu davranış eğilimleri toplamıdır (Yanbastı, 1990: 11).
- Kişilik, bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimidir (Cüceloğlu, 1996: 404).
- Kişilik, insanın, bir bütünlük içinde süreklilik gösteren özellikleri ve çevresine uyum biçimidir (Başaran, 1991: 64).

Yukarıdaki tanımlamalara baktığımızda, kişilik tanımı içerisinde sadece bireyin rutin, günlük özelliklerinin var olmadığı görülür. Bunların yanı sıra çevresi ile bütünleşen birey farklı özellikler kazanır ve bu özellikler ile çevreye uyum sağlar. Kişilik, bireyin doğumunda var olan mizaç ve çevreyle etkileşimi sayesinde ortaya çıkan, aldığı eğitim, bireyin taşıdığı eğilimler ve zekâ düzeyi ile birleşerek oluşan bir yapıdır.

Kişilikle ilgili literatür incelendiğinde birçok özelliği olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu özelliklerle ilgili standart bir sınıflama bulunmamakla beraber, dilimizde yapılan kişilik çalışmalarında genellikle Eren (2000) ve Erdoğan'ın

(1991) yaptığı özellikler sınıflaması göze çarpmaktadır. Bu sınıflamaya göre kişiliğin başlıca özellikleri şu şekildedir (Karaca vd. 2016: 103);

- Kişilik, kalıtım yoluyla aktarılan ve sonradan edinilen eğilimlerin toplamıdır.
- Her bireyin kişisel özelliklerini diğerlerinden ayıran birtakım farklılıklar vardır.
- Kişilik bireylerin özelliklerini çevreye uyarlar.
- Aynı birey farklı çevresel koşullar altında farklı tutum ve davranışları ortaya koyabilir. Bu kişiliğin uzantısıdır.
- Her bireyin kişiliğinde doğuştan kazanılmış bir tek karakter vardır ve karakter kişiliğin ayrılmaz bir unsurudur.
- Kişilik bireysel dengenin sonucudur. Kişi ne kadar zihinsel dengeye sahipse o kadar normal bir kişiliğe sahip olur.

Kişilik kuramcıları kişiliği açıklamak için çok çeşitli kuramlar geliştirmişlerdir. Kişilik kuramları, araştırmacılar tarafından, insan davranışını anlamak, açıklamak ve kontrol edebilmek üzerine geliştirilen sistemlerdir.

Ortaya atılan tüm kişilik kuramları için aşağıdaki genellemeler yapılabilir (Sevi, 2009: 3-4);

- Kişilik kuramcıları psikoloji tarihi içinde başkaldırıcı bir nitelik taşımaktadır. Çünkü kişilik kuramcıları içinde buldukları çağın yenilikçileri olarak, tıp ve deneysel bilimlerde, uygulamalarda ve yöntemlerde normların dışına çıkan, kabul görmüş kuramlara karşı olan asiler olarak değerlendirmişlerdir. Bir anlamda akademik psikolojinin akışına sık sık ters düşmüşlerdir. Kişilik hakkında, insan davranışlarındaki bilinmeyenlerin çokluğu ve bilinen geleneksel bulguların yetersizliği bu sonuçları doğurmuştur.
- Kişilik kuramlarının genel yaklaşımı işlevseldir. Ele aldıkları sorunlar daha çok organizmanın uyumunda etkili olan faktörlerin araştırılması, bireyin yaşamında ve ruh sağlığında etkili olan faktörlerin belirlenmesi, ölçülmesi, değerlendirilmesi ve tanımlanmaları olmuştur.
- Kişilik kuramcıları, insan davranışlarını açıklamada güdülerin önemi üzerinde durmuşlardır. Güdülerin, istek ve gereksinimlerin davranışları anlamada ve çözümede önemli kavramlar olduğuna inanmışlardır. Böylece

insanı anlamada davranışların altında yatan nedenlerin önemli bir değişken olduğunu açıklamışlardır.

- Kişilik kuramcıları, kişiyi anlamada davranışı ortaya çıkaran nedenlerin önemine değinmiş, ancak kişinin tümüyle ele alınması gereğine inanmışlardır. Kişilik kuramcılarının çoğunluğu, davranışların belirlediği ortamlarda ve diğer davranışlarla ilişkili olarak ele alınması gerektiğine inanmışlardır. Bu davranışların yaşam boyunca birbirleriyle bağlantılı bir şekilde geliştiğini savunmuşlardır.

Kişilik kuramları genelde bütüncüdür. İnsanı her yönüyle değerlendirmeyi hedef almaktadır.

3.3 Girişimcilerin Kişilik Özellikleri

Kişilik, bireyin çevresiyle olan ilişkilerini belirleyen, kişinin süreklilik sağlayan düşünme, hissetme, davranma ve insanlarla ilişki kurma, aynı zamanda kişiyi başkalarından ayırt eden huy, alışkanlık gibi özelliklerin tümüdür (Tok vd. 2014: 50). Kişilik özellikleri bireyi diğer bireylerden farklı kılar. Bireyi özgün kılan eğilim ve davranışların tutarlı olması beklenir. Ancak bu tutarlılığın varlığı, kişilik özelliklerinin değişmeyeceği anlamı taşımaz. Kişinin çevresinin değişmesi veya yaşadığı bir olay sonucu bazı kişilik özellikleri kazanabilir ya da bazılarını kaybedebilir (Yıldırım, 2016: 67).

Girişimciyi harekete geçiren ve diğer bireylerden ayıran özellikler girişimci kişiliği oluşturmaktadır. Bu ayırıcı özelliklere sahip bireylerin hepsinden girişimci olması beklenmese de girişimci olmak isteyen bireylerin bu özelliklerden birçoğunu taşıması başarılı olmasında önemli rol oynar. Girişimci kişilik birçok faktörün birleşiminden oluşur. Girişimciliğe uygun kişilik özellikleri ve girişim yapmaya elverişli bir çevre ile girişim yapılır.

Girişimci kişilik özelliklerine sahip bireylerin girişimci olacağını ya da olamayacağını söyleyerek bir yargıda bulunmak zordur. Ancak başarılı olmak isteyen girişimcilerin bu özellikleri kazanması veya geliştirmesine gerek duyulduğundan girişimci kişilik özelliklerini ortaya koyma çabaları devam etmektedir (Eser, 2016: 12).

Yapılan alışmalar incelendiğinde bir girişimcinin sahip olduğu özellikler; kararlılık, azim, hayallerini gerçekleştirme, yenilik, yaratıcılık, riski üstlenme, belirsizlik toleransı, başarı gereksinimi, bağımsızlık arzusu, bireysel zgven, kontrolü elinde tutma, kendi işinin patronu olma, liderlik ve yönetim becerisi, agresif rekabet etme, insani ilişkiler, zamanı iyi kullanma, proaktiflik, fırsatları değerlendirme, planlama, hataları kabul etme, duygusal zeka, esneklik, içsel motivasyon sahibi olma, misyon ve vizyon sahibi olma, problem çözme becerisi, sorumluluk alma, yüksek enerji, inisiyatif alma, dürüstlük ve güvenilirlik, merak, çok yönlü olma ve yaptığı işe odaklanma olarak sıralayabiliriz.

Girişimcilerin taşıdığı kişilik özellikleri aşağıda açıklanmıştır;

3.3.1 Kararlılık

Girişimci kararlı olmalıdır. Almış olduğu kararları uygulamalı, karşısına çıkan yeni iş fikirlerini değerlendirirken daha önce alınan kararlardan taviz vermemelidir (Gürol, 2006: 22). Girişimcinin başarılı olması kendini geliştirme ve fikirlerini hayata geçirme çabalarında ne kadar kararlı olduğuna bağlıdır (Demirel, 20003: 23).

Kararlılık, girişimcinin sahip olması gereken önemli bir karakteristik özelliktir. Girişimcinin karşısına çıkacak hiçbir engelin, onu kararından vazgeirememesi girişimcinin kararlılığını gösterir. İş hayatında verdiği kararların arkasında durabilen kişiler başarılı olur.

Girişimcinin almış olduğu kararların arkasında durabilme cesareti göstermesi oldukça önemlidir. Ancak burada anlatılmak istenen, girişimcinin yaşayacağı zorluklar karşında kararlarının arkasında durma ve vazgeçmeme eğilimidir. Değerren konjktere ayak uydurmaya çalışan bir girişimci yeni gelişen koşullara ayak uydurmak üzere kararlarında değerikliklere gidebilmeli, yeni oluşumlara ayak uydurmalı ve açık fikirli olmalıdır. Piyasanın değerren koşulları karşısında hedeflerine ulaşabilmek adına yeniliklere açık olmalı, eski fikirleri yenilerle değerirebilecek güce sahip olmalıdır. Girişimcinin kararlılık düzeyi hedeflerine olan inancıyla llr.

3.3.2 Azim

Girişimcinin karşına çıkan engeller, tıkanıklıklar ve zaman zaman yaşayacağı yenilgiler onları durduramaz. Girişimciler başarılı olmak için farklı yollar denemeye devam ederler (Scarborough, 2014: 8). Bunun için başarma konusunda azimli olmaları gerekmektedir. Yeterince azimli olmayan, engeller karşısında abalamayan girişimci yok olma tehlikesiyle kaşı karşıya kalır (Gültekin, 2015: 41).

Engeller karşısında yılmayarak azimle cesaret gösterebilen girişimciler hedeflerine ulaşırlar. Bu sebeple girişimcinin azimli olması amaç ve hedeflerine ulaşmak için pes etmeden çalışması gerekir.

Girişimcinin, iş fikri aklına düştüğü andan başlayarak, işletmesini kurduğu, ürün ve hizmetleri piyasaya sürdüğu ana kadar geçen sürede yılmadan çalışması, tüm engelleri aşacak güce sahip olması gerekir. Bu süreçler içerisinde, yaşayabileceği tüm yılmnlıkları azimle mücadele ederek bertaraf edecektir. Bu sebeple girişimcinin azimli olması ve azimle çalışması başarisının anahtarıdır.

3.3.3 Hayallerini gerçekleştirme

Hayallerini gerçekleştirme isteği girişimci için önemli bir özelliktir. Girişimcilik, bireyin çocukluktan başlayarak hayalini kurduğu şeyleri yaşama dönüştürme çabasıdır (Baykal, 2014: 18). Kurduğumuz hayalleri hayata geçirmek için istek duyarız ve bir girişimcide öncelikle bunu amaçlayarak hayallerine yön verir.

Girişimcilerin hayallerini gerçekleştirme özelliği hayal mühendisliği olarak tanımlanır. Hayal mühendisliği, bireyin sahip olduğu iyi fikirlerin teoriden pratiğe geçmesidir (Demirel, 2003: 50).

Girişimcinin hayalleri ister fikirlerinin hayat bulması olsun ister kendi adına bir servet yapma çabası ya da topluma faydalı olma çabası olsun yaptığı işlerin çıktılarını eline aldığında hayallerine kavuşmuş olur. Hayali olmayan insanın yapacak bir işi de olmaz. Bu yüzden girişimci önce hayalini kurmalı ardından bu hayallerine kavuşmak için çalışmalıdır.

3.3.4 Yenilik

Yenilik, girişimciliğin odağında bulunan bir özelliktir (Kaygın vd. 2017: 36). Girişimciden beklenen yenilik yaparak fark yaratmasıdır. Yenilik, girişimcinin stratejik hedefidir. Uzun dönemde değişimi yakalamak ve piyasada rekabet üstünlüğünü koruyabilmek için girişimcinin yeniliklere açık, yeni iş fikirlerini analiz eden ve yeni fırsatları değerlendiren biri olması gerekmektedir (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 54).

Yenilik yapmayarak kendini tekrar eden işletmeler yok olmaya mahkûmdur. Ne istediğini bilen tüketiciler sürekli yenilik arayışı içindedir. Son yıllarda teknolojinin bu kadar hızlı gelişmesi tüketicinin sürekli yeni ürün ve hizmetlere maruz kalması elindekilerden çabucak sıkılarak yenisini isteme arzusunu doğurmaktadır. Bu sebeple girişimci piyasaya adapte olarak tüketicinin ilgisini çekecek yeni ürün ve hizmetler yaratarak hayatına devam etmelidir. Yenilik yapabilen girişimciler başarıyı yakalayabilir.

3.3.5 Yaratıcılık

Girişimciler, çevrelerinde meydana gelen değişimlere ayak uydurmak ve bu değişimleri fırsata çevirmek için yaratıcılığı kullanırlar (Kaygın ve Güven, 2013: 14). Yaratıcılık yepyeni bir fikir yaratma yeteneğidir. Girişimciliğin en önemli ve belirgin özelliği yaratıcılıktır (Kaygın vd. 2017: 69). Yenilik yapmak bir süreç olarak ifade edilirken, yaratıcılık bu sürecin hayata geçmesinde kişinin sahip olduğu yetenekleri ifade eder. Yaratıcı fikirler yenilik ortaya koyarken, yenilik yaratıcı fikirden doğan çıktılardır (Barker, 2002: 23).

Yaratıcı birey özellikleri: yeni fikirler yaratmada özgünlük, isabetli tahminle, güçlü önseziler, çok yönlülük ve değişim odaklılık olarak karşımıza çıkmaktadır (Keleş, vd. 2012: 32).

Yukarıda bahsi geçenleri incelediğimizde yaratıcılığın girişimcinin ayrılmaz bir parçası olduğunu görüyoruz. Özgün fikirlere sahip girişimciler kendi yaratımlarıyla piyasada fark yaratabilirler. Bu da onların başarılıları için vazgeçilmez bir özelliktir. Yaratıcılık gücünü kullanarak yenilik yapabilenler iş hayatında daha yükseklere tırmanabilir.

3.3.6 Riski üstlenme

Risk faktörü kaybetme anlamına gelir ve tüm şirketlerin yeni faaliyetlerde bulunma, yeni fırsatlardan yararlanma, piyasada öncü olma girişimlerinin ayrılmaz bir parçasıdır (Ağca ve Kurt, 2007: 94). Risk alma, girişimci olmayı belirleyen faktörlerden biridir ve girişimcilik sürecinde risk tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Naktiyok, 2004: 14). Fakat girişimciler yüksek risk alan kişiler değildir. Hesaplayabildikleri riskin boyutuna göre planlama yaparak gerektiği miktarda risk alırlar (Demiroğlu, 2007: 10).

Riski üstlenme faktöründe esas anlaşılması gereken girişimcinin alacağı riskin seviyesidir. Girişimci yatırımcılarına, dolaylı ve dolaysız ortaklarına, paydaşlarına ve çalışanlarına karşı sorumluluklar taşır. Burada bahsi geçen riski üstlenme faktörü, girişimcinin kaldırılabilir, iyi düşünülmüş, her yönü ile araştırılmış riskleri üstlenmesidir.

3.3.7 Belirsizlik toleransı

Belirsizliğe karşı tolerans özelliği, girişim sürecindeki bireyin belirsiz bir ortamdaki tüm faktörlere karşı pozitif bir cevap verme becerisidir (Keleş, Vd., 2012: 109). Girişimcinin karşılaşılabileceği tüm belirsizliklerde; ekonomi, kaynak sıkıntısı, doğal afetler, işgücü yetersizliği vb. karşısında tahammül düzeyleri yüksek olduğu takdirde başarılı olabilirler (Damar, 2015: 30).

Girişimcilerin yer aldığı piyasada birçok dengesizlik yaşanabilir. Bunlar ekonomik kaynaklı ya da ham madde bulmadaki sıkıntı olarak karşısına çıkabilir. Girişimcinin iş hayatında ne kadar iyi düşünüp analiz etse de planlanandan bağımsız yaşanacak bu gibi engeller karşısında belirsizlik toleransının yüksek olması önemli bir özelliktir. Yüksek belirsizlik toleransı olan girişimcinin önceden planlanmamış bu engeller karşısında yılmadan sabırla çalışması, bu engelleri aşacak cesarete sahip olması, işin en başından bu yana sahip olduğu toleransla ilgilidir. Ancak bu şekilde hayal kırıklıklarına mahal vermeden azimle çalışan girişimciler iş yaşamında hayatta kalabilirler.

3.3.8 Başarı gereksinimi

Başarı gereksinimi, bireyleri güdüleyerek başarılı olma yolunda motive olmalarını sağlar. Bu motivasyona sahip bireylerin girişimci olmaları

kaçınılmazdır. Aynı zamanda başarıma ihtiyacı, toplumların sosyal ve ekonomik açıdan gelişmesi için girişimciliğin en yaygın belirleyicisidir (Ören ve Biçkes, 2011: 73-74).

Girişimcilerin genel başarısı sahip oldukları yetenekleriyle alakalıdır. Yeteneklerine güvenen, zorluklarla başa çıkabilen, kişisel gelişimini artırma yolunda azimli, rekabetçi, sahip olduğu kaynakları etkili ve verimli yönetebilen, işletmesi ve kendisi için yüksek standartlar belirleyerek bunlara ulaşma kararlılığı olan bireylerin başarı gereksinimleri de yüksek olur (Çetinkaya, 2011: 12).

Başarma isteği her insanda mevcuttur. Ancak her bireyi motive eden farklı yollar vardır. Girişimcinin başarı gereksinimi onun hayata geçireceği hayallerinde ve elde edeceği çıktılarda saklıdır. Başarı ihtiyacı ne kadar yüksek olursa çalışma arzusu da o derece yüksek olacaktır. Burada bahsi geçen başarıma gereksinimi özelliğini tetikleyen en önemli faktör, girişimciyi başarıya götürecek yolda onu neyin en iyi şekilde motive ettiğinin bilinmesidir.

3.3.9 Bağımsızlık arzusu

Bağımsızlık arzusu sadece işletme içerisindeki tüm kararların girişimciye ait olduğu anlamını taşımaz (Naktiyok, 2004: 26). Bağımsızlık, kişinin ekonomik anlamda bir başkasına bağımlı olmaması, karar alırken ve bu kararları uygularken kendi başına olma, tüm karın ve zararın kendine ait olması, kendi yetenekleriyle beraber hayallerine ulaşmaya isteği ve sadece kendine hesap verme arzusu olarak tanımlanabilir (Kaygın vd. 2017: 34).

Bağımsızlık arzusu olan kişiler hiyerarşik yapılanmalara ya da otoriteye önem vermezler. Kendi değer yargılarını oluşturarak hareket ederler. Kimseye bağımlı olmadan çalışmak ve kendi kurdukları sistemin devamını sağlamak adına ne kadar çok çalışırlarsa çalışsınlar ne kadar risk alırlarsa alsınlar, kar ne kadar az olursa olsun yılmadan yollarına devam ederler (Demirel, 2003: 58).

Bağımsızlık arzusu yüksek olan kişiler aldıkları kararları hayata geçirirken var olan bir otoritenin zorunluluklarına takılmadan hareket edebilmenin onları daha fazla başarıya götüreceğini bilen kişilerdir. Bunun yanında özgür iradeyle alınmış kararların sorumluluklarını üstlenme, başkalarının varlığının yarattığı

güven duygusundan ziyade kendine olan güvenle birleştğinde elde edilecek çıktıkların kendi başarısı olması girişimciyi en çok motive eden durumdur.

3.3.10 Bireysel özgüven

Bireysel özgüven kişinin kendini tanıyıp, ne yapıp yapamayacağını bilmesinden kaynaklanır. Kendi yeteneklerinin farkında olan ve neler başarabileceğini öngörebilen kişilerin bireysel özgüvenleri oldukça yüksektir. Bireysel özgüven kişiye hayatının kendi kontrolünde olduğu hissini verir ve başkalarının onayına ihtiyaç duymadan karar alırlar (Baykal, 2014: 16). Özellikle bir girişimci için bireysel özgüven, koymuş olduğu hedeflere ulaşabileceğine dair inancının yüksek olması anlamına gelmektedir. Yeteneklerine güvenen, farkındalığı yüksek, inancı tam olan girişimciler hem kendilerine hem de yaptıkları işe saygı duyar, bu durum onların başarılı olmalarını ve özgüvenlerinin daha da artmasını sağlar (Dündar ve Ağca, 2007: 121).

Özgüveni yüksek olan kişilerin aldıkları kararlara ve başaracağına olan inancı oldukça fazladır. Bireysel özgüveni yüksek olan insanlar iç referanslı, yani öncelikle etrafını gözlemleyip başkalarından fikir alan, ardından kendi bilgi, beceri ve deneyimleriyle kendi kararlarını verebilen kişilerdir. Bu kişiler kendi bireyselliklerinden yola çıkarak işe koyuldukları için süreç içerisinde karşılaşmış oldukları engellerle başa çıkabilme yeteneğine sahiptir.

3.3.11 Kontrolü elinde tutma

Başarılı bir girişimci, kontrolü elinde tutmak ister. İçsel kontrol duygusu yüksek kişiler, yapmış oldukları faaliyetlerin sonuçlarını kendilerinde ararlar ancak dışsal kontrol duygusuna sahip kişiler, sonuçlar için başkalarını suçlar ya da kaderecidirler (Döm, 2008: 32). Girişimcilerin, girişimcilik yapma isteği ve kontrolü elinde tutma isteği birbiri ile örtüşür. İşletmelerin ve girişimcilerin başarılı olması ile kontrolü elinde tutma isteği arasında olumlu ve pozitif bir ilişki vardır (İlter, 2008: 37). Kontrolü elinde tutan ve tüm çıktıkların sorumluluğunu alabilen kişiler, işletmelerinin önüne çıkacak tüm engelleri kendi çabalarıyla aşabilirler (Döm, 2008: 32).

Kontrolün kendinde olduğu bilen bir girişimci, elde etmiş olduğu sonuçların tüm sorumluluklarını üstlenmesini bilir. Tüm kar ve zarar kendisine ait olduğu,

tüm riskleri tek başına aldığı için kararlarının sonuçlarını iyi hesaplar. Girişimci birey kontrolü elinde tuttuğu bütün süreçlerde azimle çalışır. Karşısına çıkan engelleri bir bir aşacak olan girişimci için kontrolü elinde tutma isteği başarısının anahtarıdır.

3.3.12 Kendi işinin patronu olma

Kişilerin girişim yapma eğilimini etkileyen en önemli karakteristik özellik olarak kendi işinin patronu olma isteğini sayabiliriz. Bağımsız karar alma ve kontrolü elinde tutma isteğinin de ötesinde olan bu özellik bir girişimcinin en çok arzuladığı durumdur. Bir girişimci kendi işine sahip olduğunda başkasına ait projelerde değil kendi tasarladığı proje üzerinde çalışabilir. Üstten gelecek bir baskı yoktur ve inandığı işi yapar (Keleş, 2013: 42).

