



**T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KÜLTÜREL SERMAYE, BEŞERİ SERMAYE VE SOSYAL
SERMAYENİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE ETKİSİ:
İÇ ANADOLU BÖLGESİ GENÇ GİRİŞİMCİLER KURULU ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

MUHAMMET SAYGIN

**DANIŞMAN
PROF. DR. HİMMET KARADAL**

**MART 2016
AKSARAY**



**T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KÜLTÜREL SERMAYE, BEŞERİ SERMAYE VE SOSYAL
SERMAYENİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE ETKİSİ:
İÇ ANADOLU BÖLGESİ GENÇ GİRİŞİMCİLER KURULU ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

MUHAMMET SAYGIN

**DANIŞMAN
PROF. DR. HİMMET KARADAL**

**MART 2016
AKSARAY**

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 1 (bir) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Muhammet
Soyadı : SAYGIN
Bölümü : İşletme A.B.D.
İmza :
Teslim Tarihi : 10.03.2016

TEZİN

Türkçe Adı: Kültürel Sermaye, Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermayenin Girişimci Kişilik Özelliklerine Etkisi: İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu Örneği

İngilizce Adı: The Effect of Cultural Capital, Human Capital and Social Capital on Entrepreneurial Characteristics: The Case of Young Entrepreneurs Council of Central Anatolia Region

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: **Muhammet SAYGIN**

İmza:

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
JÜRİ ONAY SAYFASI

Muhammet SAYGIN tarafından hazırlanan “Kültürel Sermaye, Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermayenin Girişimci Kişilik Özelliklerine Etkisi: İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu Örneği” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı’nda **Doktora tezi** olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Himmet KARADAL
İşletme A.B.D. – Aksaray Üniversitesi



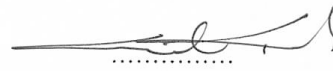
Üye: Prof. Dr. Ünal AY
İşletme – Çağ Üniversitesi



Üye: Yrd. Doç. Dr. M. Halit YILDIRIM
İşletme A.B.D. – Aksaray Üniversitesi



Üye: Prof. Dr. Cemile ÇELİK
İşletme A.B.D. – Mersin Üniversitesi



Üye: Prof. Dr. Kemal BİRDİR
Turizm İşletmeciliği A.B.D. – Mersin Üniversitesi

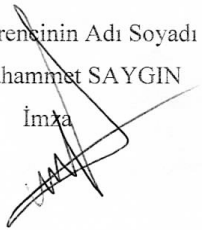


Tez Savunma Tarihi: **24/02/2016**

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun 17.03.2016 tarih ve 2016/16-8 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

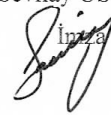
Öğrencinin Adı Soyadı
Muhammet SAYGIN

İmza



Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü
Yrd. Doç. Dr. Sevilay USLU DİVANOĞLU

İmza



Genç girişimcilere ve girişimci adaylarına ithaf olunur.

TEŞEKKÜR

Veri toplama sürecindeki destekleri için TOBB İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitelerine ve özellikle Aksaray Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi Başkanı Ercan YEŞİLÖZ'e, çalışma sürecindeki kıymetli katkılarından dolayı Okt. Turgut Emre AKYAZI'ya, nitel araştırma yöntemleri konusunda motive edici yaklaşımları için Doç. Dr. Ömer SOLAK'a, istatistikî analiz sürecinde yol göstericiliği için Doç. Dr. Mehmet ÖZMEN'e, emeklerini esirgemeyen değerli jüri üyeleri Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Yrd. Doç. Dr. M. Halit YILDIRIM ve Prof. Dr. Ünal AY'a teşekkür ederim.

Doktora sürecindeki sabrı ve anlayışı için sevgili eşim Pelin ZEYBEK SAYGIN'a, onlara ayırmam gereken güzel zamanları esirgemek zorunda kaldığım için sevgili kızım ELA ve oğlum ÇINAR'a; destekleriyle çalışmamın tamamlanmasında büyük emeği olan danışman hocam Prof. Dr. Himmet KARADAL'a minnet borçlu olduğumu belirtmek isterim.

MART 2016

Muhammet SAYGIN

KÜLTÜREL SERMAYE, BEŞERİ SERMAYE VE SOSYAL SERMAYENİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE ETKİSİ: İÇ ANADOLU BÖLGESİ GENÇ GİRİŞİMCİLER KURULU ÖRNEĞİ

Doktora Tezi

Muhammet SAYGIN

Aksaray Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

ÖZET

Günümüz rekabetçi iş dünyasında maddi sermaye unsurlarından ziyade maddi olmayan sermaye özellikleri girişimciler için büyük önem taşımaktadır. Kültürel sermaye, bireylerin aile ortamından başlayan seçimleri ile şekillenen özelliklerini ifade etmektedir. Beşeri sermaye, bireylerin öz yeterliklerini açıklarken; sosyal sermaye, bireylerarası ilişkileri vurgulamaktadır. Girişimciler, görülmeyeni görme özellikleri, kaynakları organize etme becerileri ve risk alabilme yetenekleri sayesinde içinde bulundukları toplumun şekillendirilmesinde büyük rolü olan aktörlerdir. Girişimci kişilik özelliklerinin incelenmesi ve maddi olmayan sermaye unsurlarının girişimcilik üzerindeki etkisinin belirlenmesi, yeni girişimcilerin ortaya çıkmasında önemli bir role sahip olacaktır.

Çalışmada, kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye unsurlarının girişimci kişilik özellikleri üzerine etkisi incelenmiştir. Araştırma verileri TOBB İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimci Kurul Başkanlıkları'na bağlı İcra Komitesi üyelerinden elde edilmiştir. Araştırmada açıklayıcı karma araştırma yöntemi tercih edilmiş ve bu sayede nicel verilere ek olarak nitel veriler araştırma sürecine dâhil edilmiştir. 131 katılımcıdan basit tesadüfi örneklem yöntemiyle elde edilen nicel veriler, araştırma boyutları arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde kullanılmıştır. Görüşme yöntemiyle elde edilen veriler nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde ele alınmıştır.

Araştırmanın temel dayanağı girişimci kişilik özelliklerinin kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri tarafından etkilenip etkilenmediğinin belirlenmesidir. Ayrıca sosyo-demografik özelliklerin girişimci kişilik özelliklerine, kültürel, beşeri, sosyal sermaye özelliklerine olan etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda nicel verilerden elde edilen bulgulara göre kültürel sermaye özellikleri, girişimci kişilik özelliklerini istatistikî olarak pozitif düzeyde etkilemektedir. Sosyal sermaye özelliklerinin etkisi pozitif ancak kısmi olarak gerçekleşirken beşeri sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özelliklerine herhangi bir etkisi tespit edilememiştir.

Maddi olmayan sermaye türleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde kültürel sermaye ile sosyal sermaye özellikleri arasında istatistikî olarak pozitif yönlü bir ilişkiye rastlanmıştır. Nitel verilerden elde edilen bulgulara göre girişimcilik sürecinde cesaret ve azim kavramları önem taşımaktadır. Ayrıca, para kazanma arzusu en önemli girişimcilik nedeni olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma, nicel verilerin desteklenmesi amacıyla nitel verilerin analiz sürecine dâhil edilmesi, girişimciliğin görüngü olarak ele alınıp fenomenolojik araştırma süreci çerçevesinde değerlendirilmesi ve maddi olmayan sermaye unsurlarının bir arada ele alınması gibi özellikleri bakımından işletme literatüründe özgünlük taşımaktadır.

Bilim Kodu: 1147

Anahtar Kelimeler:

Kültürel Sermaye,
Beşeri Sermaye,
Sosyal Sermaye,
Girişimci Kişilik Özellikleri

Sayfa Adedi: 244

Danışman: Prof. Dr. Himmet KARADAL

**The EFFECT of CULTURAL CAPITAL, HUMAN CAPITAL and
SOCIAL CAPITAL on ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS:
THE CASE of YOUNG ENTREPRENEURS COUNCIL of CENTRAL
ANATOLIA REGION**

Ph.D. Thesis

Muhammet SAYGIN

Aksaray University
Graduate School of Social Sciences
Department of Business Administration

ABSTRACT

In today's competitive business world, intangible capital sources for the entrepreneurs are more important than tangible ones. Cultural capital identifies the features formed by the attitudes and choices of the families. As human capital expresses the core competences of the individuals, social capital emphasizes interpersonal relationships. Entrepreneurs are important actors on the formation of the public by their capability of organizing the sources, ability to see the unseen and taking the risks. Analysis of entrepreneurial characteristics and identification of the effects of intangible capital sources on entrepreneurship might play an important role on the rise of possible new entrepreneurs.

In this study, the effects of cultural capital, human capital and social capital features on the entrepreneurial characteristics have been analyzed. The data have been collected from the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey, Young Entrepreneurs Council's Executive Board Members. Explanatory mixed method has been chosen as a research methodology hence qualitative data obtained from interviews have been used as a supporting tool for the quantitative data. Collected data from 131 participants have been used in order to analyze mentioned relationships between the dimensions of the research.

The main state of the study is to determine if there is a relationship between cultural capital, human capital and social capital features and entrepreneurial characteristics of the participants. Besides that, socio-demographical features have also been analyzed in the light of these dimensions. When the quantitative analysis results have been taken into consideration, it has been found that cultural capital features of the participants have a statistically positive effect on entrepreneurial characteristics. Also, social capital features have statistically positive but limited effect on entrepreneurial characteristics nevertheless human capital features do not have any effectiveness on these characteristics.

When the relationship among intangible capital features is analyzed, it has been found that there is a statistically positive relationship between cultural and social capital features. Qualitative data results have shown that courage and determination are the main factors underlying entrepreneurial process and financial gains are the vital reasons for entrepreneurship. The study might be regarded as unique thanks to the features such as qualitative data has been used in order to support the data taken from quantitative ones, intangible capital features have been taken into consideration simultaneously and entrepreneurship has been regarded as phenomenon.