Birçok kişi kendi işinin patronu olmanın hayalini kurar. Ancak kendi işinin patronu olmak demek maaşlı işini bırakıp daha az çalışarak daha çok kazanmak, istediğin zaman işe gitmek ya da dilediğin zaman tatile çıkmaktan çok daha ötesidir. Bir girişimci kendi işinin patronu olduğunda daha çok çalışacağını, sabah akşam demeden yeni fikirler üzerine yoğunlaşacağını, aldığı kararların sorumluluklarını taşıyacağını, ay sonunda kendi namına bir kar elde etmese bile yasal sorumluluklarını yerine getirmesi gerektiğini bilir. Girişimci tüm bu sorumlulukların farkında olarak işe koyulur. Girişimciyi tatmin edecek olan kendi işinin patronu olma duygusu tüm bu faaliyetlerin iç içe geçtiği bir ortamda kendi hedeflerinin yolundan gidebilmesidir.

3.3.13 Liderlik ve yönetim becerisi

Girişimcinin sahip olduğu liderlik yetenekleri, harekete geçmesi için ona en uygun yolu gösterir. Girişimcinin yenilik yapma kabiliyeti onun liderlik vasıflarına bağlıdır. Liderlik yapma güdüsü kişinin sahip olduğu bilgiden kaynaklanır (Er, 2012: 65-66). İşin nasıl daha iyi bir şekilde yapılacağını bilmek bir yönetim becerisidir. Girişimciler işletmelerini profesyonel bir yöneticinin eline de bırakabilir. Ancak uzun dönemli kararlar ve işletmenin amaçlarına ulaşması doğrultusunda işletme stratejilerini de belirlemeleri gerekir (Emre, 2007: 43).

Girişimci kişi liderlik vasıflarına sahip ve yönetim becerileri gelişmiş olduğunda daha başarılı olur. Nasıl bir lider kitleleri ikna edip peşinden sürüklüyorsa, girişimcinin de yatırımcıları ikna edecek kabiliyete ve amaçlarına ulaşmak için çalışanlarını etkileyecek ve onları motive edecek güce ihtiyacı vardır.

Girişimciden işletmesini yönetmesi beklenmese de yönetim sürecinin nasıl işlediğini bilmesi yasal sorumluklarını yerine getirebilmesi açısından önemlidir.

3.3.14 Agresif rekabet etme

Agresif rekabet etme, işletmelerin rakiplerine meydan okuma eğilimini göstermektedir. Covin ve Slevin'in 1991 yılında yapmış oldukları araştırmaya göre, girişimcilik boyutlu işletmelerin faaliyet alanındaki rakipleri ile saldırgan bir şekilde rekabet etme eğiliminde bulunduğunu belirtmektedir. Yönetim şekli özelliği olarak agresif rekabet etme biçimini tercih eden girişimciler, rakiplerini egemenlikleri altına almak için işletmenin gösterdiği isteklilik olarak görmektedir (Altınbaş, 2013: 10).

Rekabetin oldukça yoğun olduğu piyasalarda, saldırgan rekabet etme stratejisi işletmeler için vazgeçilmezdir. Fırsatların fazla, pazarın büyük, piyasada liderliğin ele geçirilmesi zor olduğu sektörlerde girişimcilerin agresif rekabet edebilme özelliklerinin gelişmiş olması beklenmektedir. Ancak bu şekilde pazar paylarını büyüterek rakiplerinin hareket alanını kısıtlayıp, lider pozisyona geçebilirler.

3.3.15 İnsani ilişkiler

Girişimcinin başarısını etkileyen önemli bir özellikte iyi insani ilişkiler kurabilme becerisidir. İnsani ilişkiler içinde, farklılıklara değer verme, sinerji oluşturma, empati yeteneği, etkili iletişim, ikna kabiliyeti ve motive edebilme yeteneğini barındırır.

Yukarıda bahsi geçen beceriler aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır (Covey, 2016: 272- 317, Erkan, 2012: 34);

- Farklılıklara değer verme; insanlar arasındaki zihinsel, duygusal ve psikolojik farklılıkları fark edip, bu farklılıklara rağmen herkese aynı ölçüde değer

vermektir. Bir kişi gerçekten etkili olmak istiyorsa, karşısındaki kişilerin yürekleri ve zihinleriyle etkileşim kurarak bunu yapabilir.

- Sinerji oluşturma; sinerji en basit tanımıyla, bütünün kendi parçalarının toplamından daha büyük olması anlamına gelir. Sinerji yaratarak iletişim kurulduğu zaman, düşünceler yeni olanaklara, yeni alternatiflere, yeni seçeneklere daha kolay açılır.
- Empati yeteneği; kendisini karşısındakinin yerine koyabilen kişi, karşısındakinin ihtiyaçlarını daha kolay anlar. Empati yeteneği bu yüzden girişimci için önemlidir. Girişimcinin müşterilerini, rakiplerini, paydaşlarını ve ekip arkadaşlarını ne kadar iyi anladığı onlarla ne kadar empati yapabildiğine bağlıdır.
- Etkili iletişim; iletişimin en doğru şekilde gerçekleşebilmesi için öncelikle dinlemeyi öğrenmek gerekir. Taktiksel bir dinlemeden daha çok karşısındaki kişiyi gerçekten anlamak için dinlemek önemlidir. Sadece cevap vermek veya dinlerken vereceği cevabı düşünerek dinlemek iletişim içerisinde yapılan en büyük hatadır. İletişim, özellikle iş yaşamında hayati bir önem taşır. Karşısındaki kişiyi etkilemek isteyen girişimci öncelikle iyi bir dinleyici olmayı öğrenmelidir.
- İnsanlar iyi bir dinleyiciye daha fazla güvenme eğilimi gösterirler. Böylece girişimci karşısındaki kişiyi en iyi şekilde analiz ederek, güven duygusu oluşturur.
- İkna kabiliyeti ve motive etme becerisi; girişimci için öncelik taşıyan bir yetenektir. Ne kadar iyi fikirleri olursa olsun öncelikle girişimci yatırımcıları bu fikri hayata geçirmek için ikna etmek zorundadır. Ardından çalışanlarını ve paydaşlarını kendi hedefleri doğrultusunda motive edebilmesi daha başarılı olmasını sağlar.

3.3.16 Zamanı iyi kullanmak

“Vakit nakittir” sözü Orta çağın sonunda İtalyan tüccarlar tarafından kullanılmaya başlamıştır. Zaman en zor bulunan kaynaktır ve harcanan zaman geriye döndürülemez. Zamanı para gibi algılamak pratik ve olumlu bir yaklaşımdır (Adair ve Adair, 1994, 7-14-17). Girişimci, zamanını iyi kullanmalı, zamanı harcama konusunda disiplinli olmalıdır. Sadece günleri haftaları değil, aylarını ve yıllarını da iyi planlamalıdır. Zamanını iyi disipline

edebilen bir girişimci elindeki işi dağıtmadan düzenli bir şekilde yapar. Aynı zamanda işin işleyişiyle ilgili almış olduğu sonuçları periyodik olarak değerlendirme şansı yakaladığından sorunun nerede olduğunu anlayarak erkenden çözüme kavuşturabilir.

3.3.17 Proaktiflik

Proaktiflik, işler sonuçlanmadan neler olabileceğini görebilme yeteneğidir. Girişimciden beklenen işler tamamlanmadan neler olabileceğini öngörmesidir. Ancak proaktif kişiler dış şartların üzerinde yarattığı baskıya dayanarak önceden görmüş oldukları sorunlar karşısında önlem alabilirler. Proaktif olan kişiler içinde buldukları şartlar ne olursa olsun bu durumu kendi lehine çevirebilecek olan kişilerdir. Proaktif olan kişileri duygular, koşullar, olaylar veya çevreleri yönetmez. Onlar tüm sorumlulukları dikkatlice düşünerek ve tüm alternatifleri değerlendirerek yönetirler (Covey, 2016: 82-83).

Proaktiflik girişimcinin sahip olması gereken önemli bir özelliktir. Koymuş olduğu hedeflere ilerlerken karşısına çıkabilecek engelleri öngörebilen girişimciler bu sorunlarla almış olduğu önlemler sayesinde başa çıkarlar.

3.3.18 Fırsatları değerlendirme

Girişimcilik, piyasadaki boşlukları görüp, fırsatları belirleyerek, değerlendirme ve geliştirmeyi kapsayan bir süreçtir. Girişimcinin asıl işi, piyasayı enine boyuna takip ederek, önsezilerini devreye sokarak fırsatları belirlemektir. Girişimci sürekli piyasayı takip etmeli, gözünü açık tutmalı, çevresinden geri beslenme sağlamalı, ekip arkadaşlarının fikirlerini rahatça paylaşabileceği bir ortam yaratmalıdır. Özellikle rakiplerinin neler yaptığını takip etmek, işletmenin rekabet gücünü artırır ya da var olan bir sorunun daha kolay çözümünü bulmuş olan rakip firma sayesinde zaman tasarrufu sağlar (Edgett, 1994: 140-148).

Fırsatçılık girişimcinin vazgeçilemez bir özelliğidir. Girişimci çevresindeki tüm fırsatları görebilme yeteneğine sahip olmalıdır. Ancak bu şekilde piyasadaki boşlukları görebilir ve sahip olduğu yaratıcılık özelliğiyle bu boşlukları bir araya getirerek yenilik yapabilir.

Fırsatları değerlendirmeyi bilen girişimciler başarılı olurlar. Bu sebeple kriz anlarını iyi yönetebilmek, piyasadaki rekabeti hem takip etmek hem de bu rekabete yön verebilmek adına tüm gelişmeleri takip etmelidirler. Piyasadaki boşluklardan kaynaklanan fırsatları göremeyen girişimciler konjüktörün gerisinde kalıp başarısız olurlar. Bu sebeple hem kendi işindeki gelişmeler takip etmeli, hem de piyasayı gözlemleyerek elde edebileceği fırsatları değerlendirebilmek için gözünü açık tutmalıdır.

3.3.19 Planlama

İşletmenin amaçlarına ulaşabilmesi için iyi bir planlamaya ihtiyaç duyulur. Girişimcinin bu planlamayı en iyi şekilde hazırlaması ancak ekip arkadaşlarına bu planları sunarken tepeden inen emir ve kararlardan ziyade onların fikirlerine danışarak ekip halinde bir planlama yapmak işletme içindeki sinerjiyi arttırarak, hedeflere ulaşmada kolaylık sağlar (Kelly,1994:70, Baykal, 2014: 20).

Girişimcinin iyi hazırlanmış bir planı olmalıdır. Doğru oluşturulmuş planlar hedefe yönelik başarıyı arttırır. Bunun yanında periyodik olarak yapılacak denetlemeler sayesinde planlamanın neresinde bulunduğu, gecikmeler, kaynak sorunları gibi faktörler önceden görülebileceği için önemler daha kolay alınır. Böylece hedef giden yolda girişimcinin önüne çıkacak engeller büyümeden bertaraf edilmiş olur.

3.3.20 Hataları kabul etme

Hataları kabul etmek sonrasında aynı hataların tekrarlanmaması önem teşkil eder. İyi bir girişimci yapmış olduğu hatayı kabullenmeli, işletme içerisinde hata payının var olduğunun bilincinde olmalıdır (Beybur, 2009: 13). Hata yapmak yaşamın bir parçasıdır ve çalışanlar iş yerinde hata yapma özgürlüğünün olduğu bir ortamda daha yaratıcı olurlar. Ancak burada unutulmaması gereken yapılacak hataların sınırlarının çizilebilmesidir (Emre, 2007: 51).

Yapılan hataların sonuçlarını değerlendirmek girişimciye yeni kaynaklar sağlayabileceği gibi yapmış olduğu analizler sayesinde geleceğe yönelik işletim, denetim, yönetim ve gelişim aşamaları açısından ışık tutar.

3.3.21 Duygusal zekâ

Değişen ve gelişen dünyada işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için yeni yönetim teknikleri kullanılmaya ve etkili liderlere ihtiyaç vardır. Bunun için artık insan faktörü üzerinde önemle durulmaktadır. Üretim yapan ya da hizmet sunan insan olduğuna göre, insan her şey demektir. İnsan bilgili, sürekli öğrenen, değişik koşullara ayak uydurabilen bir varlık olduğu sürece organizasyonlar kendilerini değiştirip, geliştirebilirler. Ancak insanların sadece zekâ katsayılarının yani IQ (Intelligence Quotient)'larının yüksek olması o insanların başarılı olduğunu söylemek için yetersiz kalmıştır. Çünkü yapılan araştırmalar ışığında IQ seviyesi düşük olan insanların da başarılı olabileceği ortaya çıkmıştır. İşte bu noktada duygusal zekâ (EQ: Emotional Quotient) kavramı karşımıza çıkar (Gürsoy, 2005: 51).

Duygusal zekâ, duyguları doğru ifade etmek, onları kullanıp yönlendirebilmek ve anlayabilmektir. Duygusal zekâsı yüksek olan birey diğer bireylerle empati kurabilir, sosyal yeteneklerini rahatça ve kolayca geliştirebilir, davranışlarını yönlendirebilir (Yelkikalan, 2007: 43-44). Duygusal zekâlarını doğru kullanabilen girişimcilerin daha başarılı oldukları yapılan araştırmalar sayesinde ortaya konmuştur (Çetinkaya, 2011: 15). Müşterileri için neyin önemli olduğunu sezebilen, onlarla empati kurarak anlayabilen, güvene ve duygusal etkileşime dayalı ilişkiler sağlayabilen, müşterinin sorunlarını anlayarak doğru çözüm yolları geliştirebilen girişimler başarılı olabilirler (Cin ve Günay, 2013: 13).

İşletme içerisinde ihtiyaç duyulan motivasyon kaynaklarının kullanılabilmesi, çalışanların amaç ve hedeflere yönlendirilebilmesi, duygusal zekasını kullanabilen bir girişimci için doğru kararları alabilmek açısından önemlidir.

3.3.22 Esneklik

Girişimcinin esnek olması değişen ve dönüşen dünyaya ayak uydurması olarak karşımıza çıkar. Katı kuralları olan, planlarına körü körüne bağlı olan biri, sürekli yenilenen iş dünyasında ayakta kalamaz. Bu sebeple girişimcilerin hedeflere giden yolda yapmış olduğu planlara karşı toleransının olması gerekir (Saylan, 2011: 64). Günümüz dünyasında teknoloji bunca yol kat ederken, bilgi her gün kendisini yenilerken, üretim faktörleri ve yöntemleri gelişirken, tüketici ihtiyaçları her gün değişirken girişimciden beklenen bu yeni düzene ayak

uydurmasıdır. Bu sebeple girişimci planlamalarını yaparken, statik olmayan ekonomik çevrenin koşullarına uyarlanabilecek planlar yapmalıdır (Emre, 2007: 50).

Girişimcinin elinde seçenekler olduğunda değişen ortama daha çabuk adapte olur ve hayal kırıklıkları yaşamaz. Bu durumda içinde bulunduğu ekonomik çevrenin değişimine uyum sağlayabildiği ölçüde olur. Esneklik payı yüksek olan girişimciler konjonktürü yakalayarak rakiplerinin gerisinde kalmaz ve rekabet avantajı elde eder.

3.3.23 İçsel motivasyon sahibi olma

Motivasyon, insanları harekete geçiren ve başlayan hareketin devam etmesini sağlayan itici bir güç olarak tanımlanır (Yapar, 2005: 5). Bu tanımlamadan hareketle motivasyonu yüksek bir girişimcinin başarmak için tüm gücünü kullanacağı anlaşılmaktadır.

Girişimcilik içinde pek çok zor süreci barındıran bir olgudur. Girişimci bu zor süreçlerden ancak sahip olduğu içsel motivasyon ile çıkabilir. Motivasyonu yüksek olan kişiler hayal kırıklıklarına kapılmazlar. İçsel motivasyonunu amaçları doğrultusunda kullanan girişimcinin unutmaması gereken, yerinde ve doğru hedefleri seçmesidir. İyi araştırılmamış, her yönü ile düşünülmemiş bir hedef girişimciyi yarı yolda bırakır (Erkan, 2012: 33).

İçsel motivasyonu yüksek girişimciler hedeflerine sıkı sıkıya bağlıdırlar. Karşılaştıkları sorunları tüm becerilerini kullanarak aşarlar. Karşılarına çıkan olumsuz durumları veya yapılacak olumsuz eleştirileri ancak sahip oldukları motivasyon sayesinde aşarlar.

3.3.24 Problem çözme becerisi

Problem çözme becerisi, karşılaşılan bir sorun karşısında tüm seçenekler arasından en doğru kararı verebilme beceridir (Emre, 2007: 49). Girişimci hedeflerine ulaşırken birçok sorunla karşılaşır. Bu sebeple girişimci, problemi sezme, gerçekleri görme ve kabul etme, sorunları sıraya koyarak problemlerle tek tek ilgilenerek sonuca ulaşma becerisine sahip olmalıdır (Saylan, 2011: 62).

Girişimci unvanı taşıyan birinin vazgeçemeyeceği en önemli özellik karar vermektir. Problemleri görüp çözüme kavuşturma, kaynak arama, üretim süreci

belirleme, fırsatları değerlendirme ve yenilik yapma gibi tüm girişimcilikle alakalı süreçler girişimcinin doğru kararı verebilmesine bağlıdır (Koçel, 2001: 47).

Girişimcinin en büyük başarısı doğru zamanda doğru kararları verebilme becerisindedir. Girişimci, iş fikri aklına düştüğü ilk andan çıktının sağladığı kar eline ulaşana kadar birçok karar verecektir. Bu kararların çıktıları en yüksek marjda etkilemesi için problem çözme yeteneğinin gelişmesi olması gerekir.

3.3.25 Misyon ve vizyon sahibi olma

Misyon ve vizyon sahibi olmayı açıklamadan önce, tanımlarını vermek daha doğru olur. Misyon; örgütün yazılı olarak, neyi kurduğunu ne yaptığını ve ne yapmaya devam edeceğini açıklayan bir ifadedir. Bu beyan, paydaşların organizasyonda en çok hangi görevlerle ilgilendiğini belirleme konusunda yardımcı olur, bu da müşterilerin organizasyon tarafından sunulacaklara odaklanmasını ve kuruluşun yakın geleceğe yönelik niyetini açıklar. Vizyon ise, örgütün gelecekteki başarı rotasıdır. Geçerli bir vizyon, şirkete uzun vadeli bir bakış açısı kazandırır, hedefe odaklar, çalışanlara motivasyon ve şirket içi sinerji sağlar (Türk, 2018: 15-17).

Misyon ve vizyonu olan tüm işletmeler gibi, bir girişimcinin hedeflerini koyarken misyon ve vizyonunu oluşturması bir gerekliliktir. Hedeflerini belirlemiş bir girişimcinin işe başlamasının en etkili yolu bir misyon ve vizyon hazırlamasıdır. Burada odak nokta, kişinin ne olmak istediği ne yapmak istediği, nasıl yapacağındaki temel ilke ve değerleri oluşturmaktır (Covey, 2016: 120).

Misyon ve vizyonunu önceden belirleyen bir girişimci yol haritasını hazırlamış olur. Misyon, kişinin veya örgütün bugün ne olduğu, vizyon ise gelecekte ne olacağı ve ne yapacağını ifade eder (Saylan, 2011: 57).

Yukarıda yapılan açıklamalara istinaden, girişimcinin hedeflerini koyarken bir yol haritası belirleyebilmesi için önce misyon; bugün ne durumda olduğunu tanımlama, ardından vizyon; gerçekleştirmeyi düşündüğü şeyler hakkında neler yapabileceğinin bir tanımlamasını hazırlaması gerekir (Altinkurt ve Yılmaz, 2011: 3). Misyonun tanımlanabilmesi, kişinin kendini ve yapabileceklerinin farkında olması, vizyonun hazırlanması hayallerin hedeflere dönüştürülmesi yönünde önemli bir adımdır.

3.3.26 Sorumluluk alma isteği

Girişimciler, başladıkları işin sonuçları işin büyük bir sorumluluk duyarlar. Girişimcilik zor bir süreçtir ve tam bir adanmışlık ister. Şirket kurarken ve büyütürken karşılaşılacak engellerin sorumluluğunu almak gerekir (Scarborough, 2014:5-7). Girişimcilik sürecinde sorumluluktan kaşma veya sorumlulukları devretme gibi bir durum söz konusu değildir. Girişimci bir yönetici atayarak yönetimsel sorumluluklar vazgeçebilir, ancak yasal sorumluluklardan, ortaklara, paydaşlara ve çalışanlarına karşı sorumluluklarından kaşamaz.

Sorumluluk alma isteği, girişimciliğin ruhunda vardır. Hayallerin gerçekteştirilmesi, yenilik ve yaratıcılık yapma, problem çözme, kararların hayata geçirilmesi, planlama, rekabet etme gibi birçok özellik girişimcinin sorumluluk alma isteğinden doğar.

3.3.27 Yüksek enerji

Yeni bir fikri hayata geçirmek işin gerekli olan çabalar göz önüne alındığında önemli bir faktör olan yüksek enerji karımıza çıkmaktadır. Girişimcilerin ortalama insanlara göre daha enerjik olduğu bir gerçektir. İşletme kurmak yüksek tempoda çalışmayı gerektirdiği işin yorucu bir süreçtir. Olduğça uzun ve sıkı çalışma saatleri bir kural değil gerekliliktir (Scarborough, 2014: 6).

Girişimci hedefleri doğrultusunda enerjisini yenileyebilen ve dengeli bir Şekilde enerjisini dağıtabilen kişidir. İş yaşamında piyasayı takip etmek, fırsatları kollamak, yeni kaynaklar aramak, üretim süreçlerini değiştirmek, çalışanları motive etmek, bankaları, yatırımcıları ikna etmek gibi birçok süreç vardır. Girişimci tüm bu sreçlerim tam ortasında yer aldığından yüksek enerjiye sahip olması gerekir.

3.3.28 İnisiyatif alma

Girişimciden önayak olması ve teşvik etmesi beklenir. Gelişmeye ve yararlı bir iş çıkarmaya yol gösterici veya başlatıcı olmalıdır (Kelly, 1994: 61). Bu süreçte girişimcinin inisiyatif sahibi olması anlamına gelir. Girişimcinin edilgen değil etkin bir yapısı vardır. Bu nedenle sorumluluktan kaşınmama, sorun değil

çözüm odaklı olma, gerekenin yapılması için inisiyatif alabilme yeteneğine sahip kişiler başarılı olur (Covey, 2016: 87).

Girişimciler kendi işletmelerine sahip olacaklarından inisiyatif alma becerileri gelişmiş olmalıdır. Özellikle anlık değişimlerde hızlı karar alarak inisiyatif kullanabilen girişimciler esnek yapılarıyla beraber çevreye uyum sağlayabilirler.

3.3.29 Dürüstlük ve güvenilirlik

Girişimcilikte başarılı olmak için dürüstlük ve güvenilirliktir şarttır. Kazanç elde etmek için işletmesini kuran bir girişimciden bu özellikleri taşıması beklenir. Girişimci işletmesini kurarken vaatlerde bulunur. Ondan beklenen bu vaatleri dürüstçe yerine getirmesidir. Sözler verilip dürüstçe yerine getirildikçe içsel bir bütünlük sağlar aynı zamanda kendi yaşamımızın sorumluluğunu üstlenme cesareti ve gücü verir (Covey, 2014: 105).

Güvenilir olmak iş yaşamında herkesin sahip olmak istediği bir durumdur. Dürüst olmayan ve güvenilmez işletmeler ya da kişiler kısa süreliğine hayatlarına devam ederler. Ancak vaatlerini yerine getiremedikçe rekabet etme güçleri ve kar elde etme başarıları düşer. Hiçbir tüketici güvenilir olmayan bir firmanın ürünü almak istemez ya da hiçbir paydaş verdiği sözü tutmayan bir işletmeye ham madde, yarı mamul, kredi gibi kaynakları sağlamak istemez.

3.3.30 Merak

Merak; anlama amaçlı bilmeye yönelik içsel istek ve bilmeye yönelik içsel bir ilgi olarak tanımlanmaktadır. Bilgi ne kadar gerekliyse ona ulaşmak için merak belki ondan daha gereklidir. Eğer merak olmazsa açık fikirlilik, azim, entelektüel yaklaşım, yaratıcılık ve yenilik yapma istediği de olmaz (Yiğit, 2011: 2).

Girişimcinin yaratıcılık ruhuna katkı yapan en önemli özellik meraktır. Girişimciler farklı olana karşı merak duyarlar. Merak, girişimcilerin araştırması, kendini geliştirmesi, fikirler üretmesi için bir güç olarak var olur. Meraklı olmak yaratıcı kişiliğin bir özelliğidir.

3.3.31 Çok yönlü olma

Schumpeter'in *The Theory of Economic Development* adlı kitabında, girişimcinin genetik kişisel özellikleri arasında çok yönlü olma özelliği de bulunmaktadır (Er, 2012: 65). Girişimciden yaptığı işte uzmanlaşmış olması beklenir. Ancak tek bir konuda uzmanlaşmak görüş açısını kısıtlamak anlamına gelir. Burada anlatılmak istenilen, kişinin her açıdan farklı ilgi alanları olmasından ziyade uzmanlaşmış olduğu konuya yakın konular hakkında bilgi sahibi olmasıdır. Bu durum girişimcinin fikirlerini geliştirmesine yardımcı olur.

3.3.32 Yaptığı işe odaklanma

Girişimciler yaptıkları işe kendilerini adarlar. Yaptığı işe kendini adanmış bir girişimci problemler oluştuğunda yılmadan çalışır. Sadece kaynaklara değil, fırsatlar ve kapitalizasyon üzerine de odaklanırlar (Gürol, 2006: 16-17). Girişimciler tek ve uzun vadeli bir hedefi başarabilmek için yoğun bir şekilde odaklanma yeteneklerini kullanmalıdır (Scarborough, 2014: 5). Tüm enerjilerini, kaynaklarını, varlıklarını, zamanlarını birleştirerek hedeflerine odaklandıklarında başarı kaçınılmazdır.

3.4 Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik niyeti açıklanmadan önce niyet kavramının açıklanmasında yarar vardır. Niyet kavramı, belirli bir maksada yönelik veya herhangi bir şeyi gerçekleştirebilmek adına tercih edilen yolun ifadesidir (Uslu, 2015: 42). Başka bir tanım ise, niyet inanç ile tutumun, tutum ile hareketlerin birbirini etki altında bıraktığı veya tetiklediği bir durumdur (Top ve Sevecen, 2006: 2). Kısacası niyet kavramı için, kişinin iç dünyasında yarattıklarının sonunda zihinsel bir karar vererek eyleme geçmesidir diyebiliriz.

Girişimcilik niyeti, bir bireyin etrafındaki potansiyeli fark ederek, diğer kariyer alternatifleri yerine girişimciliği seçmesidir. Literatürdeki girişimcilik niyeti tanımlarından bazıları aşağıda sıralanmıştır;

- Girişimcilik niyeti, bireyin kendi işletmesini kurma sürecinde sahip olduğu fikir ve planları harekete geçirme ve başarı sağlayabilmesi için çaba sarf etmesi olarak tanımlanır (Şeşen vd., 2014: 2).

- Girişimcilik niyeti, bir bireyin hali hazırda yeni bir işletme kurma ya da gelecekte herhangi bir zamanda yeni bir işletme kurmaya ilişkin niyetini ifade etmektedir (Engle vd., 2010: 38).
- Girişimcilik niyeti, bir kimsenin işini kurma anlamında risk esaslı girişimci gayretler göstermesi yönündeki faaliyetlere bağlılığı şeklinde ifade edilebilir (Şimşek, 2018: 38).
- Girişimcilik niyeti, girişimci fikirlerle, bu fikirlerin uygulanması durumunda ortaya çıkabilecek sonuçlar arasındaki karmaşık ilişkileri yönlendiren süreç odaklı zihinsel bir yönelimdir (Boyd ve Vozikis, 1994: 64)

Yeni şirketler kurmanın arzu edilen kâr payını elde etmek için, bilinçli olarak gerçekleştirilen ve süreç üzerindeki kontrolü arttırmayı hedefleyen bir faaliyet olduğu niyetin belli bir hedefe ulaşmak için kişinin dikkatini ve çabasını yönlendirmesinde, bir başka deyişle girişimciler tarafından yeni şirketler kurulmasında etken olduğunu söylemek mümkündür. Yeni şirketlerin kurulması ve büyümesine sebep olan süreçleri anlamak için bireylerin girişimciliğe başlarken sahip oldukları niyetlerinin detaylı olarak anlaşılması ve açıklanması gereklidir (Vardar, 2018: 25).

Girişimcilik niyetinin anlaşılması için, kişiyi girişimcilik yapmaya iten, onu motive eden unsurların neler olduğunun belirlenmesi gerekir. Bireylerin girişimci kişilik özellikleri onların girişimcilik niyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Literatüre baktığımızda girişimcilik niyetini etkileyen girişimci kişilik özellikleri arasındaki bağlantıyı açıklamaya yönelik üç ana model kullanılmaktadır. Bu modeller, Shapero ve Sokol'un (1982) "Girişimci Olay Modeli", Bird'ün (1988) "Girişimcilik Niyet Modeli" ve Ajzen'in (1991) "Planlanmış Davranış Modeli" olarak karşımıza çıkmaktadır (Bozkurt, 2014: 32).

3.4.1 Girişimcilik Niyeti Modelleri

Girişimcilik niyeti açıklamalarından sonra literatüre girmiş olan girişimcilik niyeti modellerinin ayrıntılı olarak açıklanmasında fayda vardır. Yaratılmış bu modellerin hepsi girişimci kişilik özelliklerinin niyet ile birleştiği noktada yapılabirlik, uygulanabilirlik, gerekli ortamın oluşması, kişinin bireysel,

fikirsel, sezgisel ve kavramsal algıları mevcuttur. Tüm bunların yanında davranışa dönüşen tüm tutumların niyet ile ilişkisi kurulmuştur.

Aşağıda girişimcilik niyet modelleri detaylı olarak açıklanmıştır;

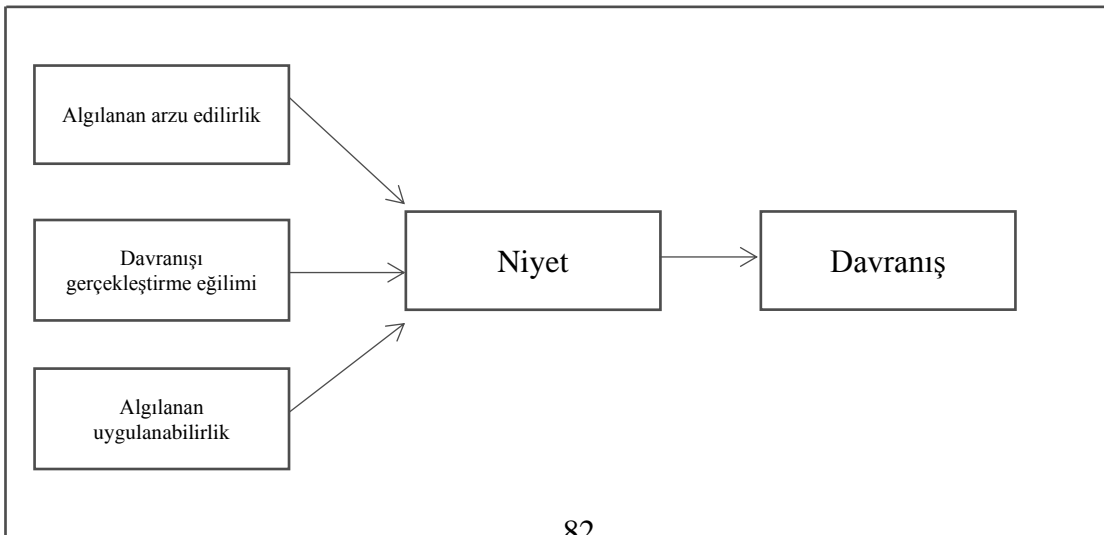
3.4.1.1 Girişimci olay modeli

Girişimci olay modeli Shapero ve Sokol tarafından 1982’de geliştirilmiştir. Girişimci olay modelinde girişimcilik niyetinden daha çok, girişimcilik etkinliği başka bir ifadeyle yeni bir iş oluşturma durumunu merkeze alınmıştır. Bu modele göre, birey önce girişim yapmakta istekli olur, ardından bu isteği hayata geçirebilme olasılığının var olup olmadığına bakar, bunun sonunda ise harekete geçip geçmeme kararı alır (Şeşen ve Basım, 2012: 22).

Girişimci olay modelinde girişimcilik olayı, algılanabilen isteklilik ve uygulanabilirlik bireyin sosyo-kültürel çevresine bağlı olarak değişir. Bireyin yaşadığı ortamda; yenilik ve yaratıcılık, risk alma, bağımsızlık ve yeni girişimlere olanak tanındığı ölçüde birey girişimci olma kararı alabilir ve olanaklarını değerlendirebilir (Şimşek, 2018: 38). Algılanabilen isteklilik durumu kişinin aile, arkadaş, çalıştığı ortam ve almış olduğu eğitime bağlı olarak ortaya çıkar, algılanabilen uygulanabilirlik durumu ise kişinin ihtiyaç duyacağı mali destek ve ortak alma gereksinimine bağlıdır (Doğan, 2013: 53).

Kişinin girişimci olarak harekete geçmesinin, sonuçta elde edeceği kazanımın arzu edilebilirliğine yönelik algısı, fırsatlar karşısında motive olmaya yönelik eğilimi ve hedeflerin gerçekleştirilebilirliğine yönelik algısına bağlı olduğu şekil 2.1’de gösterildiği gibi ortaya konmuştur.

Girişimci olay modeli şekil 3. 1’de gösterilmiştir;



Şekil 3.1. Girişimci Olay Modeli

Kaynak: Vardar, 2018: 30.

Girişimci olay modelinde girişimci olay, algılanan arzu edilebilirlik ve algılanan uygulanabilirlik bireyin içinde bulunduğu sosyo-kültürel duruma göre gerçekleşir. Bireyin içinde yer aldığı çevrenin, yenilik ve yaratıcılık, risk alma ve yeni girişimlere fırsat verme tutumları kişinin girişimci olma niyetini etkiler. Algılanan arzu edilebilirlik ise, aile, eğitim seviyesi, iş arkadaşları ve örnek teşkil eden kişilerin varlığına bağlı olarak şekillenir (Doğan, 2013: 53).

Girişimci olay modelinde niyet, amaçlanan davranışın ön koşulu olarak ele alınır. Amacı, kişileri girişimcilik davranışına yönelten bileşenlerin açıklanmasıdır. Algılanan gerçekleştirilebilirlik ise, kişinin amaçlarına ulaşması için yapılması gerekenlere dair duygularını belirtmektedir (Vardar, 2018: 31).

3.4.1.2 Girişimci niyet modeli

Girişimci niyet modeli ise Bird tarafından 1988’de geliştirilmiştir. Bird’e göre girişimci niyet modelinde girişimcilik niyetini etkileyen unsurlar, bireysel, kavramsal, fikirsel ve sezgiseldir. Bireysel unsurlar, kişilik özellikleri, kişinin geçmişi ve kişinin sahip olduğu yeteneklerdir. Kavramsal unsurlar, kişinin bilinci, devlet politikaları ve içinde bulunulan piyasanın yapısıdır. Fikirsel unsurlar ise, bireyin düşünceleri, tespitleri ve hedefleri olarak karşımıza çıkar. Sezgisel unsurlara bakıldığında, girişimcinin sahip olduğu vizyon ve misyon ile karşılaşırız (Şeşen vd. 2014: 94).

Girişimci niyet modeline göre, bireyin kendi kişisel (örneğin, kişinin özgeçmişi, kişiliği ve yetenekleri) ve sosyal (örneğin; kişinin sosyo- kültürel, politik ve ekonomik çevresinin durumu) durumunu hesaplayarak analiz etmesi sonucunda ortaya çıkmakta ve girişimcilik niyeti zaman içerisinde girişimsel faaliyetlere dönüşmektedir (Shook vd, 2003: 384).

3.4.1.3 Planlanmış davranış modeli

1991 senesinde Ajzen tarafından geliştirilen Planlanmış Davranış Modeline göre ilk aşama davranış göstermeye yönelik niyetlerin oluşmasıdır (Kaşmer Şahin, 2015: 50). Ajzen’in planlanmış davranış modelinde üç esas kavramın bireyde

davranışsal bakımdan bir niyetlilik meydana getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunlar “davranışa karşı tutum”, “sübjektif norm” ve “algılanan davranışsal kontrol” olarak karşımıza çıkar.

Planlanmış davranış modelinde, davranışa karşı tutum, bireyin, söz konusu davranışı gerçekleştirmesinin sonuçlarını olumlu veya olumsuz olarak değerlendirmesinin derecesi ile kavramsallaştırılmıştır. Ajzen planlanmış davranış modelinde tutumu, bir nesneye, kişiye, kuruluşa veya olaya olumlu ya da olumsuz yanıt verme eğilimi olarak ele almaktadır (Bahadır, 2018: 63).

Sübjektif norm ise, bir davranışın gerçekleştirilmesinde kişinin hayatlarındaki önemli insanların kimler olduğu ve onların bu davranışla ilgili ne düşündükleri önem arz etmektedir (Krueger vd., 2000: 417). Bu doğrultuda sübjektif norm “belli bir davranışı yapmak ya da yapmamak için algılanan sosyal baskı” şeklinde tanımlanmaktadır (Kaşmer Şahin, 2015. 52).

Arjen’in algılanan davranışsal kontrol olarak adlandırdığı model ise, girişimcilik niyetini ölçen bazı çalışmalarda uygulanabilirlik - yapılabilirlik ölçütü olarak anılmaktadır (Krueger vd., 2000: 412). Planlanmış Davranış Teorisi en genel anlamda, kişilerin davranışlarını gerçekleştirmelerinin en temel tanımlayıcısının niyet olduğunu; niyetlerin ise davranışa dönüşen tutumlar tarafından kontrol edildiği varsayımı üzerine oturtulmuştur (Şimşek, 2018: 39).

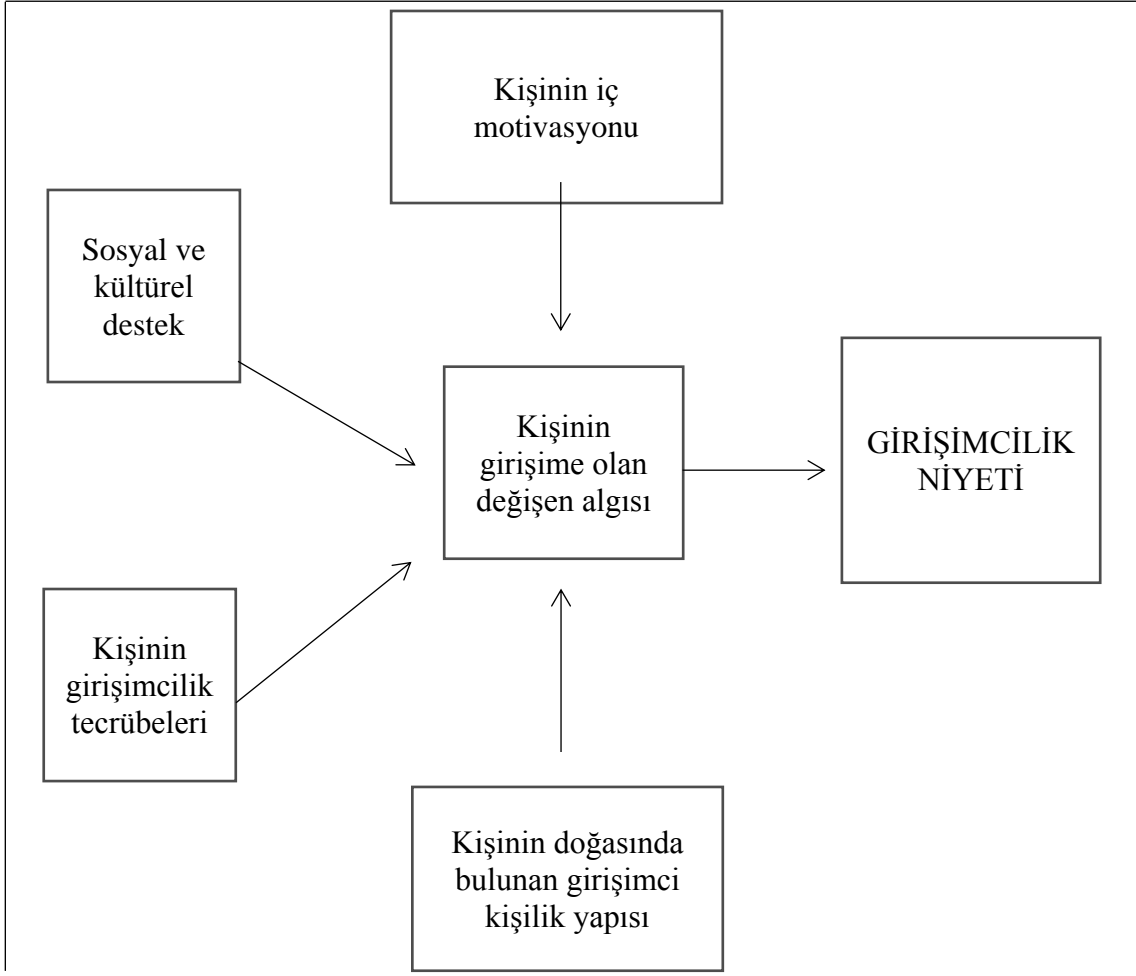
Yukarıdaki açıklamalar ışığında, girişimcilik niyeti en basit ifadeyle bir kişinin yeni bir iş kurma fikrine yönelik niyeti olarak karşımıza çıkar. Girişimcilik niyeti, kişinin sahip olduğu yetenekler, ilgi alanları, bulunduğu çevrenin girişim yapmaya elverişliliği, beraber yaşadığı veya çalıştığı kişiler, edindiği tecrübeler ile şekillenir. Kişinin istihdam edilirken, yarattığı veya keşfettiği fırsatlarla, sahip olduğu deneyim veya iş tecrübesiyle, bulunduğu ortamın sahip olduğu kaynakları bir araya getirerek, iş kurup, istihdam eden kişi olması girişimci kişilik özelliklerinin devreye girmesiyle mümkün olur.

Girişimcilik niyeti, kişinin sahip olduğu girişimci kişilik özelliklerinin bir araya gelmesiyle, fikirden eyleme dönüşür. Kişinin risk alabilme becerisi, bağımsızlık arzusu, kontrol odaklı olması, azim ve kararlılığı girişimcilik niyetine etki eder. Özellikle bulunduğu ortamdaki kaynakları en elverişli şekilde kullanarak kendi işinin patronu olabilme arzusu bu eğilimi artırır. Sahip olduğu liderlik vasıfları,

kendi vizyon ve misyonunu yaratabilme becerisi, yenilikçi ve yaratıcı olabilme kapasitesinin varlığı girişimcilik niyetini şekillendiren en önemli özelliklerdendir.

Tüm bu açıklamalar ışığında, girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetini ne denli etkilediği, fikrin eyleme dönüşme aşamasında kişilik özelliklerinin ne kadar önemli olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Girişimcilik niyeti modeli şekil 3. 2’de gösterilmiştir;



Şekil 3.2: Girişimcilik niyeti modeli

Kaynak: Gençay, 2017: 41

4. GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜN OLUŞMASI, GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜNÜ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ ETKİLEYEN KÜLTÜREL FAKTÖRLER

4.1 Girişimcilik Kültürünün Oluşması

Girişimcilik düzeyinin belirlenmesi için belli başlı ekonomik faktörler belirlenmiş olsa da ülkeler arasında yüksek düzeyde açıklanamayan bazı varyasyonlar vardır. Böylece bu varyasyonları açıklayabilmek için araştırmacılar kültürel farklılıkları araştırmaya başlamıştır. Psikolojik düzeyde yapılan çalışmalar göstermiştir ki ulusal kültürdeki farklılıklar, inanç ve değerler birçok davranışı etkilemektedir (Ürkmeyen, 2013: 29).

Öncelikle kültür tanımına bakacak olursak; kültür, bir toplumu şekillendiren, her topluma ayrı bir çevre olma özelliği kazandıran, her topluma kendi şeklini veren kural ve sorumlulukların bütünüdür (Mutlu, 1999: 275). Buradan hareketle örgüt kültürünü açıklayacak olursak; örgüt kültürü, bir örgütün üyelerine öğretilen, üyeler tarafından paylaşılan değerler, inançlar, düşünce yapısı ve davranış modelleridir (Daft, 2001: 314).