Science Code: 1147

Key Words:

Cultural Capital,
Human Capital,
Social Capital,
Entrepreneurial Characteristics

Page Number: 244

Supervisor: Prof. Dr. Himmet KARADAL

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI	iii
TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	viii
TABLolar DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xv
ŞİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xvi
ÖNSÖZ.....	xvii

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Konusu	4
1.2. Araştırmanın Önemi	5
1.3. Araştırmanın Amacı	12
1.4. Araştırma Yöntemi.....	13

BÖLÜM II

LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Maddi Olmayan Sermaye Kavramları.....	16
2.2. Kültürel Sermaye Kavramı	19
2.2.1. Kültür Kavramı, Kapsamı ve Özellikleri.....	19
2.2.2. Örgüt Kültürü Kavramı.....	22
2.2.3. Kültürel Farklılaşma Boyutları	25
2.2.4. Kültürel Sermaye Kavramı, Önemi ve Unsurları.....	30
2.2.5. Kültürel Sermaye ve Eğitim.....	35
2.2.6. Kültürel Sermaye ve Ekonomik Kalkınma.....	37
2.2.7. Kültürel Sermaye ve Habitus Kavramı.....	39
2.2.8. Kültürel Sermaye İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi	40
2.3. Beşeri Sermaye Kavramı	44
2.3.1. Beşeri Sermaye ve Eğitim.....	48
2.3.2. Beşeri Sermaye ve Sağlık	49
2.3.3. Beşeri Sermayenin Önemi	51
2.3.4. Beşeri Sermaye Kapsamında Ön Bilgi ve Deneyim	52
2.3.5. Beşeri Sermaye İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi	53
2.4. Sosyal Sermaye Kavramı.....	56
2.4.1. Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar.....	58
2.4.2. Örgütsel Ağ Yaklaşımları	59

2.4.3. Sosyal Sermaye ve Karşılıklılık	62
2.4.4. Sosyal Sermaye ve Güven	63
2.4.5. Sosyal Sermaye ve Normlar.....	64
2.4.6. Sosyal Sermaye İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi.....	65
2.5. Girişimcilik ve Girişimci Kişilik Özellikleri	67
2.5.1. Girişimcilik Türleri.....	71
2.5.2. Girişimci Kişilik Özellikleri.....	76
2.5.3. Girişimcilik İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi.....	81

BÖLÜM III YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri	85
3.2. Araştırma Soruları ve Hipotezleri	86
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	89
3.4. Örneklem Süreci.....	90
3.5. Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler.....	92
3.5.1. Nicel Araştırma Deseni.....	92
3.5.2. Nitel Araştırma Deseni	98
3.5.2.1. Fenomenolojik Araştırma Yöntemi	100
3.6. Analiz Öncesi Verilerin Taranması.....	103
3.7. Pilot Uygulama	103
3.8. Güvenirlilik Analizleri.....	104
3.9. Geçerlilik Analizleri.....	106
3.9.1. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizleri.....	108
3.9.1.1. Beşeri Sermaye Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	109
3.9.1.2. Sosyal ve Kültürel Sermaye Ölçekleri Faktör Analiz Sonuçları.....	113
3.9.1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	117

BÖLÜM IV BULGULAR

4.1. Katılımcıların Sosyo Demografik Özellikleri.....	122
4.2. İşletmelere İlişkin Bilgiler	124
4.3. Katılımcıların Girişimcilik Özellikleri	125
4.4. Sosyo Demografik Özelliklere Göre Çapraz Tablolar Analizleri	127
4.5. Değişkenlerin Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının Analizi.....	129
4.6. Değişkenler Arası Korelasyon ve Regresyon Analizleri.....	138
4.7. Nitel Verilerin Değerlendirilmesi	172
4.8. Fenomenolojik Araştırma Bulguları.....	180

BÖLÜM V SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Araştırma Sonuçları.....	190
5.2. Araştırmanın Kısıtları ve İleriki Çalışmalara Öneriler.....	199
KAYNAKÇA.....	201
EK 1 - Veri Toplama Formu.....	216
EK 2 - Görüşme Verileri	219
EK 3 - Özgeçmiş.....	222

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Araştırmanın Boyutlarına İlişkin İstatistikî Veriler	7
Tablo 1.2. Araştırma Boyutlarına İlişkin Veritabanı İstatistikleri	10
Tablo 2.1. Kültürel Sermaye Konulu Lisansüstü Tezler	44
Tablo 2.2. Girişimci Kişilik Özellikleri	79
Tablo 2.3. Yazarlara Göre Girişimci Kişilik Özellikleri	79
Tablo 3.1. Örneklem Büyüklükleri	91
Tablo 3.2. Veri Toplama Formunun İçeriği	102
Tablo 3.3. Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları	105
Tablo 3.4. Beşeri Sermaye Ölçeğinin Güvenirlik Katsayıları	105
Tablo 3.5. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) KMO ve Barlett Testi Sonuçları	109
Tablo 3.6. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Hizmet Bilgisi Boyutu	109
Tablo 3.7. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Teknoloji Bilgisi Boyutu	110
Tablo 3.8. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Pazar Bilgisi Boyutu	110
Tablo 3.9. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Müşteri Bilgisi Boyutu	110
Tablo 3.10. Beşeri Sermaye (Deneyim) KMO ve Barlett Testi Sonuçları	111
Tablo 3.11. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Müşteri Bilgisi Boyutu	112
Tablo 3.12. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Pazar Bilgisi Boyutu	112
Tablo 3.13. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Teknoloji Bilgisi Boyutu	112
Tablo 3.14. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Hizmet Bilgisi Boyutu	113
Tablo 3.15. Sosyal/Kültürel Sermaye KMO ve Barlett Testi Sonuçları	113
Tablo 3.16. Kültürel Sermaye Ölçeği Edebi Kültür Boyutu	114
Tablo 3.17. Kültürel Sermaye Ölçeği Ebeveyn Danışmanlığı Boyutu	114
Tablo 3.18. Kültürel Sermaye Ölçeği Okul Aile Etkileşimi Boyutu	115
Tablo 3.19. Kültürel Sermaye Ölçeği Aile Desteği Boyutu	115
Tablo 3.20. Sosyal Sermaye Ölçeği Müfredat Dışı Etkinlikler Boyutu	115
Tablo 3.21. Sosyal Sermaye Ölçeği Aile-Kültür Etkileşimi Boyutu	116
Tablo 3.22. Sosyal Sermaye Ölçeği Okul Aile İşbirliği Boyutu	116
Tablo 3.23. Sosyal Sermaye Ölçeği Kültürel Etkinlikler Boyutu	116
Tablo 3.24. Sosyal Sermaye Ölçeği Akran Etkileşimi Boyutu	117
Tablo 3.25. Sosyal Sermaye Ölçeği Dini Aktiviteler Boyutu	117
Tablo 3.26. Girişimci Kişilik Özellikleri KMO ve Barlett Testi Sonuçları	118
Tablo 3.27. Girişimci Kişilik Özellikleri Belirsizliğe Tolerans Boyutu	118
Tablo 3.28. Girişimci Kişilik Özellikleri Başarı İhtiyacı Boyutu	119
Tablo 3.29. Girişimci Kişilik Özellikleri Risk Alma Eğilimi Boyutu	119
Tablo 3.30. Girişimci Kişilik Özellikleri Kendine Güven Boyutu	120
Tablo 3.31. Girişimci Kişilik Özellikleri Yenilikçilik Boyutu	120
Tablo 3.32. Girişimci Kişilik Özellikleri Kontrol Odağı Boyutu	120
Tablo 3.33. Ölçeklerin Güvenirlik Analiz Sonuçları	121
Tablo 4.1. Sosyo-Demografik Özellikler - Girişimciye İlişkin Bilgiler	122
Tablo 4.2. Sosyo-Demografik Özellikler - İşletmeye İlişkin Bilgiler	124

Tablo 4.3. Sosyo-Demografik Özellikler – Girişimcilik Özellikleri	125
Tablo 4.4. Eğitim Durumu İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi	127
Tablo 4.5. Cinsiyet İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi	128
Tablo 4.6. Yaş İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi	128
Tablo 4.7. Ölçekler ile Eğitim Düzeyi Arasındaki Farklılıkların Analizi	130
Tablo 4.8. KS Edebi Kültür Değişkeni ile Eğitim Düzeyi Çoklu Karşılaştırması	131
Tablo 4.9. KS Okul Aile Etkileşimi ile Eğitim Düzeyi Çoklu Karşılaştırma	132
Tablo 4.10. SS Okul Aile İşbirliği ile Eğitim Düzeyi Çoklu Karşılaştırma	132
Tablo 4.11. Ölçekler ile Yabancı Dil Bilgisi Farklılıklarının Analizi	132
Tablo 4.12. BS Müşteri Bilgisi ile Yabancı Dil Bilgisi Çoklu Karşılaştırma	134
Tablo 4.13. BS Pazar Bilgisi ile Yabancı Dil Bilgisi Çoklu Karşılaştırma	134
Tablo 4.14. BS Teknoloji Bilgisi ile Yabancı Dil Bilgisi Çoklu Karşılaştırma	135
Tablo 4.15. Cinsiyet Değişkeni ve Ölçeklere İlişkin Grup İstatistikleri	135
Tablo 4.16. Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılıkların Analizi	137
Tablo 4.17. Beşeri Sermaye Özellikleri Korelasyon Analizi	140
Tablo 4.18. Beşeri Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri Korelasyon Analizi	142
Tablo 4.19. Beşeri, Sosyal ve Kültürel Sermaye Özellikleri Korelasyon Analizi	144
Tablo 4.20. Kültürel Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri Korelasyon Analizi	147
Tablo 4.21. Sosyal Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri Korelasyon Analizi	149
Tablo 4.22. Beşeri Sermaye ve Girişimci Kişilik Özellikleri Anlamlılık Değerleri	151
Tablo 4.23. Sosyal Sermaye ve Girişimci Kişilik Özellikleri Anlamlılık Değerleri	153
Tablo 4.24. Sosyal Sermaye Özelliklerinin Belirsizliğe Tolerans Boyutuna Etkisi	154
Tablo 4.25. Sosyal Sermaye Özelliklerinin Başarma İhtiyacı Boyutuna Etkisi	154
Tablo 4.26. Sosyal Sermaye Özelliklerinin Kendine Güven Boyutuna Etkisi	155
Tablo 4.27. Kültürel Sermaye ile Girişimci Kişilik Ölçekleri Anlamlılık Değerleri	156
Tablo 4.28. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Belirsizliğe Tolerans Boyutuna Etkisi	157
Tablo 4.29. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Başarma İhtiyacı Boyutuna Etkisi	157
Tablo 4.30. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Risk Alma Eğilim Boyutuna Etkisi	158
Tablo 4.31. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Kendine Güven Boyutuna Etkisi	158
Tablo 4.32. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Yenilikçilik Boyutuna Etkisi	159
Tablo 4.33. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Kontrol Odağı Boyutuna Etkisi	159
Tablo 4.34. Kültürel ve Beşeri Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri	160
Tablo 4.35. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Teknoloji Bilgisi Boyutuna Etkisi	161
Tablo 4.36. Beşeri ve Sosyal Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri	161
Tablo 4.37. Beşeri Sermaye Özelliklerinin Okul Aile İşbirliği Boyutuna Etkisi	162
Tablo 4.38. Kültürel ve Sosyal Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri	163
Tablo 4.39. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Müfredat Dışı Etkinliklere Etkisi	164
Tablo 4.40. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Aile Kültür Etkileşimi Boyutuna Etkisi	165
Tablo 4.41. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Okul Aile İşbirliği Boyutuna Etkisi	165
Tablo 4.42. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Kültürel Etkinlikler Boyutuna Etkisi	166
Tablo 4.43. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Akran Etkileşimi Boyutuna Etkisi	166
Tablo 4.44. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Dini Aktiviteler Boyutuna Etkisi	167
Tablo 4.45. Beşeri Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri	167
Tablo 4.46. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Müşteri Bilgisi Boyutuna Etkisi	168
Tablo 4.47. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Pazar Bilgisi Boyutuna Etkisi	169
Tablo 4.48. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Hizmet Bilgisi Boyutuna Etkisi	169
Tablo 4.49. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Teknoloji Bilgisi Boyutuna Etkisi ..	170
Tablo 4.50. Nicel Verilere Göre Araştırma Hipotezlerinin Kabul Durumları	171
Tablo 4.51. Katılımcıların Kelime Kullanım Sıklıkları	183

Tablo 4.52. Katılımcıları Girişimciliğe Sevk Eden Nedenler	184
Tablo 4.53. Girişimcilikte Maddi Olmayan Sermaye Unsurları.....	185
Tablo 4.54. Girişimcilik Önerileri Anlam Birimleri	186

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Tez çalışmasının kapsamı	3
Şekil 1.2. Fenomenoloji çalışmalarının alanlarına göre dağılımı	12
Şekil 2.1. Kültürel uyum eğrisi	29
Şekil 2.2. Kültürel boyut teorisi - Türkiye ulusal kültür özellikleri.....	33
Şekil 2.3. Ulusal kültür kıyaslama- Türkiye/İngiltere.....	35
Şekil 2.4. Bir ekonominin gelişim evreleri	51
Şekil 2.5. Sosyal ağ düzeneği	61
Şekil 2.6. Girişimcilikte fırsat tanımlama.....	71
Şekil 2.7. Girişimcilik genel çerçevesi	73
Şekil 3.1. Çalışmanın modeli.....	86
Şekil 3.2. Girişimciye ilişkin değişkenler	95
Şekil 3.3. İşletmeye ve girişimciliğe ilişkin değişkenler.....	95
Şekil 4.1. Katılımcıların yabancı dil bilgileri	123
Şekil 4.2. Girişimcilerin iş kurmasında etkili olan unsurlar.....	126
Şekil 4.3. Veri analiz süreci.....	172
Şekil 4.4. Katılımcıları girişimciliğe sevk eden unsurlar	174
Şekil 4.5. Katılımcıları girişimciliğe sevk eden unsurlar (Kelime Bulutu).....	175
Şekil 4.6. Girişimci olmak için gerekli unsurlar.....	176
Şekil 4.7. Girişimci olmak için gerekli unsurlar (Kelime Bulutu).....	176
Şekil 4.8. Girişimcilikte maddi olmayan sermaye unsurları	177
Şekil 4.9. Girişimcilikte maddi olmayan sermaye unsurları (Kelime Bulutu).....	178
Şekil 4.10. Açık uçlu sorulara verilen cevaplar ağ haritası	179
Şekil 4.11. Katılımcıların Söylemlerinden Oluşturulan Ağ Haritası	187

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
GGK	: Genç Girişimciler Kurulu
WHO	: World Health Organizastion
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
YÖK	: Yükseköğretim Kurulu
HC	: Human Capital
HCS	: Human Capital Scale
SCCQ	: Social and Cultural Capital Questionnaire
SCCQ	: Social and Cultural Capital
ENT	: Entrepreneurial Characteristics
KTL	: Katılımcı
MEÜ	: Mersin Üniversitesi
KS	: Kültürel Sermaye
BS	: Beşeri Sermaye
SS	: Sosyal Sermaye

ÖNSÖZ

İşletmeler gün geçtikçe artan rekabet sürecinde varlıklarını sürdürmeye odaklanmaktadır. İşletmelerin içinde bulundukları topluma faydalı olma, kâr elde etme ve varlıklarını sürdürme gayeleri etkileşim içerisindedir. Yenilikçi ve inovatif çalışmaları, teknolojiyi takip etmeleri, yöneticilerinin eğitilmiş ve proaktif olmaları, performanslarını doğrudan etkilemektedir. Artık girişimciler, sermayenin sadece finansal ve fiziksel niteliğinin olmadığını kavramaya başlamışlardır. Sermaye, günümüzde artık hem bireysel hem de tüzel kişilik anlamında gözle görülemeyen ve nicel olarak ölçülemeyen kavramlarla da ifade edilir olmuştur.

Kültür, bireylerin hayat tarzını belirleyen ve alışkanlıklarının temelini oluşturan bir olgudur. Küresel düzeyde kalkınmanın anahtarlarından biri olarak görülen kültür, toplumsal yapıya yön verilmesi noktasında önem arz etmektedir. O halde işletmelerin kültürel sermayeye önem vermeleri gerekmektedir. Kültürel Sermaye (cultural capital), kişiye özgü değerlerin bütünüdür ve aslında karmaşık bir olgu olan gelenek, görenek ve toplumdan edinilen bilgiyi de ifade etmektedir. Kültürel sermaye kavramının öncülerinden Bourdieu'nun sermaye mantığını anlamak, tüketim olgusu açısından büyük önem taşımaktadır. Buna göre sermaye, ekonomik olabildiği gibi kültürel ve sosyal olmak üzere de ele alınmaktadır. Ekonomik sermaye para birimine dönüştürülebilen ve mülkiyet haklarına vurgu yapan sermaye türünü ifade etmektedir. Diğer bir sermaye şekli ise kültürel sermayedir. Bu tür sermaye belli durumlarda ekonomik değerlere dönüşebilmektedir ve eğitime ilişkin yeterlikleri nitelendirmektedir. Kültürel sermaye, bireylerin beşeri ve sosyal sermayelerinin oluşmasındaki alt yapı oluşturma etkisi nedeniyle bireyler için olduğu kadar işletmeler için de büyük önem taşıyan olguların başında gelmektedir.

Literatürde insan sermayesi olarak da ifade edilen beşeri sermaye (human capital), kişinin sahip olduğu bilgi, birikim ve deneyimleri kapsamaktadır. Beşeri sermaye kavramı, kişilerin örgütleri için ortaya koydukları ilave değer anlamına gelmekte ve örgütlerin farklılaşması, rekabet gücünü artırması için gerekli bir özellik olarak tanımlanmaktadır. Beşeri sermaye, müşteri ilişkileri, marka ve şirket imajı gibi özelliklere olan doğrudan ve dolaylı etkisi ile işletme bünyesinde vazgeçilmez bir varlık olarak değerlendirilmektedir. Esasen bilginin kurumsal değil kişisel olması gerçeğini açıklayan bu kavram, günümüz işletme yönetiminde büyük önem taşımaktadır. Zira, işletmelerin beşeri sermayesi yüksek çalışanlarla hedeflerine daha kolaylıkla ulaşacağı ve performans yükselteceği öngörülmektedir.

Beşeri sermaye kişisel kazanımları ifade ederken sosyal sermaye (social capital), kişilerarası kazanımlarla ilintilidir. Her bireyin sahip olduğu sosyal ağların varlığına dikkat çeken sosyal sermaye kavramı, işletmelerin iç ve dış çevre unsurları ile birlikte bir ağ içerisinde bulunduklarına işaret etmektedir. Buna göre, işletmeler sosyal ağlarını genişlettikleri oranda hedef kitlelere ulaşmakta, ürettikleri mal ve hizmetlerini daha etkin değerlendirme olanağını yakalamaktadır. Bu bağlamda, sosyal ilişkilerin taşıdığı potansiyelin bireylere veya işletmelere kaynak yaratma noktasında büyük katkılar sunacağı açıktır. Etkin girişimciler, sosyal sermaye kavramının önemine odaklanmakta ve sosyal ağ oluşturma bilincindedir.

Girişimcilik, yerel ve küresel kalkınmada kilit rol üstlenmektedir. Girişimci kişilik özellikleri, üzerinde hassasiyetle durulan ve teşvik edilen bir girişimcilik kavramıdır. Herkesin baktığı ama göremediğini görebilen ve istihdam sağlamak suretiyle topluma katkı sunan girişimcilere ilişkin kişilik özellikleridir (risk alan, kaynakları organize eden, proaktif ve yenilikçi). Girişimcinin beşeri sermayesinin güçlü olması, sosyal ağ kurabilme becerisine sahip olması ve kültürel zenginliklerini işine adapte edebilme becerisine sahip olmasının girişimci kişilik özelliklerini desteklediği varsayılmaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin bilimsel ölçütlere göre belirlenmesi, girişimciliğin gelişmesine ve yeni girişimcilerin ortaya çıkmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırmada veriler genç girişimcilerden elde edilmiş ve kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özelliklerine etkileri araştırılmıştır. Anket formu kullanılarak elde edilen nicel verilere ek olarak açık uçlu sorular ve görüşme yöntemiyle elde edilen nitel veriler analiz edilerek daha nitelikli bulgulara ulaşılması hedeflenmiştir. Araştırma, maddi olmayan sermaye unsurlarını bir arada incelemesi, girişimci kişilik özelliklerine olan etkilerini belirlemeyi amaçlaması ve karma araştırma yöntemi ile tasarlanması bakımından özgün nitelik taşımaktadır.

BÖLÜM I

GİRİŞ

Çalışmanın temel amacı, kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özelliklerine etkisini analiz etmektir. Buna göre; çalışmada sermaye türlerine ilişkin literatür taranarak gerekli kavramsal açıklamalar yapılmış, yazında ne tür sonuçlara ulaşıldığı incelenmiş ve karma araştırma yöntemi ile tasarlanan uygulama safhasına yer verilmiştir. Tez çalışması, maddi olmayan sermaye türlerinin girişimci kişilik özelliklerine etkisinin incelenmesi bakımından önem arz etmektedir.