Örgüt kültürünün, çalışanlar üzerinde, çalışma tarzları, iş yapma şekilleri, müşteriye yönelik davranışları, birbirleriyle ilişkileri, iletişim şekilleri üzerinde büyük bir etkisi vardır. Örgüt kültürü, örgütün görünmeyen ancak herkes tarafından hissedilen bir parçasıdır. Kültürel özellikler, örgüt kültürünü de etkilediğinden, girişimciliği etkileyen temel bir unsurdur (Güney, 2015: 208-209).

Girişimcilik kültürü, bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi olarak ortaya çıkar. Girişimcilik kültürü zamanla öğrenilebilen, sosyal olarak başkalarına aktarılabilen değerlerin tümü olarak açıklanabilir. Bu nedenle girişimcilik kültürü, girişimciliğin yaygınlaşmasında, kabullenilmesinde, desteklenmesinde, yeni girişimcilerin yetiştirilmesinde önemli bir yere sahiptir (Gül, 2012: 59-60).

Ulusal kültürler bir diğerine karşı farklı anlamlara, değer, norm ve inançlara, farklı davranış ve tutumlara göndermede bulunur. Bu yüzden tüm kültürlerde insan tipleri birbirinden farklıdır. Kişinin yaratıcılığı, enerjikliği ya da vasat veya edilgen olması onun kişiliğinin şekillendiği kültür ile doğrudan bağlantılıdır. Bir toplumun girişimciliği kahramanlaştırması veya yergisi o toplumda girişimcilik kültürüne etki eder (Akdemir, 2015: 16).

Bilgi toplumları incelendiğinde, toplumun bir parçası olan bireyin kendini kabul ettirme, kâr amacı güderek bir işletme kurma, farklılaşma arayışlarını işletmeleriyle bütünleştirme ve bu tarzdaki düşüncelerini ve uygulamalarını girişimcilik kültürü olarak tanımlayabiliriz (Cabbar, 2006: 16).

Girişimcilik kültürü içerisinde birçok farklı gayret taşır. Bu gayretler arasında; işletme kurma, var olan işletmeyi yenileme veya büyütme, tüketicilere daha iyi olanaklarda mal ve hizmet sunma, istihdama katkı yapma, liderlik etme, devlete vergi vermeyi sayabiliriz.

Tüm bu anlatılanlara baktığımızda, pozitif bir girişimcilik kültürünü görmekteyiz. Bunun yanında negatif olarak adlandırılacak bazı girişimcilik kültürleri de mevcuttur. Örneğin, aldığı kredileri geri ödememek için çeşitli numaraların yapılması, daha kalitesiz malların daha pahalıya satılmaya çalışılması, devlete vergi ödememek suretiyle devleti soymaya çalışmakta negatif bir girişimcilik kültürüdür (Cabbar, 2006: 17).

Pozitif ve negatif girişimcilik kültürleri incelendiğinde, ulusların ekonomik kalkınmayı garantilemek ve sürdürülebilir bir ekonomik canlılığı temin edebilmek için pozitif girişimcilik kültürünü desteklemeli, piyasadaki rekabeti gözlemlemeli, vergi kaçakçılığına yönelik denetimleri arttırmalı, teşvik sağladığı girişimlerin gelişmelerini takip etmelidir. Ancak bu şekilde yaratılacak olan girişimcilik kültürü sayesinde, girişimlerinde başarılı olup, milli servete katkıda bulunan girişimciler diğer girişimciler için ön ayak oluşturacak ve yeni girişim ve girişimcilerin önünü açacaktır.

Girişimcilik kültürü belli bir zamanda oluşan bir olgu değildir. Girişimcilik, girişimcinin yarattığı yenilik, farklılık ve yeni oluşumların içerisinde bulunduğu eşsiz bir olgudur (Naktiyok, 2004: 1). Tüm bunların bir araya gelerek, belli bir çıktının oluşması zaman alacağı gibi girişimcilik kültürünün oluşması da belli

bir zaman almaktadır. Kültürün varlığı girişimciliği etkiledikçe, girişimcilikte kültürü etkilemeye devam edecek ve zamanla yeni anlamlar kazanacaktır. Bu nedenle uluslar için dahi tek bir girişimcilik kültürü tanımından bahsetmek mümkün değildir.

4.2 Girişimcilik Kültürünü Etkileyen Faktörler

Girişimcilik kültürünü etkileyen birçok sebep bulunmaktadır. Girişimcilik kültürünün oluşmasında bireysel yapı, sosyal ve kültürel yapı, finansal kaynaklar ve hukuksal düzenlemeler etkilidir. Kültürel yapının oluşması nasıl ki uzun bir zaman alıyorsa, girişimcilik kültürünün oluşması ve yayılması da buna bağlı olarak zaman almaktadır. Birey toplumun bir parçası olduğu için, yaşadığı toplumun kültürel yapısının dışına çıkamaz. Dolayısıyla girişimcilik kültürü de birey ve toplumun birbirini etkilemesiyle şekillenir.

Aşağıda girişimcilik kültürünü etkileyen faktörler açıklanmıştır;

4.2.1 Bireysel yapı

Girişimcilik kültürünü etkileyen faktörlerden biri olan bireysel yapı içerisinde, motivasyon, yaratıcılık derecesi, kanaatkarlık ve risk alabilme potansiyelini sayabiliriz. Bu faktörlerden her biri bireyin yapısını oluşturduğundan, girişimcilik kültürüne de etki etmektedir.

Bireysel yapıyı etkileyen faktörler aşağıda açıklanmıştır (Cüceloğlu, 1996: 229, Aslan ve Karasoy, 2002: 477, Cabar, 2006: 24-30, Güney ve Çetin, 2003: 190-200, Çelik ve Akgemci, 1998: 33, Demirel, 2003: 106);

- Motivasyon; bireyin bir işi başarabilmesi için güdülenmeye ihtiyacı vardır. Girişimcinin amaçlarına ulaşabilmesi için bu güdülenmenin derecesi önemlidir. Girişimcilik kültüründe, girişimcilerin çeşitli motivasyon kaynakları ile amaçlarına ulaşmadaki içsel ve dışsal faktörler güdülenme olarak karşımıza çıkar.

Girişimcilik kültürü açısından baktığımızda, girişimcilerin birtakım emelleri gerçekleştirebilmeleri için çeşitli güdülerle teşvik edilmelerine motivasyon denilebilir. Girişimcilik kültürü içerisinde motivasyona kavramsal açıdan baktığımızda ise, girişimcinin ve işletmesinin ihtiyaçlarının tatmin edilmesi

ile sonuçlanacak iş ortamını oluşturarak, girişimcinin harekete geçmek üzere etkilenmesi ve isteklendirilmesi süreci denebilir.

- Yaratıcılık; girişimcilik kültürünü etkileyen bireysel yapı içerisinde yaratıcılığın rolü büyüktür. Her insanın az ya da çok yaratıcı yönü vardır. Ancak bu yaratıcı tarafı ortaya çıkabilmek için, bilgi, beceri, deneyim ve cesarete ihtiyaç duyulmaktadır. Bu aşamada ancak yaratıcı özelliklerini uygun koşullarla bir araya getirebilen bireyler girişimciliği, dolayısıyla girişimcilik kültürünü etkilerler.
- Kanaatkârlık; bireyin kanaatkârlık düzeyi girişimcilik yapma istediğini etkilemektedir. Elindekilerle yetinen ve daha fazlası için uğraş vermenin gereksiz olduğunu düşünen bireyler girişim yapmak adına herhangi bir harekette bulunmazlar. Kanaatkârlık derecesinin yüksek olması girişimciliği olumsuz anlamda etkilemektedir. Buna karşın kanaatkârsız bireyler, daha fazlasına sahip olma isteği, burada sadece kar elde etme değil, başarı, kendini ispatlama, kararları kendi verme vb. birtakım tatmin edici araçların varlığı ile hareket ederek girişimciliğe katkıda bulunarak girişimcilik kültürüne etki etmektedir.
- Risk alma; aşırı temkinli davranan kişiler risk alamazlar. Ancak risk alma girişimciliğin olmazsa olmazıdır. Risk alma eğilimi düşük olan kişiler, yaratıcılık ve yenilik özellikleri ne kadar yüksek olursa olsun bir işe başlamada yeterli cesareti gösteremeyeceği için fikirlerini gerçekleştiremezler. Bu nedenle risk alabilme becerisi, girişimcilik kültürünü etkileyen bireysel yapı içerisinde önemli bir yer tutmaktadır.

4.2.2 Sosyal ve kültürel yapı

Girişimcilik kültürünü etkileyen faktörlerin başında bireyin içinde yaşadığı sosyal ve kültürel yapı gelmektedir. Kültürün, toplumun kurallarını, kurumlarını, süreç ve işleyişlerini, insani ilişkileri ve toplumsal yapıyı etkileyerek; toplumun bir üyesi olan bireylerin çalışma biçimlerini, çalışma şekil ve derecelerini ve çalışma yöntemlerini de çok güçlü bir şekilde etkilediği genel kabul görmektedir (Tosun, 1990: 145-146).

Sosyal ve kültürel yapı, bir ülkedeki girişimcilik düzeyini belirleyen önemli bir etken olarak karşımızda durmaktadır. Sosyal ve kültürel yapı içerisinde aile yapısı, din faktörü ve eğitim kurumlarını da barındırmaktadır.

Soyo-kültürel yapıyı etkileyen unsurlar aşağıda açıklanmıştır: (Güvenç, 1984: 322-323, Ülgener, 1981: 14, Güney: 2015: 222, Eren, 2012: 52, Bilgiseven, 1977:142, Tezcan, 1995: 135).

- Aile yapısı; Girişimcilik kültürünü etkileyen, sosyal ve kültürel faktörlerden ilki aile yapısıdır. Bireyin aile içerisinde almış olduğu eğitim ve görgü onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Ailenin, çocuklarını destekleyici ve cesaretlendirici davranması ya da çocuklarını eleştirip, engellemesi, bireyin girişimcilik ruhunu etkilemektedir.
- Din faktörü; dinlerin girişimciliğe bakış açısı o toplumunda yetişen girişimcileri ve eylemlerini etkilemektedir. Dinlerin gündelik hayata olan etkileri, dini telkinler, bazı davranışları serbest bırakıp, bazılarını yasakladığı tüm öğeler bireylerin özgüvenini etkilediğinden girişimcilik kültürü de dini inançlardan yüksek derecede etkilenir. Çünkü dinlerin çalışmaya, kazanç elde etmeye ve bunların sonucu olarak ortaya çıkan zenginliğe yönelik yaklaşımları girişimcilik kültürünü etkilemektedir.
- Eğitim kurumları; eğitim, bireylerin başarı arzusunu arttırarak, bireye kendine güven ve bağımsızlık aşılar. Eğitimin, girişimcilik ruhunun gelişmesinde, aynı zamanda girişimci bireylerin yaşadığı ülkenin ekonomik gelişmesine yapacağı katkı açısından önemli bir işlevi vardır. Eğitimin diğer işlevleri şunlardır:
 - Toplumun sahip olduğu kültürel mirası bir sonraki kuşaklara aktarmak,
 - İhtiyaç duyulan eğitimli insan gücünü yetiştirmek,
 - Bilgi ve beceri kazandırmak
 - Bilimin gelişmesine katkıda bulunmak,
 - Rasyonel düşünebilen, yenilikçi ve yaratıcı bireyler yetiştirmek.

Bunların yanı sıra eğitim kurumlarının vermiş oldukları girişimcilik eğitimleri ile girişimcilik kültürünün kazandırılması, yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi sağlanır.

4.2.3 Finansal yapı

Bir girişimin gerçekleşebilmesi için öncelikle finansman sorununu çözmesi gerekmektedir. Finansman kavramı genel olarak işletmenin veya yeni kurulacak olan bir girişimin ihtiyaç duyduğu fonların sağlanmasıdır (Okka, 2009: 6). İşletmeler ekonomik mal ve hizmet üretebilmek için finansal olanaklara ihtiyaç duymaktadır. Bir işletme fonksiyonu olarak finansman, işletmenin ihtiyaç duyduğu kaynaklara, ihtiyaç duyduğu anda en uygun koşullarda sahip olmasıdır. Girişimcilik kültürünün oluşmasına etki eden finansal faktörler arasında bireyin finansal kaynaklara ulaşabilmede girişimcinin ihtiyaç duyduğu finansmana, ihtiyaç duydukları yapıda, tutarda, zamanda, uygun kaynaklardan, uygun şart ve düşük maliyetlerle sahip olması sayılabilir (Kalamış, 2015: 285). Girişimcinin gerekli fonlara ulaşmada yaşadığı kolaylıklar veya zorluklar, bulunduğu kültürden etkilenmektedir. Girişimcilik ruhunu destekleyen ülkelerde girişimcilere, devlet kaynaklarının sunulması, özel kurumların varlığı ve büyük şirketlerin girişimleri desteklemesi girişimciliği geliştirir ve büyütür.

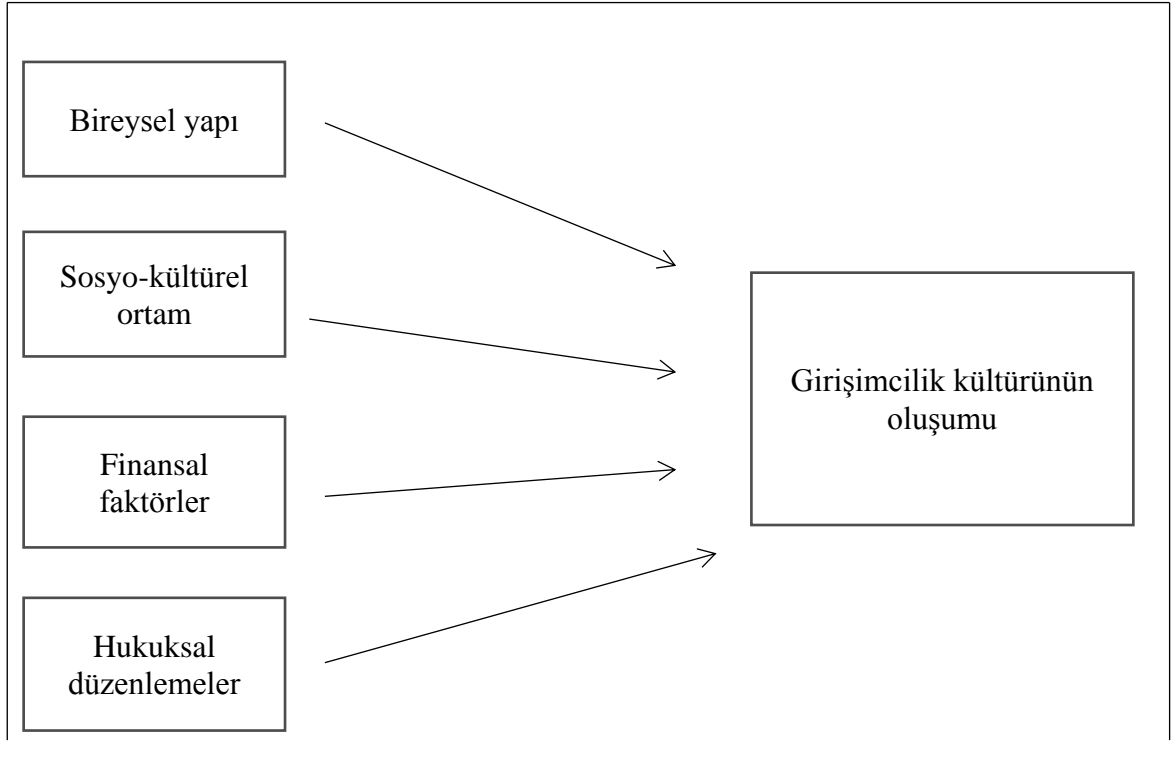
Girişimcilik kültürünün oluşabilmesi için girişimciliğin önündeki finansal sorunların yok edilmesi, kaynak ve fon sağlanmasının kolaylaştırılması ve geri ödemelerde kolaylık sağlanması gerekmektedir.

4.2.4 Hukuksal düzenlemeler

Hukuksal düzenlemeler girişimcilik kültürünü etkileyen en önemli yasal düzenlemelerdir. Girişimciliğin gelişmesine ortam hazırlayan hukuksal düzenlemelerin yapısı; çalışma yasaları, şirket mevzuatlarının belirlenmesi, şirket kurulmasına yönelik bürokratik işlemler, şirketlerin işleyişine yönelik düzenlemeler, rekabet yasaları, şirketlerin işçi alımı ve işçi çıkarımı prosedürleri, iş yaşamına ilişkin kuralları belirleyen çalışma yasalarını içinde barındırır (Cabar, 2006: 42). Girişimcilik kültürü tüm bu hukuksal düzenlemeler içerisinde sayılan bürokratik işlemlerden etkilenmektedir.

Bireyin içinde bulunduğu kültürel yapının sahip olduğu hukuksal düzenlemeler, girişimcilik yapma isteklerini etkiler. Hukuksal düzenlemelerin yavaş işleyen bir sistem içerisinde bulunması, yasal mevzuatların anlaşılır olmaması, resmi işlemlerin karmaşık olması ve bürokratik adımların fazla olduğu kültürlerde girişimcilik negatif yönde etkilenmektedir.

Girişimcilik kültürünün etkileyen unsurlar şekil 4.1’de gösterilmiştir;



Şekil 4.1: Girişimcilik kültürünü etkileyen unsurlar

4.3 Girişimcilik Niyetini Etkileyen Kültürel Faktörler

Yukarıda bahsi geçen ve girişimcilik kültürünü etkileyen tüm unsurlar bireyin girişimcilik niyetini etkilemektedir. Girişimciliğin, içinde bulunduğu kültür tarafından olumlu algılandığı toplumlarda daha fazla girişimci yetişmekte, ancak olumsuz algılandığı toplumlarda bireylerin girişimcilik niyetleri olumsuz olarak etkilenmektedir.

Bireyler girişimci olmak adına yeteri kadar motive olabildiği, işletmeleri için gerekli görülen güdülenmelere sahip olduğu kültürlerde, girişimci olma konusunda daha istekli olurlar. Etkili bir işletme için, iyi motive olmuş girişimcilerin, kendi paylarına

düŖen görevleri yerine getirmeleri ve örgütsel verimliliği sağlamak adına istekli olmaları gerekir (Demirel, 2003: 107). Buda ancak girişimcilik kültürünün desteklendiği toplumlarda mevcut olabilir.

Kültürün etkilediği manevi unsurlar olan aile yapısı, eğitim kurumları ve dini yapı da girişimcilik niyetini etkileyen önemli kültürel öğelerdendir. Örneğin aile özelliklerinin baskın olduğu kültürlerde aileler bağımsızlığa önem veriyorlarsa çocukları da girişimcilik özellikleri taşıır (Demirel, 2003: 126).

Bireyin girişimcilik niyetine sahip olabilmesi, içinde yaşadığı toplumun iş adamlığına, ticarete ve serbest çalıŖmaya atfedilen önem ve değerlere bağlıdır. Bunun yanı sıra bireyin bulunduğu toplumun kiŖiye hata yapma özgürlüğü tanınması, hatalarından ders alma imkânını sunması, kiŖinin kendi kararlarını alabilmesinin teşvik edilmesi, hırslı ve azimli olmanın özendirilmesi, çalıŖkanlık ve doğruluğun takdir görmesi de girişimcilik niyetini etkiler (Emre, 2007: 89).

Girişimcilik niyetini etkileyen tüm kültürel faktörler teknolojik gelişmeler ışığında zamanla değişiklik göstermektedir. Girişimcilik niyetinin, girişimcilik kültürü ile şekillendiği dünyamızda, toplumların girişimciliği pozitif anlamda etkileyecek şekilde var olmaları, ulusların zenginliği açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle devletlerin girişimleri desteklemeleri, girişimciliğin önünü açacak eylemlerde bulunmaları, girişimcilik eğitimlerini teşvik etmeleri, finansmana ihtiyaç duyan girişimlerin fon kaynaklarına ulaşmada yaşadığı zorlukları ortadan kaldırmaları ve bürokratik açıdan girişimleri ve girişimcileri desteklediği bir yapıda bireylerin girişimcilik niyetleri yüksek oranlara ulaşır.

5. GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN, GİRİŞİMCİLİK NİYETİNE ETKİSİ VE DEVLET ÜNİVERSİTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMASI

5.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada İstanbul Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerinin, kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetlerine olan etkisini saptamak amaçlanmıştır. Aynı zamanda öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerinin girişimcilik niyetleriyle ne düzeyde bir ilişkisinin olduğunu belirlemeyi hedeflemiştir.

Ülkelerin ekonomik refah göstergelerinin başında gelen girişimcilerin yaratmış olduğu farklar yadsınamaz. Bu açıdan bakıldığında, girişimciler ve girişimcilik faktörü ülkeler için oldukça önemli hale gelmektedir.

Girişimci kişilik özelliklerinin, girişimcilik niyetine etkisinin araştırıldığı bu tez çalışmasında; girişimcilik niyeti olan kişilerden bazılarının neden girişimci olamadığı, hangi özelliklerin girişimcilik niyetine sahip kişileri risk alarak başarılı bir girişimci yaptığı ya da girişimci olmak için tüm özelliklere sahipken girişimci olma niyetini neden taşımadığı araştırılmıştır.

Tez konusu olarak girişimcilik niyeti ve girişimci kişilik özelliğinin belirlenmesinin seçilmesinin önemi ise elde edilecek sonuçları genelleyerek literatüre katkı sağlaması ve geleceğin girişimcilerine yol göstererek, girişimcilik niyeti taşıyan kişilerin hangi kişilik özelliklerini geliştirmesi ya da hangilerini törpülemesi yönünde ışık tutacaktır.

5.2 Araştırmanın Varsayımları

Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile girişimcilik niyetleri arasında bir ilişki var mı? Öğrencilerin kişilik özellikleri ile girişimcilik niyetleri arasında bir ilişki var mı?

5.3 Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem

Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisinin tespit edilmesine yönelik üniversite öğrencileri üzerine yapılan bu araştırma, İstanbul Üniversitesinin İşletme anabilim dalında eğitim gören üniversite öğrencilerini kapsamaktadır.