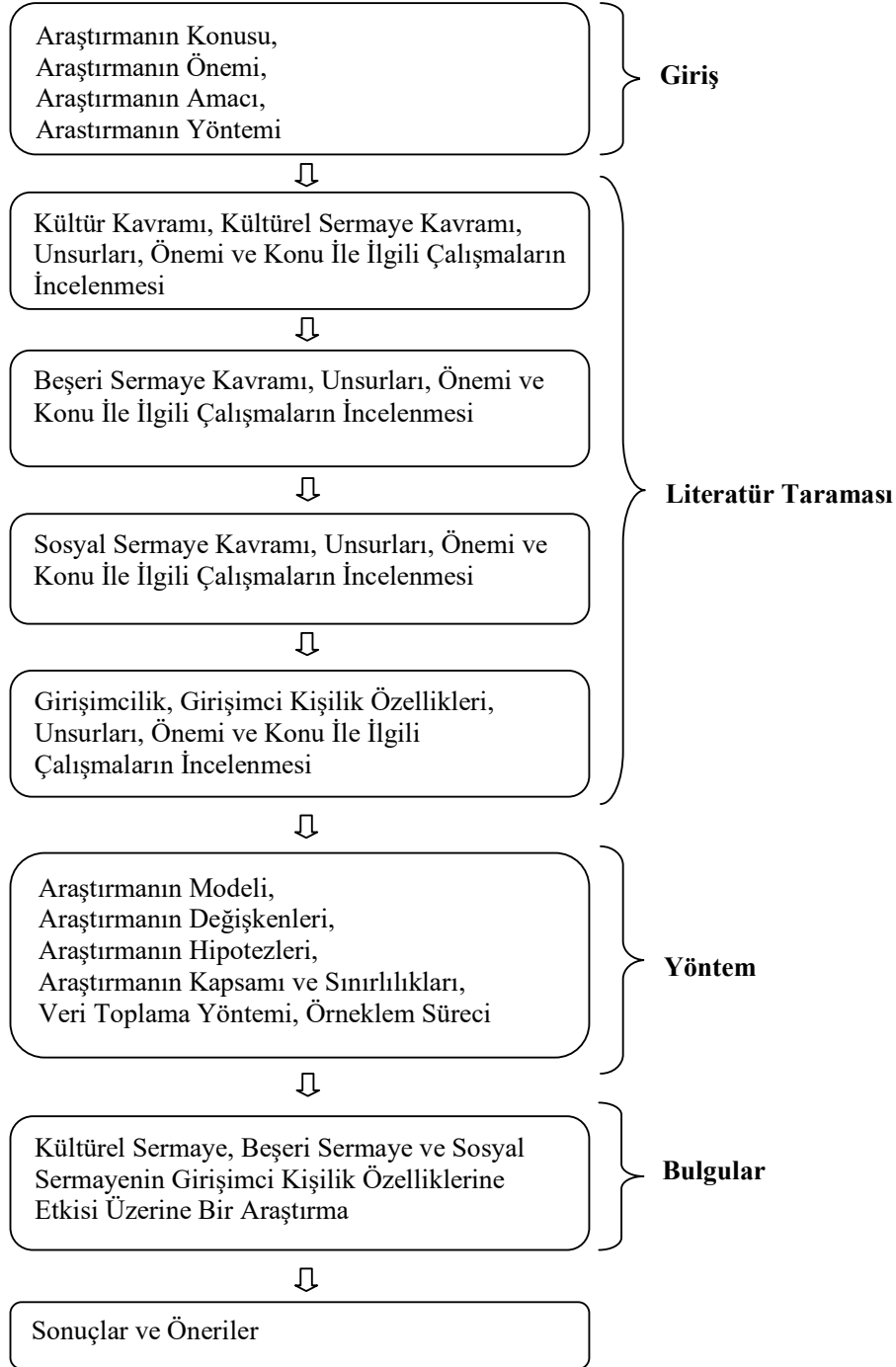
Araştırma sürecinde veriler, TOBB İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulları İcra Komitesi Üyeleri’nden elde edilmiştir. Veriler, çoğunlukla birebir görüşme yöntemiyle elde edilmiş, katılımcıların beklentileri doğrultusunda internet ortamında tasarlanan dijital anket formu aracılığıyla da desteklenmiştir. İç Anadolu Bölgesi’nde bulunan illerdeki komite üyelerine öncelikle ziyaretler gerçekleştirilmiş, talepleri doğrultusunda ya da fiziki olarak ulaşılamayacak durumda olan katılımcılara dijital anket formunun iletilmesi suretiyle ulaşılmıştır.

Veri toplama formunda sırasıyla sosyo-demografik özellikler, beşeri sermaye özellikleri, sosyal ve kültürel sermaye özellikleri ve girişimci kişilik özelliklerini ele alan ölçeklere yer verilmiştir. Araştırmanın boyutlarını içeren değişkenleri kapsayan açık uçlu sorular ile anket formlarının bilinen veri toplama hatasının önüne geçilmeye çalışılmıştır. Buna göre, katılımcıların anket formlarını doldururken soruları net ve açık biçimde algıladıkları varsayımı açık uçlu soruların varlığı ile teyit edilmiştir. Kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye boyutlarının bir lisansüstü tezde bir arada işlenmesine ek olarak; işletme literatüründe kültürel sermayenin değinilmesi, maddi olmayan sermaye unsurlarının girişimci kişilik özellikleri ile birlikte ele alınması ve veri toplama sürecindeki nitel ve nicel araştırma desenlerinin bir arada açıklayıcı karma araştırma yöntemi dâhilinde

sunulmasının çalışmanın niteliğini artırdığı düşünülmektedir. Ayrıca elde edilen verilerin analizinde bilinen istatistikî yöntemleri desteklemek amacıyla; Türkçe yönetim ve organizasyon literatüründe kullanılmamış olan fenomenolojik araştırma deseninden faydalanılması, veri toplama sürecinde anket formundaki değişkenlerin birebir görüşme ve açık uçlu sorular aracılığıyla girişimcilere ait özgün ifadelerle desteklenmesi ve değişkenlere ilişkin detaylı istatistikî bilgilerin paylaşılması gibi unsurlar çalışmanın özgün olmasına katkı sağlar niteliktedir.

Çalışmanın önemini, amacını ve yöntemini içeren giriş bölümünde, çalışmanın ana konularını oluşturan kültürel, beşeri ve sosyal sermaye ile girişimcilik kavramlarına ilişkin istatistikî bilgiler sunulmaktadır. Bu bağlamda, konu başlıklarına göre, yayın sayılarına göre ve çalışma alanlarına göre sınıflandırmalar yapılmış ve değişkenlere ilişkin kısmi bir veritabanı oluşturulmuştur. Çalışmanın literatür taraması kısmında kültürel sermaye, beşeri sermaye, sosyal sermaye ve girişimci kişilik özelliklerinin kavramsal çerçevesi, özellikleri, boyutları ve önemine yer verilmiştir. Her bir kısım sonunda konuyla ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Çalışmanın uygulama bölümünde ise metodoloji, hipotezler ve istatistikî analiz sonuçları sunulmuştur.

Çalışma, girişimcilik kültürünün maddi olmayan sermaye unsurlarından kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri tarafından nasıl etkilendiğini açıklaması, Türkçe yazına katkı sağlaması, nicel araştırma desenlerine ek olarak nitel analiz sürecinin dâhil edilmesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışmada izlenen veri sunma yöntemi ve süreç dizilişine ilişkin bilgilendirme Şekil 1.1’de sunulmaktadır.



Şekil 1.1. Tez çalışmasının kapsamı

1.1. Araştırmanın Konusu

Kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmada, İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyetlerini sürdüren TOBB Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitelerinin üyeleri katılımcı olarak yer almıştır. Çalışma, girişimcilerin kişilik özelliklerini ele almakta ve maddi olmayan sermaye türlerini girişimcilik özellikleri ile ilişkilendirmektedir.

Bilindiği üzere günümüzde artık sermaye unsurları sadece fiziki sermayeden oluşmamaktadır. Kişilerin ve örgütlerin bilgi, birikim düzeyleri ile çevreleriyle etkileşim becerileri büyük önem taşımaktadır. Girişimcilerin maddi olmayan sermaye türleri hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu bilgiyi girişimci kişilik özellikleri ile ilişkilendirmeleri hem yeni girişimcilerin ortaya çıkmasına imkân verecek hem de girişimcilerin mevcut durum analizlerinin daha sağlıklı bir şekilde yapılmasına destek olacaktır.

TOBB İl Genç Girişimciler Kurulu ile TOBB İl Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesinin Kuruluş, Çalışma Usul ve Esasları'nda illerdeki genç girişimciler kurulu icra komitelerinin görevleri açıkça belirtilmiştir. Buna göre, ilgili icra komitesi kurulları; girişimcilik potansiyelinin artırılması, girişimcilik kültürünün geliştirilmesi, girişimcilik eğitimlerinin ve etkinliklerinin düzenlenmesi, girişimcilik üzerine çeşitli materyallerin hazırlanması, staj imkânlarının sağlanması, koçluk sistemini geliştirerek girişimci adaylarına destek olunması, konularına göre çalışma gruplarının oluşturulması, geliştirilmesi gereken sektörlerin belirlenmesi ve gerekli çalışmaların yapılması gibi görevleri üstlenmektedir (TOBB, GGK Usul ve Esaslar, 2015).

Araştırmada ele alınan kültürel sermaye kavramı, girişimcilerin ailelerinden, eğitim süreçlerinden ve bulundukları çevrenin özelliklerinden etkilenecek oluşturdukları içsel gelişimlerini işaret etmekte olup kişilik yapılarının oluşmasında büyük öneme sahip olmaktadır. Beşeri sermaye kavramı, girişimcilerin sahip oldukları donanımı, bilgi ve birikim düzeyleri ile tecrübelerini ve ilaveten ürettikleri mal ve hizmete dair yaklaşımlarını ifade etmektedir. Bir diğer boyut olan sosyal sermaye kavramı ise girişimci kişilik

özellikleri çerçevesinde girişimcilerin çevreleriyle ilişkilerinin ne denli önemli olduğunun farkındalığa ve oluşturdıkları sosyal ağlara odaklanmaktadır.

Girişimci kişilik özellikleri ile maddi olmayan sermaye türleri arasındaki ilişkilerin tespiti, yeni girişimcilerin artmasına ve teşvik edilmesine zemin oluşturması bakımından üzerinde durulması gereken bir olgu niteliğindedir. Araştırma süreci, nicel ve nitel verilerin eşgüdümlü olarak analizi ve fenomenolojik araştırma yönteminin kullanılması ile desteklenmiştir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye’de yapılan lisansüstü araştırmalar incelendiğinde kültürel sermaye konusunun yeteri kadar irdelenmediği görülmektedir. Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi’ndeki lisansüstü tezler incelendiğinde, işletme ve yönetim-organizasyon disiplini ile ilgili kültürel sermaye konusunu ele alan herhangi bir lisansüstü tez çalışmasına rastlanamamıştır. Ayrıca, kültürel sermaye kavramının maddi olmayan sermaye türleri ile ilişkilendirilmediği göze çarpmaktadır. Sosyal sermaye konulu çalışmaların sayısı oldukça fazla olmasına rağmen kültürel sermaye ile birlikte incelenmiş bir çalışma bulunmamaktadır.

Kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özelliklerini bir arada ele alması ve girişimci kişilik özellikleri ile ilişkilerini incelemesi bakımından çalışma özgün bir nitelik taşımaktadır. Kültürel, beşeri ve sosyal sermaye konulu bildiri/makale vb. akademik çalışmalar incelendiğinde, yapılan çalışmaların büyük bölümünün yabancı kaynaklı olduğu görülmektedir. Araştırma sürecinin boyutlarını oluşturan konuların yönetim disiplinde ele alınmış olması ve girişimci kişilik özellikleri ile ilişkilendirilmesi çalışmayı özgün kılmaktadır.

Veri toplama sürecinde nicel verilerle birlikte açık uçlu sorular aracılığıyla elde edilen nitel verilerin toplanması çalışmanın bir diğer özgün yönünü ortaya koymaktadır. Buna göre, araştırmada açıklayıcı karma araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem nicel verilerin nitel verilerle desteklenmesi prensibine dayanmaktadır. Ayrıca, nitel veri analiz

tekniklerinden biri olan fenomenolojik araştırma yöntemine Türkçe yönetim literatüründe rastlanamamıştır. Çalışmaların yurtdışı kaynaklı olması yönetim ve organizasyon alanı için yeni bir araştırma yöntemi olan fenomenolojik araştırma deseninin kullanılması Türkçe yönetim literatürüne katkı niteliğindedir.

Girişimcilerle birebir görüşmelerin hem nicel hem de nitel yöntemlerle analiz edilmesi neticesinde erişilen sonuçlar, girişimci kişilik özelliklerinin daha iyi anlaşılmasına ve girişimcilik altyapılarının belirlenmesine imkân vermektedir. Nitel araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen söylemlerin analiz edilmesiyle birlikte girişimcilik fenomeninin katılımcılar tarafından nasıl algılandığı belirlenmiştir. Bu durumun gereği olarak araştırma sonuçlarının girişimcilere ve girişimci adaylarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma, ele aldığı değişkenleri ve metodolojisi bağlamında Türkçe yazında ulaşılabilir bir kaynak olması, kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye kavramlarını tek bir çalışmada girişimcilik ile ilişkilendirmesi ve açıklayıcı karma araştırma yöntemi çerçevesinde nicel verilere ek olarak fenomenolojik araştırma deseni kullanarak nitel verilerin analizini sağlaması gibi özellikler bakımından yönetim alanında özgün bir çalışma örneği olarak önem taşımaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın özgünlüğünü açıklamak amacıyla araştırma konusunu oluşturan kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye ile girişimcilik çalışmalarına ait istatistikî verileri incelemek yerinde olacaktır.

Araştırmanın öneminin daha iyi anlaşılması amacıyla lisansüstü tezlerin konu dağılımlarına, veri tabanlarındaki kullanım sıklıklarına ve eğitim seviyelerine göre çalışılma düzeylerine ve makale, lisansüstü tez, web taraması sonuçlarına göre çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi'nden alınan veriler doğrultusunda araştırma boyutlarına ilişkin istatistikî veriler Tablo 1.1'de sunulmuştur.

Tablo 1.1. Araştırmanın Boyutlarına İlişkin İstatistik Veriler ¹

En Fazla Lisansüstü Tez Çalışması Yapılan İlk 5 Alan ve Sayıları		Kültürel, Beşeri ve Sosyal Sermaye Konulu Lisansüstü Tez Sayıları	
Eğitim ve Öğretim	30273	Kültürel Sermaye (Yüksek Lisans)	3
İşletme	26696	Kültürel Sermaye (Doktora)	3
Ziraat	14623	Kültürel Sermaye (Tıpta Uzmanlık)	-
Ekonomi	13743	Beşeri Sermaye (Yüksek Lisans)	48
Makine Mühendisliği	12577	Beşeri Sermaye (Doktora)	9
Diğer Alanlar	365169	Beşeri Sermaye (Tıpta Uzmanlık)	-
Türlerine Göre Lisansüstü Tez Sayıları		Sosyal Sermaye (Yüksek Lisans)	42
Yüksek Lisans	274363	Sosyal Sermaye (Doktora)	30
Doktora	71561	Sosyal Sermaye (Tıpta Uzmanlık)	1
Tıpta Uzmanlık	45569	Girişimcilik (Yüksek Lisans)	129
Sanatta Yeterlik	1223	Girişimcilik (Doktora)	40
Lisansüstü Kültürel Sermaye Çalışmalarının Alanlara Göre Dağılımı		Lisansüstü Beşeri Sermaye Çalışmalarının Alanlara Göre Dağılımı	
Sosyoloji	2	Ekonomi	51
Mimarlık	1	İşletme	5
Ekonomi	1	Eğitim ve Öğretim	1
Sahne Sanatları	1	Lisansüstü Sosyal Sermaye Çalışmalarının Alanlara Göre Dağılımı	
Radio Televizyon	1	Ekonomi	17
Lisansüstü Girişimcilik Çalışmalarının Alanlara Göre Dağılımı		İşletme	15
İşletme	107	Sosyoloji	11
Ekonomi	18	Eğitim ve Öğretim	10
Eğitim ve Öğretim	10	Çalışma Ekonomisi	3
Turizm	7	Siyasal Bilimler	3
Sosyoloji	5	Bilim ve Teknoloji	2
Şehircilik	4	Halk Sağlığı	2
Bilim ve Teknoloji	3	Uluslararası İlişkiler	2
Spor Bilimleri	3	Şehircilik	2
Diğer Alanlar	12	Diğer Alanlar	6

Kaynak: YÖK Ulusal Tez Merkezi İstatistikleri (Erişim Tarihi: 26.08.2015)

¹ Ulusal Tez Merkezi internet sitesindeki “İstatistikler” bağlantısı vasıtasıyla elde edilmiş olan verilerin aylık olarak güncellenmesi sebebiyle ilgili rakamlar değişiklik gösterebilecektir.

Tablo 1.1'e göre lisansüstü tezlerin en fazla eğitim ve öğretim alanında gerçekleştiği görülmektedir. Bunu işletme alanında (26 696) gerçekleştirilen çalışmalar izlemektedir. Ziraat, ekonomi ve makine mühendisliği alanlarının da en fazla gerçekleştirilen tez çalışmaları kapsamında bulunduğu gözlenmektedir. Sunulan veriler YÖK Tez Merkezi İstatistiklerinden edinilmiş ve alanlarına göre tez sayıları Excel yazılımına yerleştirilmiştir. Veriler, büyükten küçüğe sıralama yapılarak lisansüstü çalışmaların en fazla gerçekleştirildiği ilk 5 alanın bulunması sağlanmıştır. Tablo 1.1'de ayrıca yüksek lisans, tıpta uzmanlık, sanatta yeterlik ve doktora çalışmalarının sayıları görülebilmektedir. Buna göre, lisansüstü tezler kapsamında en fazla yüksek lisans çalışmasının bulunduğu, ardından doktora çalışmalarının yer aldığı görülmektedir. Tıpta uzmanlık çalışmalarının üçüncü sırada olduğu görülürken sanatta yeterlik çalışmalarının oldukça düşük sayıda gerçekleştirildiği görülebilmektedir. Alanlarına göre yapılan sınıflandırma ile türlerine göre yapılan sınıflandırmada ortaya çıkan toplam sayı farklılığının ise ilgili web sitesindeki güncelleme eksikliğinden olabileceği düşünülmektedir.

Ayrıca, YÖK Tez Merkezi veri tabanından elde edilen veriler ışığında tez çalışmasının boyutlarını oluşturan beşeri sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye ve girişimcilik kavramlarına ilişkin gerçekleştirilen çalışmaların sayısına ulaşmak istenmiştir. Tez Merkezi arama motorunda gelişmiş tarama yöntemiyle veri toplanmıştır. Yöntem olarak; aranacak kelimeler sorgusuna ilgili çalışma boyutu yazılmış, aranacak alan olarak “tez adı” seçilmiş ve sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca ana sayfa üzerinde basit tarama yöntemi ile de ilgili kavramlar aranmış ve veriler karşılaştırılarak ilgili sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre, beşeri sermaye kavramını konu edinen yüksek lisans (48) ve doktora (9) tezlerinin toplam sayısı 57 olarak belirlenmiştir. Sosyal sermaye kavramını konu edinen lisansüstü tezler arasında 30 doktora çalışması, 42 yüksek lisans çalışması ve 1 tıpta uzmanlık çalışması olmak üzere 73 lisansüstü çalışmanın gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Kültürel Sermaye kapsamında 3 yüksek lisans ve 3 doktora tezi olmak üzere toplam çalışma sayısının 6 olduğu belirlenmiştir. Son olarak, girişimcilik kavramını ele alan yüksek lisans tezlerinin sayısı 129, doktora tezlerinin sayısı ise 40 olarak tespit edilmiş ve toplam çalışma sayısı 169 olarak belirlenmiştir. Alanlarına göre sınıflandırma işlemi yapıldığında Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden alınan sorgu sonuçları doğrultusunda beşeri sermaye konulu lisansüstü tezler arasında ekonomi alanında yapılan çalışmaların yoğunlukta olduğu, işletme alanında gerçekleştirilen çalışmaların ise çok az düzeyde olduğu

gözlenmektedir. Buna göre beşeri sermaye konulu lisansüstü tezlerin yalnızca 5'i işletme alanında gerçekleştirilmiştir. Günümüz rekabetçi ekonomik sistemi içerisinde işletmeler ve bireyler için beşeri sermaye kavramının önemi tartışılmazdır. Bu bağlamda işletme literatüründe beşeri sermaye konulu daha fazla çalışmanın gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Kültürel sermaye konulu lisansüstü tez çalışmalarının konuları incelendiğinde kısıtlı sayıda gerçekleştirilmiş olan tez çalışmalarının mimarlık, ekonomi, müzik, radyo-televizyon ve sosyoloji alanında olduğu görülmektedir. İşletme ya da yönetim ve organizasyon alanlarında gerçekleştirilmiş herhangi bir lisansüstü tez çalışması bulunmamaktadır. Sosyal sermaye çalışmaları incelendiğinde ise disiplinler arası bir çalışma alanı olarak görünen sosyal sermaye, en fazla ekonomi alanında (17) ardından işletme (15) ve sosyoloji (11) alanlarında çalışılmıştır. Girişimcilik konulu lisansüstü çalışmalara ilişkin istatistikî bilgiler incelendiğinde, en fazla işletme alanında çalışıldığı görülmektedir. İşletme alanında çalışılan girişimcilik konulu lisansüstü tezlerin sayısı ise 107 olarak belirlenmiştir.