Araştırmada kullanılan anket formunun Basit Rassal Örneklem tekniğiyle tasarlanan yaklaşık 400 birimlik bir örneklem uygulanması planlanmıştır. Çalışmanın temel hedeflerinden biri devlet üniversitesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin girişimcilik niyeti ve girişimci kişilik özelliklerini incelemek olduğundan ana kütledeki her birime örneklem seçilme imkânı tanınmış ve anket formu rasgele seçilen öğrencilerden oluşmuştur. Veriler yüz yüze anket uygulaması yöntemiyle toplanmıştır.

Nisan ve Mayıs aylarında devam eden veri toplama süreci sonunda toplamda 400 öğrenciye ulaşılmıştır. Bunlardan 5 tanesinin cevapları eksik olduğu için analizlerden çıkartılmıştır. Araştırmanın amacı hakkında öğrencilere bilgi verilmiş olup, verilerin tutarlılığı için araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayandırılmıştır.

5.4 Veri toplama araçları

Araştırmada veri toplama yöntemlerinden olan yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır.

Araştırmayı değerlendirebilmek için, öğrencilerin ‘‘Girişimcilik niyeti’’ ve ‘Girişimci kişilik özellikleri’’ ni belirlemeye yönelik ölçekler ile öğrencilerin demografik bilgilerini belirlemeye yönelik kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Araştırma toplam 55 soru içermektedir.

Araştırmanın demografik verilerini ölçmeye yönelik olan sorular Çizelge 5.1’de gösterilmiştir;

Çizelge 5.1: Demografik Verileri Ölçmeye Yönelik Olan Sorular

Cinsiyetiniz nedir?
Kaçınıcı sınıftasınız?
Doğum yeriniz neresi?
Daha önce girişimcilik ile ilgili eğitim aldınız mı?
Ailenizde girişimci var mı?
Girişimci olmayı düşünüyor musunuz?
Çalışıyor musunuz?

Girişimcilik niyetlerinin ölçülmesinde, 6 maddeden oluşan ‘‘Girişimcilik Niyetini Ölçeği’’, Hüseyin Can Saral (2018) tarafından yazılan ‘‘ The Relationship Between Entrepreneurial Characteristics And Entrepreneurial Intention’’ tezinde kullanılmıştır. Girişimcilik niyetini ölçmeye yönelik olan sorular Çizelge 5.2’de gösterilmiştir;

Çizelge 5.2: Girişimcilik Niyetini Ölçmeye Yönelik Olan Sorular

Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.
Profesyonel hedefim bir girişimci olmak.
İleride kendi firmamı kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim.
Gelecekte bir firma kurmaya kararlıyım.
Bir firmayı kurmayı çok ciddi düşünmüştüm.
Bir gün bir firmayı kurmaya ciddi olarak niyetliyim

Çizelge 5.2’de gösterilen ölçek, beşli likert tipi olarak anket formunda yer almaktadır. Ölçek maddeleri ‘‘1= Kesinlikle Katılmıyorum’’, ‘‘2= Katılmıyorum’’, ‘‘3= Kararsızım’’, ‘‘4=Katılıyorum’’ ve ‘‘5= Tamamen Katılıyorum’’ şeklinde cevaplar içermektedir.

Girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak 7 alt gruptan oluşan ‘‘Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği’’, Hüseyin Can Saral (2018) tarafından yazılan ‘‘ The Relationship Between Entrepreneurial Characteristics And Entrepreneurial Intention’’ tezinde kullanılmıştır.

Ölçekte toplamda 42 soru yer almaktadır. Bunlardan yenilikçilik 10 soru, başarıma ihtiyacı 7 soru, risk alma 6 soru, bağımsızlık arzusu 9 soru, içsel kontrol odağı 5 soru, belirsizliğe karşı tolerans 4 soru, kendine güven 1 soru olarak alt boyutları oluşturmaktadır. Girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik olan sorular Çizelge 5.3’te gösterilmiştir;

Çizelge 5.3: Girişimci Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Olan Sorular

Yenilikçilik	26. Yenilikleri denemekten hoşlanırım. 27. İşleri yaparken yeni yollar, yeni yöntemler denerim. 29. Yeni fikirlere açığım. 28. Yeni problemlere doğaçlama çözümler üretirim. 30. Kendimi yenilikçi biri olarak görüyorum. 31. Çözülmemiş problemlerle uğraşmayı severim.
Başarım İhtiyacı	23. Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim 35. Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanmam. 36. Yeni ve test edilmemiş koşullarla baş etme konusunda becerikliyimdir. 34. Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum 10. Yaptığım işlerde başarılı olma arzum çok yüksektir. 7. Yaptığım işe dört elle sarılırım. 9. İşimde elimden gelenin en iyisini yapmak isterim. 8. Yaptığım işte ustalaşırım. 12. Belli standartların üstündeki hedeflere ulaşmaya yönelmişimdir. 11. Görevimde başkalarından daha başarılı olmaya çok önem veririm. 22. Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum.
Risk Alma	14. Genelde risk almaktan pek çekinmem. 15. Benim iş stratejim yüksek risk almaktır. 16. Genelde hata yapma korkusuyla risk almaktan geri durmam. 13. Riski yüksek diye getirisi yüksek olabilecek yatırımlardan kaçmam. 17. Çalışma garantisi olan sabit maaşlı bir iş yerine satışlardan prim ve kâr payı veren riskli bir işi tercih ederim. 18. Bazı yatırımların sonucunu net olarak öngöremesem de risk almaktan kaçınmam.
Bağımsızlık Arzusu	41. İşlerimi yaparken işin kontrolü elimde olsun isterim. 40. Çalışma yöntemlerimi başkalarının düşüncelerini dikkate almaksızın kendim belirlerim. 42. Bağımsız olmak için gerekirse farklı olmaktan çekinmem 38. Yaptığım işlerde bağımsız olma arzum çok yüksektir. 39. Başkalarından emir almak yerine kendi işimle ilgili kararları kendim vermek isterim. 37. Param olmasa bile yetenekli, çalışkan ve hırslı olduğum için şirket kurabileceğimi düşünüyorum. 32. Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım yok. 33. Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.
İçsel Kontrol Odağı	1. Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim. 20. İnsanların başlarına gelen mutsuzluklar kötü şanslarından kaynaklanmaz. 19. İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır. 25. Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim. 24. Başarının şansın ve kaderin bir sonucundan ziyade kişisel çabadan kaynaklandığına inanırım 21. Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez.
Belirsizliğe Karşı Tolerans	5. Bir işin “iyi iş” olması için neyin nasıl yapılacağına açık talimatlarla ifade edilmiş olması şart değildir. 4. Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım. 6. Benim için iş güvencesi olmazsa olmaz değildir. 3. Hassasiyetle takip edeceğim bir iş programımın olup olmaması benim için çok da önemli değil.
Kendine Güven	2. Çalışanların birbiri ile çakışan sorumlulukları olsa bile ben bundan pek rahatsızlık duymam.

Çizelge 5.3'te gösterilen ölçek, beşli likert tipi olarak anket formunda yer almaktadır. Ölçek maddeleri “1= Kesinlikle Katılmıyorum”, “2= Katılmıyorum”, “3= Kararsızım”, “4=Katılıyorum” ve “5= Tamamen Katılıyorum” şeklinde cevaplar içermektedir.

5.5 Araştırmanın Analiz Yöntemi

Araştırmanın literatür kısmı, Türkçe ve İngilizce kaynaklardan, internetteki makale ve tezlerden, kitaplardan, sürekli yayınlardan derlenmiştir.

Araştırmanın uygulama aşamasına, İstanbul Üniversitesi'nde öğrenim gören İşletme Bölümü Lisans öğrencileri dâhil edilmiştir.

Araştırma anketi sonucunda elde edilen verilerin analizi için SPSS paket programı kullanılmıştır.

5.6 Güvenilirlik Analizi

Ölçeklerin içsel tutarlılığını belirleyebilmek için Cronbach Alpha (α) istatistiğinden yararlanılmıştır. Cronbach Alpha (α) istatistiği, ölçekte yer alan soruların homojen bir yapıyı açıklamak üzere bir bütünlük sağlayıp sağlamadıklarını ölçmek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. “Girişimcilik Niyeti Ölçeği” ve “Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” ne yapılmış olan güvenilirlik analizi sonuçları çizelge 5.4 ve 5.5'te gösterilmiştir;

Çizelge 5.4: Girişimcilik Niyeti Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,939	6

Toplamda 6 maddeden oluşan “Girişimcilik Niyeti Ölçeği” nin güvenilirliği 0,939 Cronbach's Alpha Güvenilirlik katsayısına sahip bulunmuştur. Bu sonuca göre ölçek oldukça güvenilirdir.

Çizelge 5.5: Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,944	42

Toplam 42 maddeden oluşan ‘‘Girişimci Kişilik Özelliği Ölçeği’’nin güvenilirliği 0,944 Cronbach’s Alpha Güvenilirlik katsayısına sahip bulunmuştur. Bu sonuca göre ölçek oldukça güvenilirdir.

6. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde araştırmanın hipotezleri ve araştırma üzerinde yapılan analizler gösterilmektedir.

6.1 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri, ‘‘girişimcilik niyeti hipotezleri’’, ‘‘girişimci kişilik özellikleri’’ ve ‘‘etki ve ilişki hipotezleri’’ olarak aşağıda sıralanmaktadır.

6.1.1 Girişimcilik niyeti hipotezleri

H0₁: Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₁: Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H0₂: Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₂: Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H0₃: Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₃: Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H0₄: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₄: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₅: Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₅: Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₆: Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₆: Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H0₇: Öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₇: Öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

6.1.2 Girişimci kişilik özellikleri hipotezleri

H0₈: Kadın ve erkek öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₈: Kadın ve erkek öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₉: Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₉: Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₁₀: Öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₁₀: Öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₁₁: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₁₁: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H0₁₂: Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₁₂: Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₁₃: Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₁₃: Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

H0₁₄: Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₁₄: Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

6.1.3 İlişki ve etki hipotezleri

H0₁₅: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₅: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₁₆: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₆: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₁₇: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıya ihtiyacının girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₇: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıya ihtiyacının girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₁₈: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₈: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₁₉: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusunun girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₉: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusunun girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₂₀: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₂₀: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₂₁: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₂₁: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₂₂: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₂₂: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

H0₂₃: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₃: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif ilişki yoktur.

H0₂₄: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₄: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif ilişki yoktur.

H0₂₅: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₅: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif ilişki yoktur.

H0₂₆: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₆: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif ilişki yoktur.

H0₂₇: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₇: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif ilişki yoktur.

H0₂₈: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizlik toleransı arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₈: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizlik toleransı arasında pozitif ilişki yoktur.

H0₂₉: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₉: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif ilişki yoktur.

6.2 Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Bu bulgulara dayanarak açıklamalar ve yorumlar yapılmaktadır.

6.2.1 İstatistiksel analiz

Öğrencilerin girişimcilik niyeti ve girişimci kişilik özellikleri ilişkisini belirlemek için yapılan anket sonucu toplanan verilerin, istatistiksel analiz tekniklerinden önce normal dağılıma uyup uymadığı test edilmiştir. Verilerin normallik sınaması için tanımlayıcı istatistik değerlerine bakılmıştır.

Çizelge 6.1: Verilerin normallik incelemesi

N	395
---	-----

Normal Parametreler	Ortalama	167,592
	Std. Sapma	28,541
Tanımlayıcı Parametreler	Eğiklik	-0,853
	Basıklık	1,262

Uygulanan normallik incelemesine göre eğiklik ve basıklık değerlerine bakıldığında, verilerin normal dağılıma uygun olduğu tespit edilmiştir. Normal dağılım gösteren veriler için parametrik istatistiksel teknikler kullanılmıştır.

6.2.2 Frekans analizi

Araştırmada öğrencilerin sosyo-demografik verilerine ilişkin bulgular frekans tabloları ile verilmiş olup, öğrencilerin cinsiyeti, sınıfı, doğum yeri, girişimcilik eğitimi alma, ailesinde girişimci olma, girişimci olma düşüncesine sahip olma ve çalışma durumuna göre bilgiler belirtilmiştir.

Çizelge 6.2: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	N	%
Kadın	201	50,9
Erkek	194	49,1
Toplam	395	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerden 201'i (%50,9 oranla) kadın, 194'ü (%49,1 oranla) erkek olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre cinsiyet dağılımı eşite yakındır.

Çizelge 6.3: Öğrencilerin Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı

Sınıf	N	%
1.Sınıf	111	28,1
2.Sınıf	78	19,7
3.Sınıf	102	25,8
4.Sınıf	104	26,3
Toplam	395	100,0

Öğrencilerin sınıf ayrımında 1. Sınıf, 2. Sınıf, 3. Sınıf ve 4. Sınıf olarak dağılımı gözlemlenmektedir. 1. Sınıf öğrencileri 111 kişiden (%28,1 oranında), 4. Sınıf öğrencileri 104 kişiden (%26,3 oranında), 3. Sınıf öğrencileri 102 kişiden (%25,8 oranında) oluşmaktadır. 2. Sınıf öğrencileri 78 kişi ile (%19,7 oranında) örneklemin en az grubunu oluşturmaktadır.

Çizelge 6.4: Öğrencilerin doğum yerine göre dağılımı

Doğum Yeri	N	%
Kasaba	25	6,3
Köy	18	4,6
Şehir	352	89,1
Toplam	395	100,0

Ankete katılan 395 kişiden, analiz sonuçlarının büyük çoğunluğu oluşturan 352 kişi (%89,1 oranında) şehirde doğmuş olarak tespit edilmiştir. Ankete katılan 25 kişi (%6,3 oranında) kasabada doğmuş ve diğer 18 kişi (%4,6 oranında) köy doğumludur. Analiz sonuçlarına göre şehir doğumluların yüzdesi, köy ve kasaba doğumluların yüzdesinden yaklaşık olarak 9 kat daha fazladır.

Çizelge 6.5: Öğrencilerin girişimcilik eğitimi alıp aldıklarına göre dağılımı

Eğitim Durumu	N	%
Eğitim Alanlar	113	28,6
Eğitim Almayanlar	282	71,4
Toplam	395	100

Analiz sonuçlarına istinaden ankete katılan öğrencilerin 113'ü (%28,6 oranla) girişimcilik eğitimi almış, 282'si (%71,4 oranla) girişimcilik eğitimi almamış olarak tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan öğrencilerden yarısından fazlası daha önce girişimcilik ile ilgili herhangi bir eğitim almamıştır.

Çizelge 6.6: Öğrencilerin ailesinin girişimcilik durumuna göre dağılımı

Girişimci Durumu	N	%
Ailesinde Girişimci Olanlar	159	40,3
Ailesinde Girişimci Olmayanlar	236	59,7
Toplam	395	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerden 159'nun (%40,3 oranla), ailesinde girişimci mevcutken, 236'sının (%59,7 oranla) ailesinde girişimci biri bulunmamaktadır. Ailesinde girişimci olmayan öğrenciler katılımcıların yarısından fazlasını (%59,7 oranla) oluşturmaktadır.

Çizelge 6.7: Öğrencilerin Girişimci Olma Düşüncelerine göre dağılımları

Düşünce Durumu	N	%
Girişimci Olmayı Düşünenler	275	69,6
Girişimci Olmayı Düşünmeyenler	120	30,4
Toplam	395	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerden 275'i (%69,6 oranla) ileride girişimci olmayı düşünürken, 120'si (%30,4 oranla) ileride girişimci olmayı düşünmediğini belirtmiştir. Analiz sonuçlarına istinaden araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun girişimci olma hedefini taşıdığı söylenebilir.

Çizelge 6.8: Öğrencilerin çalışma durumuna göre dağılımı

Çalışma Durumu	N	%
Çalışan Öğrenciler	95	24,1
Çalışmayan Öğrenciler	300	75,9
Toplam	395	100,0

Öğrencilerin çalışma durumuna göre dağılım incelendiğinde, kişilerden 300'ü (%75,9 oranla) bir işte çalışmamakta olup, kişilerden 95'i (%24,1 oranla) bir işte çalışmaktadır. Analiz sonuçlarına göre bir işte çalışmayanların yüzdesi, bir işte çalışanlara oranlara yaklaşık üç kat daha fazladır.

6.2.3 ‘‘Girişimcilik Niyeti Ölçeği’’ faktör ve güvenilirlik analizi

‘‘Girişimcilik Niyeti Ölçeği’’ faktör ve güvenilirlik analizi çizelge 6.9'da gösterilmektedir.

Çizelge 6.9: “Girişimcilik Niyeti Ölçeği” Faktör ve Güvenilirlik Analizi

	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach's Alpha	N
1. Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.	0,812	76,828	0,939	6
2. Profesyonel hedefim bir girişimci olmak.	0,863			
3. İleride kendi firmamı kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim.	0,894			
4. Gelecekte bir firma kurmaya kararlıyım.	0,916			
5. Bir firmayı kurmayı çok ciddi düşünmüştüm.	0,859			
6. Bir gün bir firmayı kurmaya ciddi olarak niyetliyim.	0,911			

KMO=0,908 p=0,000 Genel Cronbach's Alpa=0,939

“Girişimcilik Niyeti Ölçeği” faktör ve güvenilirlik analizine baktığımızda 6 sorudan oluşan ölçek tek boyutta saptanmış olup, 0,939 Cronbach’s Alpha Güvenilirlik katsayısına sahip bulunmuştur.

6.2.4 “Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” faktör ve güvenilirlik analizi

“Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” faktör ve güvenilirlik analizi Çizelge 6.10’da gösterilmektedir.

Çizelge 6.10: “Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Faktörler	Ölçek Maddeleri	Faktör Yüğü	Varyans Oranı	Cronbach's Alpha	n
Yenilikçilik	26. Yenilikleri denemekten hoşlanırım.	0,788	14,426	0,921	10
	27. İşleri yaparken yeni yollar, yeni yöntemler denerim.	0,764			
	29. Yeni fikirlere açığım.	0,711			
	28. Yeni problemlere doğaçlama çözümler üretirim.	0,676			
	30. Kendimi yenilikçi biri olarak görüyorum.	0,665			
	31. Çözülmemiş problemlerle uğraşmayı severim.	0,517			
	23. Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim	0,505			
	35. Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanmam.	0,483			
	36. Yeni ve test edilmemiş koşullarla baş etme konusunda becerikliyimdir.	0,457			
	34. Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum	0,455			

Çizelge 6.10: (devam) “Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Faktörler	Ölçek Maddeleri	Faktör Yüklere	Varyans Oranı	Cronbach's Alpha	n
Başarma İhtiyacı	10. Yaptığım işlerde başarılı olma arzum çok yüksektir.	0,786	26,690	0,903	7
	7. Yaptığım işe dört elle sarılırım.	0,767			
	9. İşimde elimden gelenin en iyisini yapmak isterim.	0,762			
	8. Yaptığım işte ustalaşırım.	0,701			
	12. Belli standartların üstündeki hedeflere ulaşmaya yönelmişimdir.	0,644			
	11. Görevimde başkalarından daha başarılı olmaya çok önem veririm.	0,575			
	22. Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum.	0,449			
Risk Alma	14. Genelde risk almaktan pek çekinmem.	0,828	37,061	0,884	6
	15. Benim iş stratejim yüksek risk almaktır.	0,820			
	16. Genelde hata yapma korkusuyla risk almaktan geri durmam.	0,786			
	13. Riski yüksek diye getirisi yüksek olabilecek yatırımlardan kaçmam.	0,732			
	17. Çalışma garantisi olan sabit maaşlı bir iş yerine satışlardan prim ve kâr payı veren riskli bir işi tercih ederim.	0,538			
	18. Bazı yatırımların sonucunu net olarak öngöremesem de risk almaktan kaçınmam.	0,695			
	Bağımsızlık Arzusu	41. İşlerimi yaparken işin kontrolü elimde olsun isterim.			
40. Çalışma yöntemlerimi başkalarının düşüncelerini dikkate almaksızın kendim belirlerim.		0,639			
42. Bağımsız olmak için gerekirse farklı olmaktan çekinmem		0,627			
38. Yaptığım işlerde bağımsız olma arzum çok yüksektir.		0,626			
39. Başkalarından emir almak yerine kendi işimle ilgili kararları kendim vermek isterim.		0,608			
37. Param olmasa bile yetenekli, çalışkan ve hırslı olduğum için şirket kurabileceğimi düşünüyorum.		0,507			
32. Çözümsüz korkularım ve zayıflıklarım yok.		0,494			
33. Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.		0,440			
1. Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim.		0,428			

Çizelge 6.10: (devam) “Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği” Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Faktörler	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	Varyans Oranı	Cronbach's Alpha	n
İçsel Kontrol Odağı	20. İnsanların başlarına gelen mutsuzluklar kötü şanslarından kaynaklanmaz.	0,691	53,927	0,752	5
	19. İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır.	0,679			
	25. Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim.	0,672			
	24. Başarının şansın ve kaderin bir sonucundan ziyade kişisel çabadan kaynaklandığına inanırım	0,541			
	21. Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez.	0,538			
Belirsizliğe Karşı Tolerans	5. Bir işin “iyi iş” olması için neyin nasıl yapılacağına açık talimatlarla ifade edilmiş olması şart değildir.	0,808	59,785	0,759	4
	4. Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım.	0,727			
	6. Benim için iş güvencesi olmazsa olmaz değildir.	0,709			
	3. Hassasiyetle takip edeceğim bir iş programımın olup olmaması benim için çok da önemli değil.	0,596			
Kendine Güven	2. Çalışanların birbiri ile çakişan sorumlulukları olsa bile ben bundan pek rahatsızlık duymam.	0,833	63,043	0,785	1

KMO=0,949 p=0,000 Genel Cronbach's Alpa=0,944

Faktör analizi sonuçlarına göre Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeği; yenilikçilik, risk alma, başarıma ihtiyacı, bağımsızlık arzusu, içsel kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven olmak üzere 7 farklı alt boyuttan oluşmaktadır.

Ölçeğin 7 alt boyutuna uygulanan Güvenilirlik analizi sonucu yenilikçilik (0,921), Başarıma ihtiyacı (0,903), Risk alma (0,884), Bağımsızlık arzusu (0,876), İçsel kontrol odağı (0,752), Belirsizliğe karşı tolerans (0,759), ve Kendine güven boyutu (0,785) Cronbach's Alpha Güvenilirlik katsayısına sahip bulunmuştur. Bu sonuçlara göre ölçek alt boyutları da oldukça güvenilirdir. Aynı zamanda ölçeğin toplam 42 maddesi için güvenilirlik katsayısı 0,944 bulunmuştur.