Tablo 1.1'de sunulan söz konusu tüm veriler değerlendirildiğinde, beşeri sermaye kavramının ağırlıklı olarak ekonomi alanında değerlendirildiği, kültürel sermaye çalışmalarının ülkemizde yeteri kadar gerçekleştirilmediği, sosyal sermaye kavramının araştırmalara konu olması bakımından popüler bir kavram olarak ortaya çıktığı, multidisipliner olarak ele alındığı ve girişimcilik kavramının ise çalışmanın diğer boyutlarına göre sık kullanılan bir kavram ve çalışma konusu olduğu gözlenmiştir. Tablo 1.1'de belirtilen istatistikî bilgiler göz önüne alınırken, lisansüstü tezlerin yükseköğretim kurumlarında onaylanmalarının ardından Ulusal Tez Merkezi veri tabanında listelenmesi için geçen süre göz önüne alındığında, söz konusu sorgulardan elde edilen verilerin her geçen gün değişebileceği ve veri tabanlarına henüz eklenmemiş çalışmaların da istatistikî bilgileri değiştirebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Tablo 1.2'de araştırma boyutlarını oluşturan kavramlara ilişkin uluslararası veritabanlarında yapılan sorgulama verileri sunulmuştur. Google Scholar modülünde başlığa göre ve 2000–2015 yılları arasında gerçekleştirilen çalışmalara yönelik sorgulama yapıldığında; beşeri sermaye kavramını başlığında bulunduran çalışmaların sayısının 82 olduğu; sosyal sermaye kavramı çalışmalarının sayısının 157 ve kültürel sermaye kavramının ise 11 olduğu gözlenmiştir. Ayrıca girişimcilik sorgusu ile arama yapıldığında

ise 628 çalışma olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Sorgulama yöntemi belirlenirken ilgili boyut arama satırına tırnak işareti içerisinde girilmiş ve aranan kavramın çalışma başlığında bulunması seçeneği işaretlenmiştir. Açık erişimli arama sonuçları vasıtasıyla kesin sonuca ulaşmak mümkün olmasa da çalışılan konunun yoğunluğunu görme açısından önem arz etmektedir. Sonuçlardaki değişkenliğin sebebi ise çalışmaların şahsi internet sitelerinde, aynı anda birden çok veritabanında ve sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanması nedeniyle aynı çalışmaya birden fazla yöntemle ulaşılabilmesinden kaynaklanmaktadır. Tablo 1.2’de beşeri sermaye, sosyal sermaye, kültürel sermaye ve girişimcilik ile ilgili çalışmalara ilişkin yaklaşık sonuçlar Türkçe ve İngilizce dillerinde arama sorgu sonuçları ile birlikte sunulmaktadır.

Tablo 1.2. Araştırma Boyutlarına İlişkin Veritabanı İstatistikleri ²

Google Scholar Veritabanındaki Çalışmaların Sayısı		Ebscohost Veritabanında Yayımlanan Çalışmaların Sayısı	
Beşeri Sermaye	82	Beşeri Sermaye	20
Human Capital	21 700	Human Capital	6 009
Sosyal Sermaye	157	Sosyal Sermaye	54
Social Capital	45 200	Social Capital	8 855
Kültürel Sermaye	11	Kültürel Sermaye	5
Cultural Capital	2 360	Cultural Capital	582
Girişimcilik	628	Girişimcilik	137
Entrepreneurship	87 400	Entrepreneurship	11 243
ProQuest Veritabanı Yayımlanan Çalışmaların Sayısı (Dissertations)			
Human Capital	1 056	Cultural Capital	169
Social Capital	1 270	Entrepreneurship	932

Kaynak: EbscoHost, ProQuest ve Google Scholar Veritabanı Sorgu Sayfaları
(Erişim Tarihi: 26.11.2015)

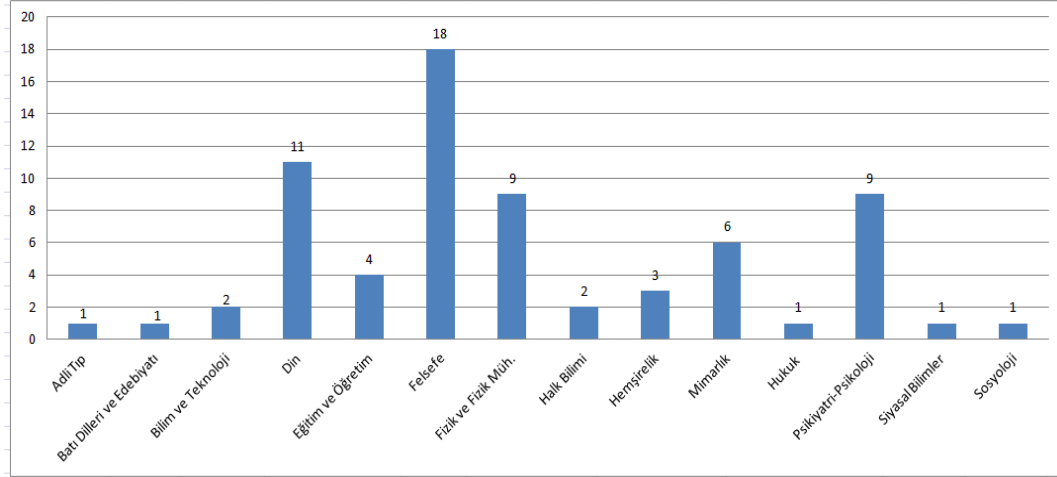
Tablo 1.2’de Ebscohost veritabanında yayımlanan çalışmalara ilişkin veriler sunulmaktadır. Ebscohost veri tabanında başlığa göre yapılan sorgu neticesinde hakemli dergilerde yayımlanan ve veritabanı kataloğunda erişime hazır halde bulunan beşeri sermaye konulu akademik çalışmaların sayısı 20 olarak tespit edilmiştir. Yine aynı yöntemle sosyal sermaye çalışmaları sorguya tabi tutulmuş ve elde edilen sonuçlara göre sosyal sermaye kavramını konu edinen çalışmaların sayısı 54 olarak ortaya çıkmıştır.

² 2015 yılı Kasım ayında veritabanlarına ait sorgu sayfaları vasıtasıyla elde edilmiş olan verilerin anlık olarak değişebileceği ve herhangi bir çalışmanın birden fazla veritabanında aynı anda dizine dahil edilme ihtimalinin olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Kültürel sermaye kavramını konu edinen çalışmaların sayısı 5 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, girişimcilik kavramını konu edinen çalışmaların sayısı 137 olarak tespit edilmiştir. İlgili boyutların İngilizce isimleri ile arama yapıldığında Türkçe alan yazındaki çalışmalara oranla çok daha fazla çalışmanın gerçekleştirildiği söylenebilmektedir.

Sorgunun yapıldığı tarih itibarıyla ulusal literatürdeki girişimcilik çalışmaları ile uluslararası düzeyde gerçekleşen çalışmalar arasındaki fark çok fazladır. Araştırmanın diğer boyutlarında da benzer bir durum görülmektedir. Ülkemizde gerçekleşen lisansüstü tez çalışmaları ve bilimsel yayınların konulara göre dağılımı ile uluslararası düzeyde gerçekleşen çalışmaların dağılımları benzer şekilde gerçekleşmektedir. Buna göre, çalışmanın dört boyutundan biri olan kültürel sermaye en az çalışılan konu başlığını oluşturmakta, girişimcilik ise en yüksek çalışma sayısının bulunduğu alanı ifade etmektedir. Ayrıca ProQuest sorgusunda en düşük çalışma sayısının yine diğer veritabanlarında olduğu üzere kültürel sermaye konusunda olduğu görülmektedir. Ancak yayımlanmış uluslararası tezler içerisinde en fazla çalışılan konu girişimcilik değil sosyal sermaye olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum Yükseköğretim Kurumu Tez Merkezi'nden alınan veriler ile ters orantılıdır. Ulusal tez merkezinden alınan veriler ışığında bahsi geçen dört boyut içerisinde girişimciliğin diğer boyutlara oranla çok fazla düzeyde çalışılmış ve bu sonucun Google ile Ebscohost sorgularında da desteklendiği ilgili tabloda belirtilmiştir.

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerine ek olarak nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Açıklayıcı karma araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada nitel araştırma yöntemi olarak fenomenoloji kullanılmıştır. Bu bağlamda fenomenoloji ile ilişkilendirilen lisansüstü çalışmalara yer vermek yerinde olacaktır. Şekil 1.2'de nitel araştırma fenomenoloji kavramını çalışma başlığında bulunduran lisansüstü tezlere ilişkin veriler sunulmaktadır. Şekil 1.2 incelendiğinde YÖK Tez Merkezi veritabanından alınan verilere göre fenomenoloji kavramı 69 lisansüstü tez çalışmasının başlığında yer almaktadır. Başlığında bulunmayıp bu yöntemi kullanan çalışmaları belirlemek için çalışmanın herhangi bir yerinde fenomenoloji kavramı bulunan lisansüstü tezlerin sorgusu yapıldığında ilgili sayının 149 olduğu tespit edilmiştir (YÖK Tez Merkezi İstatistikleri, Erişim Tarihi: 24.11.2015)



Şekil 1.2. Fenomenoloji çalışmalarının alanlarına göre dağılımı
(Kaynak: YÖK Tez Merkezi İstatistikleri, Erişim Tarihi: 24.11. 2015)

1.3. Araştırmanın Amacı

Araştırmada, katılımcıların kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri, açıklayıcı karma araştırma yöntemiyle yani nicel verilerin nitel verilerle desteklenmesi ile tespit edilmiştir. Bu bağlamda tez çalışmasının amacı, kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özelliklerine etkisini belirlemektir. TOBB Genç Girişimciler Kurulu İç Anadolu Bölgesi İcra Kurulu Üyeleri araştırma sürecinin katılımcılarını oluşturmaktadır. Sosyo-demografik özelliklerin, kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler analiz edilmektedir. Ayrıca çalışmanın alt amaçları kapsamında;

- Nitel araştırma kapsamında kullanılan fenomenolojinin Türkçe yönetim literatürüne güncel bir araştırma yöntemi olarak sunulması,
- Katılımcıların girişimcilik sürecine bakış açılarının fenomenolojik araştırma deseni ile değerlendirilmesi,
- İç Anadolu Bölgesi'ndeki TOBB Genç Girişimciler Kurulları İcra Komitesi yöneticilerinin girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesi,
- Kültürel sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özellikleri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi,
- Beşeri sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özellikleri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi,

- Sosyal sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özellikleri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi,
- Katılımcıların kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi,
- Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin kültürel sermaye, sosyal sermaye ve beşeri sermaye özellikleri ile ilişkisinin belirlenmesi,
- Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin girişimci kişilik özellikleri ile ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

1.4. Araştırma Yöntemi

Araştırmanın veri toplama süreci temel olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu aşamalar, birincil ve ikincil veri kaynaklarının incelenmesi yani ilgili literatür taraması ve verilerin analiz edilerek uygulamanın gerçekleştirilmesi şeklindedir. Buna göre literatür taraması, basılı ve dijital kütüphane kaynaklarından, yayımlanmış lisansüstü tezlerden, hakemli dergilerdeki makale ve kongre/sempozyum/çalıştay bildirilerinden, yurt içi ve yurt dışı kaynaklı süreli yayınlardan oluşturulmuştur. Literatür taraması amacıyla YÖK Tez Merkezi'nde kayıtlı olan lisansüstü tezler, Ebscohost veritabanında kayıtlı olan makaleler ve hakemli dergilerdeki yayınlar, ProQuest veritabanındaki uluslararası tez çalışmaları, Google Scholar veritabanındaki konuya ilişkin akademik çalışmalar, diğer ulusal akademik yayın ağları, konulara ilişkin web siteleri, forumlar, bloglar incelenmiş ve kütüphane basılı yayınları ele alınmıştır.

Çalışmanın diğer aşaması olan uygulama kısmında ise veri toplama sürecinin yürütülmesiyle verilerin elde edilmesi ve istatistikî analizlerin uygulaması yapılmış, nitel ve nicel veri analiz yöntemlerinin sonuçları bir arada sunulurken verilerin geçerliği ve güvenilirliğinin artırılması bağlamında gerekli çalışmalar yapılmıştır. Araştırmada nicel ve nitel araştırma yöntemlerinden birlikte yararlanılmıştır. Creswell ve Plano'ya göre (2007) nicel araştırma yöntemleri ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanımına karma araştırma yöntemi denilmektedir. Karma yöntem, araştırma sürecinde nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanımını içeren bir yaklaşım olarak görülmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2007, aktaran Fırat vd., 2014:69).

Creswell (2008), karma araştırma yöntemlerini gömülü karma yöntem, açıklayıcı karma yöntem, keşfedici karma yöntem ve paralel karma yöntem olmak üzere dört başlık altında sınıflandırmıştır. Çalışmada tercih edilen yöntem ise nicel verilerin önce toplandığı ve ardından nitel verilerle desteklendiği (Creswell, 2008, aktaran Fırat vd., 2014:69) açıklayıcı karma yöntemdir. Bu yönteme göre nicel veriler kesin olarak elde edildiğinde nitel veriler bulguları aydınlatmak ve desteklemek için kullanılmaktadır. Bu sayede iki veri türünün birlikte ele alınmasıyla çalışma ile ilgili güçlü bir birikime erişilmiş olmaktadır (McMillan ve Schumacher, 2010: 401, aktaran Saraçoğlu ve Ateş, 2013:27).

Açıklayıcı karma araştırma yönteminin tercih edildiği araştırmada, öncelikle nicel araştırma yöntemi kullanılarak veriler anket formu aracılığıyla elde edilmiştir. Anket formunda beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yarayan güvenilirliği geçerliği önceki çalışmalarda kanıtlanmış ölçeklerden yararlanılmıştır. Ayrıca anket formunun son kısmında bulunan açık uçlu sorular aracılığıyla katılımcıların özgün cevapları elde edilmiş ve ölçeklerden elde edilen istatistikî değerler ile karşılaştırma imkânı yakalanmıştır. Araştırma sürecinde anket formu aracılığıyla Likert 5’li ölçeklerde katılımcılardan elde edilen verilerin analizi için SPSS 20 yazılımından yararlanılmıştır. Verilerin yorumlanması için anova, korelasyon, regresyon, t-testi, faktör analizi, güvenilirlik testleri, çapraz tablolar, frekans, yüzdelik değerler ve diğer tanımlayıcı istatistikler gibi analizlerden yararlanılmıştır.

Nitel araştırma yaklaşımları kapsamında veriler; etnografik araştırma, gömülü teori araştırması, fenomenolojik araştırma, aksiyon araştırma ve hikaye araştırması gibi araştırma yöntemleri ile elde edilebilmektedir (Güler vd., 2013:41). Çalışmada nicel analiz sürecini desteklemek amacıyla kullanılan nitel araştırma yöntemi fenomenolojik araştırma desenidir. Fenomenoloji kısaca en önemli şeylerin açığa çıkarılması anlamına gelmekte ve konuya ilişkin deneyimi olan kişilerin görüşlerinin elde edildiği ve tecrübelerinin dikkate alındığı bir nitel araştırma yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Cope (2003)’a göre fenomenolojik görüşmeler yapmak araştırmacıya zorlu ancak zengin ve eşsiz bakış açılarını barındıran oldukça ödüllendirici bir metodoloji sunmaktadır (Cope, 2003:11). Berglund (2006) ise beklentiler ve ihtiyaçlar dikkate alındığında fenomenolojik araştırma desenin girişimcilik araştırmalarında uygun bir yöntem olarak görüldüğünü

belirtmektedir (Berglund, 2006:90). Bu sayede veri toplama formuyla elde edilen ve istatistiki nicel analiz yöntemleri ile ele alınan verilerin nitel analiz yöntemleri ile karşılaştırılması ve sonuçta elde edilecek verilerin güvenilirlik-geçerlik sorunlarının en aza indirgenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada Genç Girişimciler Kurulları İcra Komitesi Başkanları ile birebir görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler fenomenolojik araştırma desenine tabi tutulmuştur. Burada amaçlanan verilerin anket formuyla elde edilmesinden kaynaklı olası hataların önüne geçebilmek ve ilgili literatüre daha nitelikli bulgular sunabilmektir. Bilindiği üzere veri toplama aşamasında anket formlarındaki soruların doğru okunduğu ve anlaşıldığı varsayılmaktadır. İfade yetersizlikleri, anket formunun uzunluğu ya da kısalığı, katılımcının önyargısı vb. gibi birçok konu elde edilen verinin etkilenmesine neden olmaktadır. Buna göre, anket formuyla elde edilen verilerin açık uçlu sorularla ve birebir görüşmelerden elde edilen söylemlerle desteklenmesi verilerin analizinde geçerliğin ve güvenilirliğin artırılması noktasında araştırmacıya destek olduğu öngörülmektedir.

Araştırmanın yöntemi olarak karma araştırma yöntemlerinden açıklayıcı karma yöntem tercih edilmiş ve buna göre nicel ve nitel veriler birlikte kullanılmıştır. Her iki yöntemin birlikte kullanılması ile daha nitelikli sonuçlara ulaşılması hedeflenmiş ve her iki araştırma yönteminin araştırmacıya sağladığı avantajlardan yararlanılmıştır. Buna göre araştırma nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin kullanılması ile (Güler vd., 2013:53);

- Hem tümevarım hem de tümdengelim yaklaşımı ile objektif yargılara ulaşılmış,
- Boyutların sebep-sonuç ilişkileri incelenebilmiş,
- Konuya ilişkin hipotezlerin önerilmesi ve testleri yapılabilmış,
- Değişkenlerin ölçümü için önceden oluşturulmuş ölçeklerden yararlanılmış,
- Katılımcıların algıları, deneyimleri ve tutumları derin bir şekilde incelenmiş,
- Deneyimleri bütüncül bakış açısıyla ele alınmış,
- Deneyimler, problemler ve düşünceler birinci ağızdan elde edilmiştir.

BÖLÜM II

LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde araştırmanın kuramsal altyapısını oluşturan boyutlar detaylı olarak incelenmiştir. Araştırmada ele alınan kültürel sermaye, beşeri sermaye, sosyal sermaye ve girişimcilik kavramlarına ilişkin detaylı bilgilendirme yapılmış, ilgili kavramların özellikleri ve öneminden bahsedilmiştir. Ayrıca her bir boyuta ilişkin literatürdeki diğer çalışmalar araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesine dâhil edilmiştir.

2.1. Maddi Olmayan Sermaye Kavramları

Literatürde maddi olmayan sermaye türleri ile ilgili olarak çeşitli sermaye türlerinden bahsedilmektedir. Araştırmanın temel boyutlarından birini oluşturan kültürel sermaye kavramını incelemekten önce entelektüel sermaye, politik sermaye ve psikolojik sermaye kavramlarından bahsetmek yerinde olacaktır.

Bilgiye dayalı ekonomilerde, maddi olmayan sermaye türü olarak entelektüel sermaye (intellectual capital) önemli bir ekonomik kaynak olarak görülmektedir. Bu nedenle örgütler, rekabet edebilmek ve varlıklarını sürdürmek için kendi örgütlerinde, çalışanlarında, tedarikçilerinde ve müşterilerinde bulunan gömülü bilgidan yararlanma yeteneğine sahip olmak durumundadır. Steward (2002)'a göre entelektüel sermaye, rekabetçi örgütler için önemli hale gelmiştir ve bilgiyi üretip işleme noktasında hayati derecede önem taşımaktadır. Örgüt çalışanlarının yetkinliklerinde; desenler, modeller ve yönetim sistemleri gibi örgütün içyapısı ile marka, itibar, ilişki, müşteri ve tedarikçi ilişkileri gibi örgütün dış yapısında bulunan entelektüel sermaye üretimin en önemli faktörü konumuna gelmiştir (Noradiva vd., 2016:514-516).

Entelektüel sermayenin unsurları literatürde genellikle beşeri sermaye (human capital), yapısal sermaye (structural capital) ve müşteri sermayesi (customer capital) olarak kullanılmıştır (Bontis, 2002:24). Beşeri sermaye, bireylerin verimliliklerini artırmak için kullandıkları kaynakları temsil etmektedir. Bilgiye, işgücü hareketliliğine, sağlığa ve

eğitim-öğretime yapılan harcamalar bireylerin üretkenlik düzeyini yani beşeri sermayesini artırmaktadır (Schultz, 1972:9). Yapısal sermaye, Eren ve Akpınar (2004:10) tarafından örgütün iskeleti olarak tanımlanmakta ve çalışanların örgütte bıraktıkları her türlü değer anlamına geldiği ifade edilmiştir. Yapısal sermaye refah düzeyinin artırılması için örgütün yapısal yeteneğinin insan zekasının ve yenilikçi yönünün açığa çıkarılması anlamına gelmektedir. Beşeri sermayeden değer elde edilebilmesinin yolu yapısal sermayeden geçmektedir. Son olarak müşteri sermayesi ise örgütün dış çevre ilişkilerini ele almakta ve paydaşları ile olan ilişkilerini incelemektedir (Özdemir ve Balkan, 2010:116).