6.2.5 Ölçek alt boyutları bağımsız grup T testleri ve Anova analizleri

Genel girişimcilik özellikleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.11: Genel girişimcilik özelliklerinin cinsiyete göre T testi

	Cinsiyet	N	Mean	SS	F	Sig
Genel	Kadın	201	147,1542	22,19214	3,681	0,404
Girişimcilik Özellikleri	Erkek	194	149,2474	27,36759		

H₀₈: Kadın ve erkek öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H₁₈: Kadın ve erkek öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Kadın ve erkek öğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,404 > 0,05$ olduğundan 2 grup arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, kadın öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir farklılık yoktur. Bu durumda H₀₈ hipotezi kabul edilip, H₁₈ hipotezi ise reddedilmektedir.

Genel girişimcilik özellikleri ile girişimcilik eğitimi alma durumu arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.12: Genel girişimcilik özelliklerinin girişimcilik eğitimi alma durumuna göre T testi

	Eğitim alma	N	Mean	SS	F	Sig
Genel	Evet	113	153,5044	23,58765	0,442	0,007
Girişimcilik Özellikleri	Hayır	282	146,0496	25,07549		

H₀₁₁: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H₁₁₁: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından bir fark vardır.

Eğitim alan öğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,007 < 0,05$ olduğundan 2 grup arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, girişimcilik

eğitimi alan öğrencilerin genel girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik eğitimi almayan öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu durumda H_{011} hipotezi reddedilerek, H_{111} hipotezi kabul edilmiştir.

Genel girişimcilik özellikleri ile ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.13: Ailede girişimci olma durumuna göre genel girişimcilik özellikleri T testi

Boyut	Aile	N	Mean	SS	F	Sig
Genel	Evet	159		22,89274	2,571	0,001
Girişimcilik			153,2830			
Özellikleri	Hayır	236	144,7458	25,57898		

H_{012} : Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H_{112} : Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Ailesinde girişimci olan ve olmayan ğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,001 < 0,05$ olduğundan 2 grup arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, ailesinde girişimci olan öğrencilerin genel girişimci kişilik özellikleri, ailesinde girişimci olmayan öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu durumda H_{012} hipotezi reddedilerek, H_{112} hipotezi kabul edilmiştir.

Genel girişimcilik özellikleri ile girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.14: Girişimci olma düşüncesine göre genel girişimcilik özellikleri T testi

Boyut	Düşünce	N	Mean	SS	F	Sig
Genel Girişimcilik Özellikleri	Evet	275	151,9600	25,61809	2,129	0,000
	Hayır	120	139,5250	20,64993		

H₀₁₃: Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H₁₁₃: Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,00 < 0,05$ olduğundan 2 grup arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, girişimci düşünceye sahip olan öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri, girişimci düşünceye sahip olmayan öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu durumda H₀₁₃ hipotezi reddedilerek, H₁₁₃ hipotezi kabul edilmiştir.

Genel girişimcilik özellikleri ile çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.15: Çalışma durumuna göre genel girişimci kişilik özellikleri T testi

Boyut	Çalışma	N	Mean	SS	F	Sig
Genel Girişimcilik Özellikleri	Evet	95	150,8000	28,46932	1,618	0,239
	Hayır	300	147,3533	23,59359		

H₀₁₄: Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H₁₁₄: Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,239 > 0,05$ olduğundan 2 grup arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel

girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir farklılık yoktur. Bu durumda H_{014} hipotezi kabul edilerek, H_{114} hipotezi reddedilmiştir

Genel girişimcilik özellikleri ile öğrencilerin sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için Anova analizi yapılmıştır.

Çizelge 6.16: Genel girişimcilik kişilik özelliklerinin sınıf düzeyine göre Anova Analizi

Boyut	Sınıf	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimci kişilik özellikleri	1. sınıf	111	147,2703	27,08906	,513	,673
	2. sınıf	77	148,4286	24,93488		
	3. sınıf	103	146,5728	24,92640		
	4. sınıf	104	150,5673	22,29143		
Total		395	148,1823	24,85924		

H_{09} : Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H_{19} : Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Anova tablosu sınıf düzeyleri arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından bir farklılık olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloda yer alan p değeri (Sig.) $0,673 > 0,05$ olduğu için H_{09} hipotezi kabul edilerek H_{19} hipotezi reddedilmektedir. Buna göre sınıf grupları arasında girişimcilik kişilik özelliklerin açısından bir farklılık yoktur.

Genel girişimcilik özellikleri ile öğrencilerin doğum yerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için Anova analizi yapılmıştır.

Çizelge 6.17: Genel girişimcilik kişilik özelliklerinin doğum yerine göre Anova Analizi

Boyut	Doğum yeri	N	Mean	SS	F	Sig
Genel Girişimcilik Özellikleri	Şehir	352	148,3011	23,73489	1,873	,155
	Kasaba	25	153,3600	29,37385		
	Köy	18	138,6667	36,57225		
Total		395	148,1823	24,85924		

H₀₁₀: Öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H₁₁₀: Öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Anova tablosu öğrencilerin doğum yerleri arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından bir farklılık olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloda yer alan p değeri (Sig.) 0,155 > 0,05 olduğu için H₀₁₀ hipotezi kabul edilerek H₁₁₀ hipotezi reddedilmektedir. Buna göre öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

Sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için Anova analizi yapılmıştır.

Çizelge 6.18: Girişimcilik niyetinin sınıf düzeyine göre Anova analizi

Boyut	Sınıf	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik niyeti	1. sınıf	111	19,7027	6,19618	,123	,946
	2. sınıf	77	19,2468	6,10685		
	3. sınıf	103	19,2524	6,38429		
	4. sınıf	104	19,3750	6,10775		
Total		395	19,4101	6,18488		

H₀₂: Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H₁₂: Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Anova tablosu sınıf grupları arasında girişimcilik niyeti açısından bir farklılık olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloda yer alan p değeri (Sig.) 0,946 > 0,05 olduğu için H₀₂ hipotezi kabul edilmektedir. Buna göre sınıf grupları arasında girişimcilik niyeti açısından bir farklılık yoktur.

Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için Anova analizi yapılmıştır.

Çizelge 6.19: Girişimcilik niyetinin doğum yerine göre Anova Analizi

Boyut	Doğum yeri	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik niyeti	Şehir	352	19,4744	6,07263	,186	,830
	Kasaba	25	18,7600	7,76359		
	Köy	18	19,0556	6,26355		
Total		395	19,4101	6,18488		

H₀₃: Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H₁₃: Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Anova tablosu öğrencilerin doğum yerlerine göre girişimcilik niyeti açısından bir farklılık olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloda yer alan p değeri (Sig.) 0,830 > 0,05 olduğu için H₀₃ hipotezi kabul edilmektedir. Buna göre öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyeti açısından bir farklılık yoktur.

Cinsiyetin, girişimcilik niyetine etkisini incelemek için, kadın ve erkek öğrenciler arasında girişimcilik niyeti açısından anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.20: Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyeti T testi sonucu

Boyut	Cinsiyet	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik Niyeti	Kadın	201	18,0896	5,92131	,399	,000
	Erkek	194	20,7784	6,16923		

H0₁: Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₁: Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Kadın ve erkek öğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,00 < 0,05$ olduğundan 2 grup arasında girişimcilik niyeti açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, kadın öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik niyeti taşıdıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda H0₁ hipotezi reddedilerek, H1₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Girişimcilik eğitiminin, girişimcilik niyetine etkisini incelemek için, girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyeti açısından anlamlı bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.21: Girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik niyeti T testi sonucu

Boyut	Eğitim alma	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik Niyeti	Evet	113	20,9735	6,25708	,060	,001
	Hayır	282	18,7837	6,05426		

H0₄: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₄: Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Girişimcilik eğitimi alan ve almayan 2 grup öğrenciye uygulanan bağımsız grup T testi sonucuna göre $p:0,01 < 0,05$ olduğundan girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik niyeti, girişimcilik eğitimi almayan öğrencilere göre daha yüksektir. Bu durumda H0₄ hipotezi reddedilerek, H1₄ hipotezi kabul edilmiştir.

Ailesinde girişimci olan öğrencilerin, ailesinde girişimci olmayan öğrenciler ile girişimcilik niyetleri arasında bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.22: Ailesinde girişimci olan ve olmayan öğrencilerin girişimcilik niyeti T testi sonucu

Boyut	Aile	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik Niyeti	Evet	159	21,2264	5,74228	1,424	,000
	Hayır	236	18,1864	6,18295		

H0₅: Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1₅: Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Yapılan T testi sonucuna göre $p:0,00 < 0,05$ olduğundan ailesinde girişimci olan öğrencilerin girişimcilik niyetleri, ailesinde girişimci olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetlerine göre daha yüksektir. Bu durumda H0₅ hipotezi reddedilerek, H1₅ hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.23: Çalışma durumuna göre girişimcilik niyeti T testi

Boyut	Çalışma	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik Niyeti	Evet	95	19,8947	7,04767	7,381	0,382
	Hayır	300	19,2567	5,89008		

H0₇: Öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₇: Öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrencilerin T testi sonuçlarına göre $p:0,382 > 0,05$ olduğundan 2 grup arasında girişimcilik niyeti açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu test sonucuna göre ortalamalar incelendiğinde, çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyeti açısından anlamlı bir farklılık yoktur. Bu durumda H0₇ hipotezi kabul edilerek H1₇ hipotezi reddedilmiştir.

Girişimci düşünce durumuna göre, girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında bir fark olup olmadığına bakmak için T testi yapılmıştır.

Çizelge 6.24: Girişimci düşünce durumuna göre girişimcilik niyeti T testi

Boyut	Girişimci düşünce	N	Mean	SS	F	Sig
Girişimcilik Niyeti	Evet	275	21,3564	5,51675	0,004	0,000
	Hayır	120	14,9500	5,26898		

H₀: Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H₁: Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Yapılan T testi sonucuna göre $p:0,00 < 0,05$ olduğundan girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrencilerin girişimcilik niyetleri, girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetlerine göre daha yüksektir. Bu durumda H₀ hipotezi reddedilerek, H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

6.2.6 Regresyon analizi

Regresyon analizi bağımlı bir değişken ile bağımsız değişken(ler) arasındaki ilişkinin matematiksel bir model ile ifade edilmesidir. Basit doğrusal regresyon analizinde bir bağımlı bir de bağımsız değişken söz konusu iken, çoklu doğrusal regresyon analizinde ise bir bağımlı değişken ve iki ya da daha fazla bağımsız değişken vardır. Çizelge 6.25’ te Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir.

Çizelge 6.25: Regresyon analizi sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar Beta	t	p
		B	Std Hata			
Girişimci Kişilik Özellikleri	(Sabit Sayı)	107,994	3,540		30,509	0,000
	Girişimcilik Niyeti	2,070	0,174	0,515	11,914	0,000
R2=0,265 F=141,954 p=0,000						
Yenilikçilik	(Sabit Sayı)	28,183	1,223		23,051	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,521	0,060	0,401	8,683	0,000
R2=0,159 F=75,388 p=0,000						
Başarım İhtiyacı	(Sabit Sayı)	20,974	0,903		23,233	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,351	0,044	0,371	7,922	0,000
R2=0,138 F=62,762 p=0,000						
Risk Alma	(Sabit Sayı)	12,278	0,756		16,236	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,382	0,037	0,461	10,297	0,000
R2=0,212 F=106,029 p=0,000						
Bağımsızlık Arzusu	(Sabit Sayı)	18,580	0,879		21,138	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,543	0,043	0,536	12,579	0,000
R2=0,287 F=158,232 p=0,000						
İçsel Kontrol Odağı	(Sabit Sayı)	14,191	0,629		22,566	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,146	0,031	0,232	4,721	0,000
R=0,054 F=22,288 p=0,000						
Belirsizliğe Karşı Tolerans	(Sabit Sayı)	8,810	0,600		14,677	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,047	0,029	0,080	1,598	0,111
R2=0,006 F=2,553 p=0,000						
Kendine Güven	(Sabit Sayı)	2,607	0,175		14,912	0,000
	Girişimcilik Niyeti	0,010	0,009	0,058	1,143	0,254
R2=0,003 F=1,306 p=0,000						

*p<0,05, **p<0,01

Yapılan regresyon analizi sonuçları;

Girişimci kişilik özellikleri değişkeni ve alt boyutlarının girişimcilik niyetine etkisinin ölçülmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda tüm regresyon analizlerinde model anlamlı bulunmuştur.

H0₁₅: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₅: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcılığı orta seviyededir (0,515). Buna istinaden H_{015} hipotezi kabul edilerek H_{115} hipotezi reddedilmiştir.

H_{016} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H_{116} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcılığı düşük seviyededir (0,401). Buna istinaden H_{016} hipotezi kabul edilerek H_{116} hipotezi reddedilmiştir.

H_{017} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacının girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H_{117} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacının girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan başarıma ihtiyacının girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcılığı düşük seviyededir (0,371). Buna istinaden H_{017} hipotezi kabul edilerek H_{117} hipotezi reddedilmiştir.

H_{018} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H_{118} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcılığı orta seviyededir (0,461). Buna istinaden H_{018} hipotezi kabul edilerek H_{118} hipotezi reddedilmiştir.

H_{019} : Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusunun girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₁₉: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusunun girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan bağımsızlık ihtiyacının girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcılığı orta seviyededir (0,536). Buna istinaden H0₁₉ hipotezi kabul edilerek H1₁₉ hipotezi reddedilmiştir.

H0₂₀: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₂₀: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcılığı düşük seviyededir (0,232). Buna istinaden H0₂₀ hipotezi kabul edilerek H1₂₀ hipotezi reddedilmiştir.

H0₂₁: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₂₁: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre $p: 0,001 < 0,111$ olduğundan girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir açıklayıcılığı bulunamamıştır. Buna istinaden H1₂₁ hipotezi kabul edilerek H0₂₁ hipotezi reddedilmiştir.

H0₂₂: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyetine etkisi vardır.

H1₂₂: Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre $p: 0,001 < 0,254$ olduğundan girişimci kişilik özellikleri değişkeninin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir açıklayıcılığı bulunamamıştır. Buna istinaden H1₂₂ hipotezi kabul edilerek H0₂₂ hipotezi reddedilmiştir.

6.2.7 Korelasyon analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin seviyesini (derecesini, şiddetini ve gücünü) ve yönünü belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Her iki değişkenin de sürekli değişken olması ve değişkenlerle alakalı verilerin normal dağılım göstermesi durumunda, değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı (r) ile belirlenmektedir (Ural ve Kılıç, 2005:219).

Girişimci kişilik özellikleri ve onun alt boyutları ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi saptamak için gerçekleştirilen korelasyon (brivate corelation) analiz sonuçları Çizelge 6.26’ da gösterilmektedir:

Çizelge 6.26: Korelasyon analizi sonuçları

Korelasyon		Girişimcilik niyeti	Yenilikçilik	Başarım ihtiyacı	Risk alma	Bağımsızlık arzusu	İçsel kontrol odağı	Belirsizliğe karşı tolerans	Kendine güven
Girişimcilik niyeti	Pearson Korelasyonu	1							
Yenilikçilik	Pearson Korelasyonu	,401**	1						
Başarım ihtiyacı	Pearson Korelasyonu	,371**	,756**	1					
Risk alma	Pearson Korelasyonu	,461**	,525**	,427**	1				
Bağımsızlık arzusu	Pearson Korelasyonu	,536**	,750**	,634**	,579**	1			
İçsel Kontrol Odağı	Pearson Korelasyonu	,232**	,577**	,495**	,367**	,538**	1		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Pearson Korelasyonu	,080	-,131**	-,259**	,149**	-,085	,005	1	
Kendine Güven	Pearson Korelasyonu	,058	,066	,031	,156**	,060	,073	,337**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=395

Girişimcilik niyeti değişkeni ve girişimci kişilik özellikleri değişkenin alt boyutları arasındaki ilişkiyi inceleme amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre;

Pozitif yönlü ve zayıf bir ilişkiye sahip olan değişkenler;

- Girişimcilik niyeti ve içsel kontrol odağı
- Girişimcilik niyeti ve belirsizliğe karşı tolerans
- Girişimcilik niyeti ve kendine güven
- Başarma ihtiyacı ve kendine güven
- Risk alma ve belirsizliğe karşı tolerans
- Risk alma ve kendine güven
- Bağımsızlık arzusu e kendine güven
- İçsel kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tolerans
- İçsel kontrol odağı ve kendine güven

Pozitif yönlü ve orta bir ilişkiye sahip olan değişkenler;

- Girişimcilik niyeti ve yenilikçilik
- Girişimcilik niyeti ve başarma ihtiyacı
- Girişimcilik niyeti ve risk alma
- Başarma ihtiyacı ve risk alma
- Risk alma ve içsel kontrol odağı
- Belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven

Pozitif yönlü ve yüksek bir ilişkiye sahip olan değişkenler;

- Girişimcilik niyeti ve bağımsızlık arzusu
- Yenilikçilik ve başarma ihtiyacı
- Yenilikçilik ve risk alma
- Yenilikçilik ve bağımsızlık arzusu
- Yenilikçilik ve içsel kontrol odağı
- Başarma ihtiyacı ve bağımsızlık arzusu
- Risk alma ve bağımsızlık arzusu
- Bağımsızlık arzusu ve içsel kontrol odağı

Negatif yönlü ve zayıf bir ilişkiye sahip olan değişkenler;

- Yenilikçilik ve belirsizliğe karşı tolerans
- Yenilikçilik ve kendine güven

- Başarma ihtiyacı ve belirsizliğe karşı tolerans
- Bağımsızlık arzusu ve belirsizliğe karşı tolerans

H0₂₃: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₃: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H0₂₃ hipotezi kabul edilerek, H1₂₃ hipotezi reddedilmiştir.

H0₂₄: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₄: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H0₂₄ hipotezi kabul edilerek, H1₂₄ hipotezi reddedilmiştir.

H0₂₅: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₅: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif yönlü ve yüksek şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H0₂₅ hipotezi kabul edilerek, H1₂₅ hipotezi reddedilmiştir.

H0₂₆: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif ilişki vardır.

H1₂₆: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif yönlü ve yüksek şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H_{026} hipotezi kabul edilerek, H_{126} hipotezi reddedilmiştir.

H_{027} : Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif ilişki vardır.

H_{127} : Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif yönlü ve zayıf şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H_{027} hipotezi kabul edilerek, H_{127} hipotezi reddedilmiştir.

H_{028} : Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizlik toleransı arasında pozitif ilişki vardır.

H_{128} : Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizlik toleransı arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı tolerans arasında pozitif yönlü ve zayıf şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H_{028} hipotezi kabul edilerek, H_{128} hipotezi reddedilmiştir.

H_{029} : Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif ilişki vardır.

H_{129} : Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif ilişki yoktur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif yönlü ve zayıf şiddetli bir ilişki vardır. Buna istinaden H_{029} hipotezi kabul edilerek, H_{129} hipotezi reddedilmiştir.

Alt boyutların birbirleri ile olan ilişkilerine baktığımızda, yenilikçilik ve belirsizliğe karşı tolerans, yenilikçilik ve kendine güven, başarıya ihtiyacı ve belirsizliğe karşı tolerans, bağımsızlık arzusu ve belirsizliğe karşı tolerans

arasın da negatif yönlü ve zayıf şiddetli bir ilişki vardır. Diğer alt boyutların birbirleri ile olan ilişkileri pozitif yönlü olmakla birlikte, şiddetleri değişmektedir.

7. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ VE TARTIŐMA

Girişimciliğin birĐok işlevi bulunmaktadır. Bunlar; yeni mal ve hizmet üretmek, yeni üretim teknikleri geliştirmek ve uygulamak, yeni işletmeler kurmak ve istihdam yaratmak, yeni pazarlara ulaşmak, üretim için yeni kaynaklar bulmak ve sermaye birikimi yaratarak gelir dağılımı dengesi sağlamak. Tüm bu iŐlevlere baktığımızda girişimciliğin ekonomik anlamda ne kadar önemli bir yere sahip olduğunu görebiliriz.

Aynı zamanda yenilik ve yaratıcılığı teşvik etmesi, kişilere kendi işinin patronu olma imkânı sunarak bağımsızlık kazandırması, başarma ihtiyacını gidererek bireysel tatmin sağlaması da önemlidir. Bunların yanı sıra kişilerin kendi kaderlerini ellerinde tutacak gücü vermesi, toplumsal bir fayda yaratarak manevi olarak güçlenmesini sağlaması, saygınlığını arttırması ve fark yaratacak işlerin baŐarılması için gerekli adımları atacak cesareti bulması açısından da önemlidir.

Araştırmanın uygulama kısmında işletme bölümünde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin seÇilmesinin nedeni, girişimciliğin iş yaşamına henüz başlamamıŐ öğrenciler tarafından nasıl algılandığı, öğrencilerin girişimcilik niyetlerini etkileyen kişilik özelliklerinin neler olduğunu bulunmasıdır. Aynı zamanda anket içerisinde yer alan sorularla öğrencilerin kendilerini sorgulamaları ve gelecekte yapacakları işler konusunda farkındalık sahibi olmaları amaçlanmıştır.

7.1 Hipotezlerin kabul/red durumları

Çizelge 7.1: Araştırma hipotezlerinin kabul/Red durumu

H0 ₁ :	Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₁	Kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Kabul
H0 ₂ :	Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₂	Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Red
H0 ₃ :	Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₃	Öğrencilerin doğum yerleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Red
H0 ₄ :	Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₄	Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile girişimcilik eğitimi almayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Kabul
H0 ₅ :	Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₅	Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında girişimcilik niyetleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Kabul
H0 ₆ :	Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₆	Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrenciler ile girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Kabul
H0 ₇ :	Öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₇	Öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Red
H0 ₈ :	Kadın ve erkek öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₈	Kadın ve erkek öğrencilerin genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Red
H0 ₉ :	Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₉	Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Red
H0 ₁₀ :	Öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₁₀	Öğrencilerin doğum yerleri ile genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Red

H0 ₁₁	Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₁₁	Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri arasında açısından bir fark vardır.	Kabul
H0 ₁₂	Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₁₂	Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Kabul
H0 ₁₃	Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Red
H1 ₁₃	Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Kabul
H0 ₁₄	Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark yoktur.	Kabul
H1 ₁₄	Çalışan öğrenciler ile çalışmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark vardır.	Red
H0 ₁₅	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Kabul
H1 ₁₅	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Red
H0 ₁₆	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Kabul
H1 ₁₆	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçiliğin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Red
H0 ₁₇	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıya ihtiyacının girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Kabul
H1 ₁₇	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıya ihtiyacının girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Red
H0 ₁₈	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Kabul
H1 ₁₈	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk almanın girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Red
H0 ₁₉	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusunun girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Kabul
H1 ₁₉	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusunun girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Red
H0 ₂₀	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Kabul
H1 ₂₀	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağının girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Red
H0 ₂₁	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Red
H1 ₂₁	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Kabul
H0 ₂₂	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyetine etkisi vardır.	Red

H1 ₂₂	Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güvenin girişimcilik niyetine etkisi yoktur.	Kabul
H0 ₂₃	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₃	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan yenilikçilik arasında pozitif ilişki yoktur.	Red
H0 ₂₄	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₄	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan başarıma ihtiyacı arasında pozitif ilişki yoktur.	Red
H0 ₂₅	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₅	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan risk alma arasında pozitif ilişki yoktur.	Red
H0 ₂₆	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₆	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan bağımsızlık arzusu arasında pozitif ilişki yoktur.	Red
H0 ₂₇	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₇	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan içsel kontrol odağı arasında pozitif ilişki yoktur.	Red
H0 ₂₈	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizlik toleransı arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₈	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan belirsizlik toleransı arasında pozitif ilişki yoktur.	Red
H0 ₂₉	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif ilişki vardır.	Kabul
H1 ₂₉	Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile genel girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutu olan kendine güven arasında pozitif ilişki yoktur.	Red

7.2 Fark testleri bulgularının değerlendirilmesi

Girişimcilik niyeti ile öğrencilerin sınıf düzeyleri, doğum yerleri ve çalışma durumları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamasının nedeni yaşların birbirine oldukça yakın

olması ve tüm katılımcıların işletme bölümü öğrencisi olmasından kaynaklanabilir. Doğum yerleri arasında bir farklılık olmaması katılımcılardan şehir doğumluların (352 kişi), kasaba (25 kişi) ve köy (15 kişi) doğumlulara oranla 8 kat daha fazla olmasından kaynaklanabilir. Bunun yanı sıra Uslu'nun (2015)' de yaptığı çalışmada da benzer bir sonuç elde edilmiştir. Balkaya'nın (2017)' de yaptığı çalışmanın aksine çalışma durumu ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir fark olmamasının nedeni, öğrencilerin yeterli çalışma tecrübesine sahip olmamasından kaynaklanabilir.

Girişimcilik niyeti ile kadın ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonuçlarına istinaden kadın öğrencilerin girişimcilik niyetleri erkek öğrencilere göre daha yüksektir. Literatüre baktığımızda, Uslu (2015) ve Şahin (2015)' nin çalışmalarında erkeklerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu, Gençay (2017) ve Bahadır (2018)' de yaptığı çalışmalar da ise cinsiyetin, girişimcilik niyeti ile arasında bir fark olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik niyetleri daha yüksektir. Tezin araştırma kısmında, girişimcilik eğitimlerinin bireyin girişimcilik yapma isteği üzerinde önemli bir etkisi olduğu vurgulanmaktadır.

Girişimcilik niyeti ile ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre ailesinde girişimci olan öğrencilerin girişimcilik niyetleri daha yüksektir. Bahadır (2018)' de yaptığı çalışmada aynı sonuca ulaşmıştır. Tezin araştırma kısmında, ailede girişimci birinin olup olmasının, girişimciliğe etkisi üzerinde durulmuştur.

Girişimcilik niyeti ile girişimci düşünceye sahip olan ve girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre girişimci düşünceye sahip olan öğrencilerin girişimcilik niyetleri daha yüksektir. Bu sonuç Uslu' nun (2015)' te elde ettiği sonuçla aynıdır.

Anket sonuçlarına göre, ‘Genel Girişimci Kişilik Özellikleri’ ile cinsiyet, sınıf düzeyi, doğum yeri ve çalışma durumları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Analiz sonuçlarından elde edilen bu bulgulara istinaden, katılımcıların sahip olduğu demografik özelliklerden bu dört maddenin girişimci kişilik özellikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunamamasının sebebi, günümüzde girişimciliğin popülerliğinin artması olabilir. Son zamanlarda girişimcilerin elde ettiği başarılar, kaynaklara ulaşmada sağlanan kolaylıklar ve bireylerin kendi işine sahip olma isteği gibi nedenler bu demografik özellikler arasında bir fark bulunamamasının sebebi olabilir.

Bunun yanı sıra, ‘Genel Girişimci Kişilik Özellikleri’ ile girişimcilik eğitimi alma, ailede girişimci olma ve girişimci düşünceye sahip olma arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bunun sebebi ise, girişimcilik eğitimi alan, ailesinde girişimci olan ve girişimci düşünceye sahip olan öğrencilerin girişimciliği daha iyi tanıyor olması olabilir.

7.3 Korelasyon ve Regresyon analizleri sonuçlarının değerlendirilmesi

Korelasyon analizi sonuçlarına göre bağımlı bir değişken olan ‘girişimcilik niyetinin’, bağımsız bir değişken olan ‘girişimci kişilik özellikleri’ alt boyutlarıyla arasında şiddeti değişik olsa da pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ancak regresyon analizi sonuçlarına göre bağımlı bir değişken olan ‘girişimcilik niyetinin’, bağımsız bir değişken olan ‘girişimci kişilik özellikleri’ alt boyutlarından yenilikçilik, başarıma ihtiyacı, risk alma, bağımsızlık arzusu ve içsel kontrol odağı ile arasında anlamlı bir etkileşim varken, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven boyutlarında anlamlı bir etkileşim bulunamamıştır.

Bu analiz sonuçlarına göre, Saral’ın (2018)’de yaptığı çalışmaya istinaden korelasyon analizleri paralellik göstermekle birlikte, Saral çalışmasında başarıma ihtiyacı ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir etkileşim olmadığı sonucuna varmıştır. Yine analiz sonuçlarına istinaden, Gençay’ın (2017)’ de yaptığı çalışmada yenilikçilik ve içsel kontrol odağı alt boyutları ile girişimcilik niyeti arasında herhangi bir etkiye ulaşamamıştır.

Bu çalışmanın regresyon analizi sonuçlarından belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik niyeti ile arasında anlamlı bir etkileşim olmadığının aksine Gençay (2017) alışmasında belirsizliğe karşı tolerans ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir etkileşim olduğu sonucuna varmıştır.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya’da ve Türkiye’de giderek önemi artan, bir çok araştırmanın konusu olan girişimcilik üzerine yapılan bu tez çalışması, özellikle üniversite öğrencilerinin genel girişimci kişilik özelliklerinin, girişimcilik niyetlerine etkisini belirlemek üzere yapılmıştır.

Girişimci kişilik özelliklerinin, girişimcilik niyetini etkilediği yapılan araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, ülkelerin önemli bir değeri olan girişimcileri tanımak, anlamak, girişimcilik niyeti taşıyan bireylere yol göstermek ve farkındalıklarını arttırmak üzere yapılmıştır.

Analiz sonuçları aşağıdaki gibidir;

- Kadın öğrencilerin girişimcilik niyetleri, erkek öğrencilere göre daha yüksektir. Bunun sebebi, kadınların iş yaşamında yükselme sorunları yaşmaları ve bu sebeple kendi işlerinin sahibi olma isteği olabilir.
- Girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin, girişimcilik eğitimi almayan öğrencilere oranla girişimcilik niyetleri daha yüksektir. Bunun sebebi, eğitim alan öğrencilerin girişimciliği tanımaları, girişimciliğin avantaj ve dezavantajlarını daha iyi bilmeleri olabilir.
- Ailesinde girişimci olan öğrencilerin, ailesinde girişimci olmayan öğrencilere istinaden girişimcilik niyetleri daha yüksektir. Bunun sebebi, ailesinde girişimci olanların riskleri daha iyi anlamaları ve aileleri tarafından desteklenmeleri olabilir.
- Girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrencilerin, girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilere göre girişimcilik niyetleri daha yüksektir. Bunun sebebi, girişimci düşünceye sahip olan öğrencilerin, girişimcilik konusunda araştırma yapmış olmaları ya da yenilik ve yaratıcılığa daha fazla önem verdikleri için, iş fikirlerini hayata geçirme isteği olabilir.
- Girişimcilik eğitimi alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bunun

sebebi, eğitim alan öğrencilerin ders içerisinde, genel girişimcilik kişilik özelliklerini tanıması ve bu konuda kendilerini geliştirmeleri olabilir.

- Ailesinde girişimci olan öğrenciler ile ailesinde girişimci olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bunun nedeni, girişimci ailelerinin girişimci kişilik özelliklerine sahip olup, çocuklarının kişisel gelişimlerini bu yönde tamamlamaları için yol gösterici olmaları olabilir.
- Girişimci düşünceye sahip öğrenciler ile girişimci düşünceye sahip olmayan öğrenciler arasında genel girişimcilik kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bunun sebebi, girişimci olma düşüncesine sahip olan öğrencilerin, girişimci olma düşüncesine sahip olmayan öğrencilere göre daha fazla genel girişimci kişilik özellikleri taşıması olabilir.
- Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkisi vardır. Bunun sebebi, girişimci kişilik özellikleri taşıyan öğrencilerin, yenilikçilik ve yaratıcılık, başarıma ihtiyacı, risk alma, bağımsızlık arzusu ve içsel kontrol odağı özelliklerinin daha yüksek olması olabilir.
- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden yenilikçiğe önem verenlerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, yeni fikirlere açık olan ve yenilik yapmayı seven öğrencilerin, kendi hayallerini hayata geçirmek için girişimciliği bir fırsat olarak görmeleri olabilir.
- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden başarıma ihtiyacı daha fazla olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, girişimcilik vasıtasıyla kendini kanıtlamış girişimcilerin gün geçtikçe artması ve öğrencilerin bu girişimcileri örnek alması olabilir.
- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden risk alma eğilimi daha fazla olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, riski tanımlayabilen, bulunduğu çevrenin sahip olduğu olanakların farkında olan ve hayallerini gerçekleştirebilmek için gereken riski alabilecek durumda olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olması olabilir.

- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden bağımsızlık arzusu daha fazla olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, kendi işinin sahibi olma, kararları kendi adına verme, başkasına hesap vermeme ve yaptığı işin karına tek başına sahip olma isteği duyan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olması olabilir.
- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden içsel kontrol odağı daha fazla olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, yapmış oldukları faaliyetlerin sonuçlarına katılabilecek ve kaderci olmayan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olması olabilir.
- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden belirsizlik toleransı daha fazla olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, belirsiz durumlarla başa çıkabilen, karşısına çıkan engellerde azimle çalışabilen ve hayal kırıklıklarına mahal vermeyen öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olması olabilir.
- Araştırmada ankete katılan öğrencilerden kendine güveni daha fazla olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi, kendi yeteneklerinin farkında olan ve başarabileceklerini öngörebilen öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olması olabilir.
- Sonuçlara göre; girişimci kişilik özellikleri alt boyutları olan yenilikçilik, başarıma ihtiyacı, risk alma, bağımsızlık arzusu, içsel kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven arttıkça girişimcilik niyeti de artmaktadır.

Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına istinaden uygulamaya yönelik bazı öneriler aşağıda sıralanmıştır;

- Ankete katılan 395 öğrenciden sadece 159'nun girişimcilik eğitimi aldığı tespit edilmiştir. Girişimcilik eğitimi alanların girişimcilik niyetlerinin

daha yüksek olduğunun tespit edilmesine istinaden, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğitimlerine ağırlık verilmesi gerekmektedir.

- Geleceğin potansiyel girişimcileri olan üniversite öğrencileri için seminerler düzenlenmeli ve seminer verecek kişilerin başarılı girişimcilerden seçilmeleri sağlanmalıdır.
- Öğrencilerin kişisel özelliklerini geliştirmek için kişisel gelişim metodları dersleri verilebilir. Örneğin; ikna teknikleri, zamanı iyi yönetme, risk değerlendirme teknikleri vb.

Gelecekte yapılacak çalışmalar için de bazı öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler aşağıda sıralanmıştır;

- Devlet ve vakıf üniversiteleri öğrencileri arasında karşılaştırmalı analizler yapılabilir.
- Farklı fakülteler arasında bir araştırma yapılarak karşılaştırmalı analizler yapılabilir.
- Başarılı girişimcilerin girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Girişimci iş insanları dernekleri üyeleri ile yüz yüze mülakat teknikleri aracılığıyla elde edilecek veriler nicel yöntemlerle elde edilen verilere destek sağlayabilir.

KAYNAKLAR

- Adair J. ve Adair T.** (1994), *Zaman Yönetimi*, Öteki Yayınevi, Ankara.
- Ağca, V. ve Kurt, M.** (2007), “İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve”, *Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:29.
- Ağca, V. ve Yörük, D.** (2006), “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Akdağ, M.** (1999), *Türkiye'nin İktisadi ve İçtimai Tarihi Cilt II*, Barış Yayınevi, Ankara.
- Akdemir, A.** (2015), *Girişimcilik ve İş Kurma*, Orion Kitabevi, Ankara.
- Aktel, M.** (1998), “Tanzimat Fermanı'nın Toplumsal Yansıması”, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (Güz).
- Alkın, E.** (1981), “Atatürk Döneminde Devletçilik”, *Atatürk Döneminde Türkiye Ekonomisi Semineri*, 8-9 Haziran, İstanbul.
- Altınbaş, Z.** (2013), “Kurumsal Girişimcilik ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Mücevherat Sektöründe Bir Araştırma”, (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Altınel, M.** (2016), “Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimcilik Özelliklerinin Analizi: Batı Akdeniz Bölgesi Örneği”, (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Altinkurt, Y. ve Yılmaz, K.** (2011), “İlköğretim ve Ortaöğretim Okullarının Vizyon, Misyon ve Değerleri ile İlgili Bir Çözümleme”, *Celalabat-Kırgızistan İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Kırgız-Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik Bakış Dergisi*, 23:1.
- Altıparmak, A.** (1998), “Türkiye'de Cumhuriyetin İlk Yıllarında Müteşebbis Sınıfının Gelişimi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1: 1.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D.** (2010), “Girişimcilik Yönetimi ve Örgütsel Performans İlişkisi”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39:1.
- Arıkan, C.** (2013), “Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği”, (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Bursa.
- Aslan, M. ve Karasoy, A.** (2002), “Yaratıcılık Eğitiminde Cinsiyet ve Eğitimin Rolü”, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Cilt 4.
- Ataseven, Ö.** (2016), “Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerindeki İlkokul Öğrencilerinin Girişimcilik Yeterliliklerinin Karşılaştırılması”, (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Düzce Üniversitesi Sosyal

- Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Programları ve Öğretim Bilim Dalı.
- Aykan, E.** (2012), "Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik", *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17: 3, Isparta.
- Bahadır, Ö.** (2018), "Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi", (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Barker, A.** (2002), *Yenilikçiliğin Simyası*, Türkiye Metal Sanayileri Sendikası, İstanbul.
- Başaran, İ.** (1991), *Örgütsel Davranış*, Gül Yayınevi, Ankara.
- Başol, O.** (2010), "Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Çalışma Ekonomisi Bilim Dalı.
- Baykal, G.** (2014), "Hekimlerde Girişimcilik Ruhunun Çeşitli Branşlar Açısından Karşılaştırılması: Ankara'da Bir Uygulama", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bayram, S.** (2012), "Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilatı ve Esnaf Loncaları", *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S.21.
- Belet, M.S.** (2008), "Türk Kamu Yönetiminde Siyaset ve Bürokrasi İlişkisi: Üst Kurullar Bürokrasisi", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kamu Yönetimi Bilim Dalı, Konya.
- Betil, İ.** (2010), "Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, 5:1.
- Beybur, M.** (2009), "Girişimcilik-KOBİ İlişkisi Bağlamında Banka Kredilerinin Girişimcilik (KOBİ) Sektörü Üzerindeki Etkileri", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Dicle Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonomi Bölümü, Maliye ve Ekonomi Anabilim Dalı, Ekonomi-Maliye Bilim Dalı, Diyarbakır.
- Bilgiseven, A.** (1977), *Sosyolojik Açından Eğitim Yolu ile Kalkınmanın Esasları*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Birçek, A.** (2008), "Girişimci Kişilik Özelliklerinin Liderlik Bağlamında İncelenmesi", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Çanakkale.
- Boratov, K.** (2003), *Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985*, Gerçek Yayınevi, İstanbul.
- Boyd, N. G. and Vozikis, G. S.** (1994), "The Influence of Self-Efficacy on The Deelopment of Entrepreneurial Intentions and Action", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 18.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K.** (2013), "Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi Potansiyel Girişimciler Üzerine Bir Araştırma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 8:2, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.

- Bozkurt, Ö.** (2014), "Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi", *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi 1: 3*.
- Boztemur, R.** (1995), "Özel Girişimciliğin Gelişiminde Devletin Rolü: İş Bankası Örneği", *Tarih Araştırmaları Dergisi*, S. 27.
- Cabar, H.** (2006), "Türkiye'de Girişimcilik Kültürünün Oluşmasında Etkili Faktörler", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Cansız, E.** (2007), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Churchill, N. C.** (1992), *Research Issues in Entrepreneurship*, In Sexton, D.L.; Kasarda, J.D., eds., *The State of The art of Entrepreneurship*, PWS-Kent, Boston, MA.
- Cici, E. N.** (2013), "Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya.
- Cin, H. ve Günay, G.** (2013), "Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 8:2*, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Covey, S.** (2016), *Etkili İnsanların 7 Alışkanlığı*, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Cüceloğlu, D.** (1996), *İnsan ve Davranışı*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Çavdar, T.** (2003), *Türkiye Ekonomisinin Tarihi 1900-1960*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çelebi, N.** (1997), *Turizm Sektöründeki Küçük İş Yeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler*, T.C Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Çelik, A. ve Akgemci, T.** (1998), *Girişimcilik kültürü ve KOBİ'ler: girişimcilik kültürü, küçük ve orta ölçekli işletmeler, yeni stratejiler karşısında KOBİ'ler*, Nobel Yayınları, Ankara.
- Çetindamar, D.** (2002), *Türkiye'de Girişimcilik*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul.
- Çetinkaya, M. B.** (2017), "İŞKUR'un Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Etkinliğinin Ölçülmesi: Karabük İli Örneği", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisans Programı.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö.** (2011), *Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. Vd.** (2012), "Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 15.
- Çiftçiöglü, Ö. M.** (2008), "1945-60 Döneminde Şekillenen Dünya Konjoktüründe Türkiye Ekonomisinin Gelişme ve Değişme Eğilimleri", (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Daft, R.L.** (2001), *Organization Theory And Design*, South-Western.
- Damar, A.** (2015), "Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio üniversitesi ve Selçuk Üniversitesinde

- Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı, Konya.
- Demirel, E. T. (2003)**, “Girişimcilik Kültürü”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Malatya.
- Demiroğlu, Y. (2007)**, “Firma Davranışı Olarak Girişimcilik”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Programı, İzmir.
- Doğan, A. (2011)**, “Türkiye’de Bankacılık Sektöründe Şube Etkinliği”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Ankara Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı.
- Doğan, N. (2013)**, “Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Döm, S. (2008)**, *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Durak, İ. İrmış, A. ve Özdemir, L., (2017)**, *Girişimcilik, Anadolu Kent Girişimciliğinden Örnekler*, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Dündar, S. ve Ağca, V. (2007)**, “Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25:1.
- Edgett, J. (1994)**, *Yönetme Sanatı*, Öteki Yayınevi, Ankara.
- Emre, S. (2007)**, “Girişimcilik Kültürü: Hofstede’in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Malatya.
- Engle R. Vd. (2010)**. “Entrepreneurial Intent: A Twelve-Country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior”. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16: 1.
- Er, P. H. (2012)**, “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Konya.
- Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009)**, “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, S.49.
- Erdurur, K. (2012)**, “Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Düzce.
- Eren, İ. (2012)**, “Girişimcilik ve Din: Temel Kaynakları Çerçevesinde İslam’ın Girişimciliğe Bakışına Yönelik Bir Değerlendirme”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 7:1*, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Erkan, İ. (2012)**, “Pazarlama Zekâsı ve Girişimcilik”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eser, G. (2016)**, *Girişimcilik ve Fırsat Tanımlama*, Beta Yayınları, İstanbul.

- Genç, M.** (2000), *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- Gençay, E.** (2017), “Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Bir Araştırma”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Gül, Z.** (2012), “Türkiye’deki İş Adamı Örgütlerinin Üye Girişimcilere Sağladığı Katkıların Girişimcilik ve İnovasyon Performansları Üzerindeki Etkileri”, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Gültekin, Ö. F.** (2015), “Kalkınma Sürecinde Girişimcilik Kültürünün İstihdam Üzerinde Etkisi: Ostim’deki KOBİ’ler üzerine Bir Araştırma”, (*Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Günay, A.** (2016), “ Bilişim Alanında Değişik Kademelerde Eğitim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması”, (*Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*), Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Güney, S.** (2015), *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Güney, S.** (2015), *Liderlik*, Nobel Akademik Yayınları, Ankara.
- Güney, S. ve Çetin, A.** (2003), “Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü”, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 21:1.
- Günlü, E.** (2015), “Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizm de Sosyal Girişimcilik”, *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, İzmir, S. 35.
- Gürol, A.** (2006), *Küresel Arenada Girişim ve Girişimcilik*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Gürsoy, A.** (2005), “Liderlikte Duygusal Zekâ (Liderlik Özellikleri ile Duygusal Zekâlı Liderlere ulaşılması) Türk Silahlı Kuvvetlerinde Örnek Bir Uygulama”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Manisa.
- Güvenç, B.** (1984), *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Hisrich, R. Peters, M.** (2002), *Entrepreneurship*, McGraw-Hill Higher Education, Boston.
- İlter, B.** (2008), “Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği”, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Işık, N. Göktaş, D. ve Kılınç, E. C.** (2011), “İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 6:1*, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Kalamış, H.** (2015), *Girişimciliğin Finansmanı ve Destekler*, Orion Kitabevi, Ankara.
- Kansu, G.** (2004), *Planlı Yıllar: Anılarla DPT'nin Öyküsü*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

- Karaca, M. Vd.** (2016), ‘‘Kamu Girişimcilerinin Kişilik zelliklerini Belirlemeye Yönelik Uygulamalı Bir alışma’’, *Artvin oruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 3, Artvin.
- Karagöz, M.** (2009), ‘‘Girişimcilik Profili Araştırması. Isparta İli rneği’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Kaşmer şahin, T.** (2015), ‘‘Kültürün Girişimcilik Niyeti zerine Etkileri: Bulgaristan Türkleri ve Türkiye’deki Bulgaristan Göçmenleri zerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma’’, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Kaygın, E. ve Güven B.** (2013), *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadın Girişimciliği*, atı Akademi, İstanbul.
- Kaygın, E. Vd.** (2017), *Girişimcilik, Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Temel Konular*, Cinius Yayınları, İstanbul.
- Kazaferoğlu, E.** (2017), ‘‘Kişilik zellikleri ile Girişimcilik Eğilimi İlişkisi’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Keleş, H. N.** (2013), ‘‘Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi’’, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, S. 26.
- Keleş, H. Vd.** (2012), ‘‘nlisans ğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma’’, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, S. 9.
- Kelly, A.** (1994), *İş Ortamında Yaşamınızı Kolaylaştıracak Pratik Bilgiler*, teki Yayınevi, Ankara.
- Kızıltan, Y.** (2006), ‘‘I. Meşrutiyetin İlanı ve İlk Osmanlı Meclis-İ Mebusan’ı’’, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26: 1
- Koç, C.** (2000), ‘‘İzmir İktisat Kongresi’nin Türk Ekonomisinin Oluşumuna Etkileri’’, *Atatürk Dergisi*, Cilt 3 Sayı 1
- Koçaşlı, İ.O.** (2017). ‘‘1923 İzmir İktisat Kongresinde Alınan Kararların Dönemin İktisat Politikalarına Etkileri’’, *International Journal of Academic Value Studies*, S. 3.
- Koçtürk O. M. ve Gölalan M.,** (2010), ‘‘1923- 1950 Türkiye Ekonomisinin Yapısal Analizi’’, *nc Sektör Kooperatifçilik*, 45: 2.
- Koçel, T.** (2001), *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Koçyiğit, E.** (2013), ‘‘niversite ğrencilerinin Girişimcilik zelliklerinin Belirlenmesi’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kongar, E.** (2002), *21. Yüzyılda Türkiye*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Kruger, vd.,** (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions". *Journal of Business Venturing*, 15. 5.
- Kurtboğanoğlu, B.** (2013), ‘‘Elektronik Girişimcilik Aracı Olarak İnternet Ortamının Kullanılması ve Değerlendirilmesi’’, (*Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Bilişim Bilim Dalı.
- Küçük, O.** (2014), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi (İş Fikri retme)*, Seçkin Yayınevi, Ankara.

- Küçükkalay, A. M.** (2000), ‘‘Osmanlı Toprak Sistemi – Miri Rejim’’, *Yeni Türkiye Dergisi*, S: 32
- Makal, A.** (1997), *Osmanlı İmparatorluğu’nda Çalışma İlkeleri: 1850-1920*, İmge Kitabevi, Ankara
- Mungan, S.** (2013), ‘‘Kadın Girişimcilik Değerleri ile Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Ve Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.
- Mutlu, E.** (1999), *Uluslararası İşletmecilik*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Müftüoğlu, T.** (1996), *Girişimcilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- Naktiyok, A.** (2004), *İç Girişimcilik*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Nişancı, Ş.** (2000), *15-16. Yüzyıllarda Osmanlı İktisat Zihniyeti*, Okumuş Adam Yayınları, İstanbul
- Okka, O.** (2009), *Finansal Yönetim*, Nobel Akademi Yayınları, Ankara.
- Onay, M. ve Çavuşoğlu, S.** (2010), ‘‘İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik’’, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi 17:1*, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa.
- Ökçün, A. G.** (1997), *Türkiye İktisat Kongresi 1923- İzmir*, Sermaye Piyasası Kurulu Yayını, Ankara
- Ören, K. Ve Biçkes, M.** (2011), ‘‘Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri: Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma’’, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16: 3.
- Özdemir, P.** (2016), ‘‘Girişimci Üniversiteler ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi’’, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Özdemir, S.** (2005), *Anadolu’dan Zoru Başaran Cesur Girişimciler*, Hayat Yayınları, İstanbul.
- Özdemir, Y. vd.** (2014), ‘‘Tanzimat Fermanı’nın Arka Planı’’, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22: 1.
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M.** (2015), *Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Kavram ve Uygulama*, Eğitim Kitabevi, Konya.
- Özgen, F. B.** (2000), ‘‘Osmanlı Devleti’nin Diğer Devletlerle İktisadi İlişkileri’’, *Yeni Türkiye Dergisi*, S:32.
- Özkul, G.** (2008), ‘‘Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya – Burdur – Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi KOBİ’lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Öztürk, M. D.** (2016), ‘‘Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı.
- Pamuk, Ş.** (2000), *Osmanlı İmparatorluğu’nda Paranın Tarihi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Sarç, Ö. C.** (1983), ‘‘Atatürk Döneminde Türkiye Ekonomisi ve İktisat Politikaları, Çağdaş Düşüncenin Işığında Atatürk’’, Dr. Nejat Eczacıbaşı Vakfı yayınları, İstanbul.

- Satış, İ.** (2012), "İslah-I Sanayi Komisyonu ve Şirketlerin Teşekkülü: Debbâğ Şirketi Örneği", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9: 18.
- Saylan, U.** (2011), "Girişimcilik Kültürü: Balıkesir'de Turizm Sektörüne Yönelik Bir Araştırma", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Scarborough, N. M.** (2014), *Girişimciliğin ve Küçük İşletme Yönetiminin Temelleri*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Serinkan, C. Ve Arat, G.** (2013), *İşletmelerde Örgütsel Değişim ve İç Girişimcilik*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Sevi, E. S.** (2009), "Psikobiyolojik Kişilik Modeli Ve Beş Faktör Kişilik Kuramı: Mizaç Ve Karakter Envanteri (TCE) İle Beş Faktör Kişilik Envanterinin (5FKE) Karşılaştırılması", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik (Uygulamalı) Psikoloji Anabilim Dalı, İzmir
- Shane, S., Venkataraman S.** (2000), "The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research", *Academy of Management Review*, 25:1.
- Shook, C. L. Vd.,** (2003). "Venture Creation and The Enterprising Ğndividual: A Review and Synthesis". *Journal of Management*, 29: 3.
- Silier, O.** (1973), "1923-1935 Döneminde Türkiye'de Bankalar ve Bankacılık", *Türkiye İktisat Tarihi Seminer Metinler Tartışmalar* 8-10 Haziran.
- Sipahi, E.** (1997), "Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine bir Araştırma", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Soyak, A.** (1999), "Planlama Döneminde Sanayileşme; 75 Yılda Çarklardan Chip'lere", Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Sönmez, E.** (2017), " Girişimcilik Niyetinin Kariyer Planlamasındaki Yeri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", (*Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*), Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Programı.
- Şahbaz, A.** (2017), "İnovasyon ve Girişimcilik Kavramlarının Karşılıklı Etkileşimi", *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi* 1:20/38, Uluslararası E-Dergi.
- Şimşek, Y.** (2018), "Toplumsal Cinsiyet Rol Alguları ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki; Kafkas Üniversitesi Örneği", (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kars.
- Şeşen, H. VD.,** (2014), "Toplumsal Kültürün Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Sosyal Ağ Kullanımının Aracılık Rolü", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 41: 2.
- Şeşen, H. ve Basım, H.** (2012), "Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış Dergisi* 12: 1.
- Tepekaya, M.** (2000), "Sanayi Devrimi Döneminde Osmanlı İktisadi Yapısı", *Yeni Türkiye Dergisi*, S:32
- Tezcan, M.** (1995), *Sosyolojiye Giriş*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara.

- Taş, A.** (2016), ‘‘Girişimcilik Eğitimi ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Parametrik Tekniklerle Analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Sayısal Yöntemler Bilim Dalı, Bolu.
- Tok, vd.** (2014), ‘‘Ziraat Fakóltesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri, Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği’’ *Muđla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3:1.
- Tokgöz, E.** (2001), *Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi (1914-2001)*, İmaj Yayınevi, Ankara.
- Top, S. ve Sevencan, M.** (2006). ‘‘Girişimcilik Niyet Modelleri ve Kültürel Kimliğin Etkileri’’, *Kök Araştırmalar Journal* 8: 2.
- Tosun, K.** (1990), *Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakóltesi Yayını, İstanbul, Cilt 1.
- Tosunoğlu, T.** (2003), ‘‘Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri’’, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tunç, B.** (2007), ‘‘İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi’’, (*Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı.
- Türk, S.** (2018), ‘‘Stratejik Yönetimde Misyon ve Vizyon İfadesinin Önemi: Türkiye ve Hollanda Lojistik Sektörü Karşılaştırması’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Ural, A. ve Kılıç, İ.** (2005), *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi* Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uslu, D.** (2015), ‘‘Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitim Bölümü Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyetinin Duygusal Zekâ Faktörlerine Göre İncelenmesi’’, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Uygun, R.** (2006), ‘‘Türkiye’de Girişimcilik Kültürünü Yönlendiren Öncü Girişimciler ve İbrahim Bodur Modeli’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Ülgener, F.** (1981), *İktisadi Çözölmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*, Der Yayınları, İstanbul.
- Ürkmeyen, M.** (2013), ‘‘Drivers And Incentives Of Innovation And Entrepreneurship In Eu’’, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yüksek Lisans Programı.
- Vardar, A.** (2018), ‘‘ Girişimcilik Niyetine Etki Eden Değişkenlerin Planlanmış Davranış teorisi Çerçevesinde Analizi: Açık öğretim Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma’’, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Yanbastı, G.** (1990), *Kişilik Kuramları*, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.

- Yapar, T.** (2005), ‘‘Motivasyonun İş Verimliliği Üzerine Bir Araştırma’’, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı.
- Yavuz, H. K.** (2000), *Türkiye’de Siyasal Sistem Arayışı ve Yürütmenin Güçlendirilmesi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Yavuzer, H.** (1994), *Çocuk ve Suç*, Remzi Basımevi, İstanbul.
- Yelkikalan, N.** (2007), ‘‘21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ’’, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1:2, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Yenal, O.** (2003), *Cumhuriyetin İktisat Tarihi*, Homer Kitapevi ve Yayıncılık Ltd. Şti. İstanbul.
- Yeşilay, R. B.** (2005), ‘‘Devletçiliğin Türkiye Ekonomisindeki İzdüşümleri’’, *Ankara İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19: 1
- Yıldırım, H.** (2008), *Girişimcilik Ateşi ve İş Melekleri, Temel Kavramlar ve Ateşte Çiçek Açtıran İş Melekleri*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Yıldırım, N.** (2016), ‘‘Hemşirelerin Girişimci Kişilik Özellikleri, Problem Çözme Becerileri ve Etkili Faktörlerin Değerlendirilmesi’’, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Bilim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Kuruluşları Yöneticiliği Anabilim Dalı, Sağlık Kuruluşları Yöneticiliği Yüksek Lisans Programı.
- Yıldız, S. ve Alp, S.** (2012), ‘‘Girişimcilik Teorisi Çerçevesinde Kobilerin Ekonomiye Etkileri ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler’’, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 7: 2, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Yiğit, S.** (2011), ‘‘Curiosity As An Intellectual And Ethical Virtue’’, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yücel, H.** (2017), *Cumhuriyet Ekonomisinin Kuruluşu ve Gelişimi*, TBB Yayınları, Ankara.

EKLER

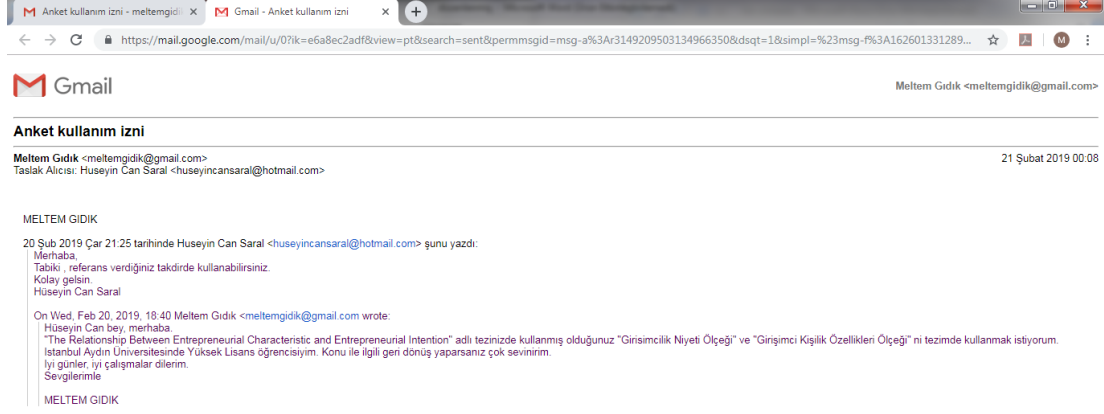
EK 1: Anket kullanım onay belgesi

EK 2: Anket Formu

EK 3: İzin

EK 4: Etik Kurul raporu

EK 1: Anket kullanım onay belgesi



EK 2: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Size sunulan anket formu İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Yüksek Lisans programında Prof. Dr. Salih Güney danışmanlığında hazırladığım “**Girişimci Kişilik Özelliklerinin, Girişimcilik Niyetine Etkisi Ve Devlet Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma**” isimli tez çalışmasının araştırma bölümünü oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda sağlanan veriler tamamıyla bilimsel amaca hizmet edecek ve değerlendirmeye alınacaktır. Çalışmadan istenilen düzeyde bir başarının sağlanması, geçerli ve doğru sonuçlar elde edilebilmesi değerli katkılarınıza bağlıdır. Hiç bir soruyu atlamamanızı ve tüm sorulara samimiyetle cevap vermenizi rica ederim.

MELTEM GIDIK
İstanbul Aydın Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Programı Öğrencisi
E-Posta: meltemgidik@gmail.com

Demografik sorularCinsiyetiniz : Kadın () Erkek ()

Kaçıncı sınıftasınız? : 1.sınıf () 2. Sınıf () 3. Sınıf () 4. Sınıf ()

Doğum yeriniz : Köy () Kasaba () Şehir ()

Daha önce girişimcilik ile ilgili eğitim aldınız mı? : evet () hayır ()

Ailenizde girişimci var mı? : evet () hayır ()

Girişimci olmayı düşünüyor musunuz? : evet () hayır ()

Çalışıyor musunuz? : evet () hayır ()

1. Girişimcilik Niyeti Ölçeği

Anket formunun birinci bölümünde girişimcilik niyeti ile ilgili sorular yer almaktadır. Aşağıda yer alan 5’li ölçeği dikkate alarak görüşünüze en yakın seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.					
2. Profesyonel hedefim bir girişimci olmak.					
3. İleride kendi firmamı kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim.					
4. Gelecekte bir firma kurmaya kararlıyım.					
5. Bir firmayı kurmayı çok ciddi düşünmüştüm.					
6. Bir gün bir firmayı kurmaya ciddi olarak niyetliyim.					

2. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği

Anket formunun ikinci bölümünde ise kişilik özellikleri konusuna odaklanılacaktır. Aşağıda yer alan 5’li ölçeği dikkate alarak görüşünüze en yakın seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim.					
2. Çalışanların birbiri ile çakışan sorumlulukları olsa bile ben bundan pek rahatsızlık duymam.					
3. Hassasiyetle takip edeceğim bir iş programımın olup olmaması benim için çok da önemli değil.					
4. Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım.					
5. Bir işin “iyi iş” olması için neyin nasıl yapılacağının açık talimatlarla ifade edilmiş olması şart değildir.					
6. Benim için iş güvencesi olmazsa olmaz değildir.					
7. Yaptığım işe dört elle sarılıırım.					
8. Yaptığım işte ustalaşırım.					

9. İşimde elimden gelenin en iyisini yapmak isterim.					
10. Yaptığım işlerde başarılı olma arzum çok yüksektir.					
11. Görevimde başkalarından daha başarılı olmaya çok önem veririm.					
12. Belli standartların üstündeki hedeflere ulaşmaya yönelmişimdir.					
13. Riski yüksek diye getirisi yüksek olabilecek yatırımlardan kaçmam.					
14. Genelde risk almaktan pek çekinmem.					
15. Benim iş stratejim yüksek risk almaktır.					
16. Genelde hata yapma korkusuyla risk almaktan geri durmam.					
17. Çalışma garantisi olan sabit maaşlı bir iş yerine satışlardan prim ve kâr payı veren riskli bir işi tercih ederim.					
18. Bazı yatırımların sonucunu net olarak öngöremesem de risk almaktan kaçınmam.					
19. İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır.					
20. İnsanların başlarına gelen mutsuzluklar kötü şanslarından kaynaklanmaz.					
21. Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez.					
22. Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum.					
23. Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim					
24. Başarının şansın ve kaderin bir sonucundan ziyade kişisel çabadan kaynaklandığına inanırım					
25. Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim.					
26. Yenilikleri denemekten hoşlanırım.					
27. İşleri yaparken yeni yollar, yeni yöntemler denerim.					
28. Yeni problemlere doğaçlama çözümler üretirim.					
29. Yeni fikirlere açığım.					
30. Kendimi yenilikçi biri olarak görüyorum.					
31. Çözülmemiş problemlerle uğraşmayı severim.					
32. Çözümsüz korkularım ve zayıflıklarım yok.					
33. Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.					
34. Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum					

35. Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanmam.					
36. Yeni ve test edilmemiş koşullarla baş etme konusunda becerikliyimdir.					
37. Param olmasa bile yetenekli, çalışkan ve hırslı olduğum için şirket kurabileceğimi düşünüyorum.					
38. Yaptığım işlerde bağımsız olma arzum çok yüksektir.					
39. Başkalarından emir almak yerine kendi işimle ilgili kararları kendim vermek isterim.					
40. Çalışma yöntemlerimi başkalarının düşüncelerini dikkate almaksızın kendim belirlerim.					
41. İşlerimi yaparken işin kontrolü elimde olsun isterim.					
42. Bağımsız olmak için gerekirse farklı olmaktan çekinmem					

EK 3: İzin

Evrak Tarih ve Sayısı: 31/05/2019-3840

Tarih ve Sayı: 28/05/2019-106925



T. C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İşletme Fakültesi Dekanlığı



Sayı :79748351-044-
Konu :Meltem GIDIK-tez çalışması

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE (Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi :28/05/2019 tarihli, 105999 sayılı yazı

İlgili yazınızda belirtilen,İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Meltem GIDIK'ın,"Girişimci Kişilik Özelliklerinin, Girişimcilik Niyetine Etkisi ve Vakıf Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma" adlı tezinin "Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği" ve "Girişimcilik Niyeti Ölçeği" başlıklı anket çalışmasının kendisi tarafından uygulanmak üzere, Fakültemizde yapılması uygun bulunmuştur.
Gereğini bilgilerinize arz ederim.

e-İmzalı
Prof. Dr. Kamil Ahmet KÖSE
Dekan V.

DAĞITIM
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı

Doğrulamak için:<http://194.27.128.66/envision.Sorgula/belgedogrulama.aspx?V=BE6E7C2JA>

Ayrıntılı bilgi için iribat : Meryem ŞAHİN

Üniversite Avcılar Kampüsü - Avcılar 34850 İSTANBUL/TÜRKİYE
Tel : (212)473 70 70 Faks : (212)590 40 00
e-posta : iubilgi@istanbul.edu.tr Elektronik Ağ : www.isletme.istanbul.edu.tr



Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır

EK 4: Etik Kurul raporu

Evrak Tarih ve Sayısı: 14/05/2019-2695



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 88083623-044
Konu : Meltem GIDIK Etik Onay Hk.

Sayın Meltem GIDIK

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğiniz anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 07.05.2019 tarihli ve 2019/07 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

e-İmzalıdır
Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Müdür

Evrak Doğrulama İçin : <https://evrakdogrula.aydin.edu.tr/en/Vision.Dogrula/BelgeDogrulama.aspx?V=BENN33EY6>

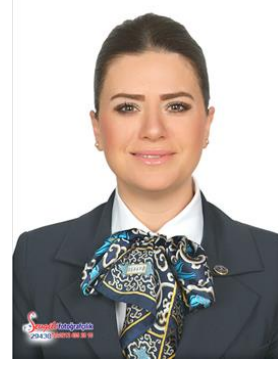
Adres: Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy , 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL
Telefon: 444 1 428
Elektronik Ağ: <http://www.aydin.edu.tr/>

Bilgi için: Büke KENDER
Unvanı: Enstitü Sekreteri



Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır

ÖZGEÇMİŞ



Meltem GIDIK

Mail Adresi: meltemgidik@gmail.com

Doğum Yeri, Tarihi: İstanbul, 31.10.1984

Eğitim Durumu:

Anadolu Üniversitesi, Sosyoloji Öğrenci

Atatürk Üniversitesi, İş Sağlığı ve Güvenliği (2015)

Anadolu Üniversitesi, İşletme (2013)

Anadolu Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım (2011)

Lüleburgaz Anadolu Lisesi (İngilizce) (2002)

Diller:

Türkçe: Anadil

İngilizce: İleri Derece

İş Deneyimi

Türk Hava Yolları A.O, 18.06.2006 Devam, Sorumlu Kabin Amiri

Sertifikalar:

- Sorumlu Kabin Amiri, B777, 2015
- Kabin Amiri, A320/B737, 2010
- B737700/800/900 ER/MAX
- A319/320/321/321 NEO
- B777/300 ER
- İlk yardım
- Defibrilatör
- Tehlikeli Maddeler
- Acil Durum Prosedürleri
- Yangınla Mücadele
- Uçuş Emniyeti
- Organizasyon ve Sorumluluk

Kurslar Seminerler:

- Microsoft Office Eğitimi, Bilge Adam, 2007
- Empatik iletişim semineri, THY, 2007
- Zor insanla Başa Çıkma ve Yönetimi Semineri, THY, 2007
- Gayrimenkul Danışmanlığı, Emlakçılar Odası, 2013
- İletişim Ustalığı Eğitimi, Başarı Psikoloji Enstitüsü, 2013
- Koçluk Eğitimi, THY, 2014
- Proje Yönetimi, Bilge Adam, 2015

- Ekip Kaynak Yönetimi, THY, 2015
- Eğitiminin Eğitimi, THY, 2016 (MEB)