Kültürel sermaye kavramı, kâr elde etme için ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye gibi farklı kaynaklara ihtiyaç duyulduğunu vurgulayan Bourdieu (1973) tarafından ortaya atılmıştır. Bourdieu, ekonomik sermayenin doğrudan paraya dönüştürülebilen bir unsur olduğunu ancak çocukların eğitime erişimindeki eşitsizlikleri izah etme noktasında yetersiz kaldığını ifade etmiştir. Bu nedenle, ekonomik ilişkiler çerçevesinde sosyal ve kültürel sermaye kavramları ortaya atılmıştır. Sosyal sermaye, aktörlerin yer aldığı yapıları ve ilişkileri temsil ederken kültürel sermaye çeşitli davranış formlarını, alışkanlıkları ve kültürel etkileşim sayesinde elde edilen bilgiyi açıklamaktadır. Sosyal sermaye kavramı, çalışanların performansını, sivil ve politik ilişkileri, grupların örgütlerin ve bireyleri refah düzeylerini ele alması bakımından disiplinler arası düzeyde ilgi görmüştür. Kültürel sermaye ile ilgili çalışmalar ise genellikle eğitimle ilişkilendirilmiş ve sosyal sermaye kavramına göre nispeten sınırlı kalmıştır. Kültürel sermayenin bireylerdeki sosyal ve psikolojik etkileri son yıllarda ele alınmaya başlanmıştır (Lee vd., 2015:1-2).

Politika genel olarak kaynakların üretimi, kullanımı, kontrolü, ayrıştırılması ve bu faaliyetlerin altında yatan değerler olarak tanımlanmaktadır. Politikanın bu geniş tanımına bireylerin bilinçli ya da bilinçsiz biçimde dâhil oldukları çeşitli sıradan faaliyetlerin eklenmesi gerekmektedir. Bourdieu'nun öngördüğü çerçevede toplum içerisinde bireyler sermayenin farklı türlerini kullanma, sermaye türlerinde egemenlik kurma ya da eksiklik taşıma gibi özellikler sebebiyle zengin ya da yoksul gibi bir ayrıma tabii tutulabilmektedir. Buna göre, zengin elitler, ekonomik sermayenin büyük bölümünü ellerinde tutmaktadır. Ayrıca güçlerini ve zenginliklerini korumak için siyasi atamalar ya da unvanlar gibi politik sermaye özelliklerinin arayışına girmektedir. Dolayısıyla ekonomik sermayesi fazla olan

bireyler ellerinde bulundurdıkları sermayeyi politik sermayeye dönüştürme konusunda daha yetenekli olmaktadır (Satybaldieva, 2015:374).

Psikolojik sermaye kavramı genel anlamıyla örgüt içerisinde pozitif tutum geliştirmenin psikolojik dayanağını oluşturmakta ve bireylerin aslında kim olduklarını ve pozitif gelişimleri sayesinde ne olabileceklerine yönelik rekabet avantajı kazandırması sebebiyle beşeri ve sosyal sermayenin ötesine geçmektedir. Psikolojik sermaye kavramı olumlu olma ve beşeri güç gibi pozitif psikoloji paradigmasına dayanmaktadır. Bireysel düzeyde gelişimi ve performansı etkileyen psikolojik sermaye, örgütsel anlamda bireylerin pozitif tutumlarının ön plana çıkarılması ile beşeri ve sosyal sermayeye benzer şekilde çalışanların gelişmiş performansı sayesinde üretim artışı, verimlilik ve rekabet avantajı sağlamaktadır (Luthans vd., 2005:253).

Nelson ve Cooper (2011)'a göre psikolojik sermaye diğer sermaye türleri ile kıyaslandığında beşeri sermayenin ötesinde geçmektedir. Buna göre psikolojik sermaye sadece bilgiyi, yetenekleri ve eğitim yoluyla elde edilen kabiliyetleri ifade etmek yerine bireylerin zaman içerisinde sosyalizasyon süreci sayesinde geliştirdikleri donanımı da içermektedir. Psikolojik sermaye yeni ve heyecan verici fırsatların ortaya çıkmasında etkiye sahiptir ve bu bakımdan sosyal sermaye kavramına oranla daha fazla olguyu açıklamaktadır. Ayrıca psikolojik sermaye kavramı örgütsel davranış kapsamında pozitif bakış açısı sunmaktadır. Teori ve araştırma tabanlı olması, ölçülebilmesi, durum temelli olması nedeniyle geliştirilmeye açık olması ve iş performansına doğrudan etki sağlaması nedeniyle diğer sermaye türleri arasında farklılık yaratmaktadır (Nelson ve Cooper, 2007:11-13).

Çalışmanın maddi olmayan sermaye türleri kapsamında ele alınan kültürel sermaye kavramı, içerdiği kapsam, türleri ve temel boyutları bağlamında incelenmektedir. Buna göre, kültürel sermaye kavramı öncelikle kültür olgusuyla açıklanmaktadır.

2.2. Kültürel Sermaye Kavramı

2.2.1. Kültür Kavramı, Kapsamı ve Özellikleri

Kültür, Türk Dil Kurumu tarafından “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” ya da “bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2015, Erişim Tarihi: 10.11.2015).

İşletme yönetimi ve organizasyonu ile ilgili yaklaşımlar, içinde bulunulan toplumun kültürel özellikleri ile ele alınmalı, kültürel özellikleri arasındaki ilişkiler araştırılmalı ve değerlendirmeler buna göre yapılmalıdır. Yani işletmelerin ele alınma biçimleri içinde bulunulan toplumun kültürel öğeleri dâhilinde düşünülmelidir. Kültür kavramının geniş kabul gören bir tanımı olmamakla birlikte literatürde yapılan değişik tanımlamalar dikkate alındığında kültürün bireylerdeki yaşam amacı, dünya görüşü, dil ve konuşma tarzı, iyi kötü anlayışı, tutum ve inançları, bireylerarası ilişkileri, iş yapma biçimleri, sorumluluk ve zaman anlayışları, dış görünüşleri gibi paylaşılan ortak değerlerini, anlayışlarını ve sembollerini ifade ettiği söylenebilmektedir (Koçel, 2013:30).

Gündelik yaşamın her alanını kapsayan kültür kavramı Latince “cultura” kelimesinden türetilmiş olup etimolojik olarak ekip biçmek, toprağı işlemek anlamına gelmektedir. Bu anlamının dışında kültür kavramının bireylerin ve toplulukların yaşam biçimlerinden düşünce sistemlerine, iletişim kurma becerilerinden inanç sistemlerine kadar geniş bir alanı kapsadığı söylenebilmektedir. Ancak toplumsal hayatın tüm süreçlerinin içinde olan kültür kavramının anlaşılabilirliği kavramın bizzat kendisinin taşıdığı soyut ve karmaşık yapısı nedeniyle güçleşmektedir. Dolayısıyla kültür kavramının içeriği geniş çerçevede ele alınması gereken olguyu ifade etmektedir. Bu bağlamda bir toplumun kültürü, o toplumun dilini, tarihini, geleneklerini, coğrafi özelliklerini, sanatını, normlarını ve değerler sistemini kapsamı bakımından önem taşımaktadır (Yüksel, 2013:28).

Kültür, en basit toplumlardan en gelişmiş toplumlara kadar oluşturulmuş olan ortak olguyu ifade etmektedir. Buna göre, insan topluluklarının hayvan topluluklarından ayrı tutulmasının yegane nedeni kendisini farklı kılan bir özellik olarak kültür olgusudur. Topluluklar halinde yaşayan insanların bir gereksinimi olarak insan ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla maddi unsurların yanı sıra kurallar, örfler, adetler ve gelenekler gibi kültürü oluşturan etmenler de önem taşımaktadır. Her ne kadar kapsamı oldukça geniş ise de kültür kavramı, insanların topluluk halinde yaşamalarıyla birlikte ihtiyacı hissedilen toplumsal düzenin sağlanması ve sorunların çözülmesi noktasında oluşturulmuş bazı düzen ve kuralları ihtiva etmektedir. Kültür kavramına yönelik çeşitli tanımlamalar bulunmaktadır. Bunların bazıları incelendiğinde; Kneller (1978:42) tarafından yapılan tanımlamaya göre kültür; “toplumu meydana getiren insanların oluşturduğu bir bütünü ifade etmekte ve toplumsal yaşamının temel şartını” oluşturmaktadır. Eroğlu (1996:104)’nın ifadesine göre ise kültür “insanların önceki nesillerden devraldığı, kısmen geliştirdiği ve kendinden sonraki nesillere aktardığı sosyal mirası” olarak açıklanmaktadır (Güney, 2013:25-26).

Kültür, bir toplumun yaşama tarzları ile alakalı olarak bilgiyi, inancı, gelenekleri, örf ve adetleri, sanatı, ahlakı ve araç-gereç gibi maddi ve maddi olmayan unsurları içeren bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Klemn’ne göre kültür, “bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekün yaşama stili” olarak tanımlarken; Voltair’e göre kültür, “insan zekasının oluşumu, gelişimi ve geliştirilmesi” olarak ifade edilmiştir. Taylor ise kültürü “bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün” olarak tanımlamıştır (Tolan, 1983:222; Kolasa, 1979:34; aktaran Şimşek vd., 2014:47).

Kültür kavramının özellikleri düşünüldüğünde bazı temel fonksiyonları belirtmek yerinde olacaktır. Buna göre kültür;

- Toplum içerisinde yaşamının bir sonucu olarak bireyler arası etkileşimler nedeniyle oluşması ve nesilden nesile aktararak topluma, gelecek nesillere ait bir miras olması açısından “toplumsaldır”,

- Bireylerarası faaliyetler ve eğitim öğretim süreçlerinin bir sonu olarak öğrenme yoluyla kazanılması ve kalıtım yoluyla aktarılması nedeniyle “öğrenilir”,
- Mirası devralan yeni kuşağın gerek görülen ve uygun düşen geliştirmeleri yapması ve çeşitli değişikliklere gitmesi nedeniyle “değişebilir”,
- Öğrenilip sonraki nesillere aktarılması ve yaşam süresince bireylerce alışkanlık haline dönüştürülmesi nedeniyle “aktarılır ve süreklidir”,
- Hem fizyolojik hem de sosyal ihtiyaçların karşılanması amacıyla oluşturulduğu için “ihtiyaç gidericidir”,
- Toplumsal yaşamın düzenini hedefleyerek toplumca benimsenen kurallar ve davranış kalıplarını barındırması nedeniyle “kurallar sistemidir”,
- Kendini oluşturan tüm öğelerinin uyumlu ve bütünleşmiş bir yapıda olması sebebiyle “bütünleştiricidir” (Güney, 2013:26-30).

Her toplum içerisinde bireyler tarafından karşılaşılan çeşitli sorunların ve olayların çözümü ile ihtiyaçların karşılanması noktasında kullanılan bazı araçlar bulunmaktadır. Bu araçlar, bireylerin içinde bulunduğu şartlara, insan ilişkilerine, etkileşimlerin şekline ve diğer çeşitli nedenlere bağlı olarak gelişebilmekte ve değişebilmektedir. Ancak en basit toplumlardan en gelişmiş toplumlara kadar ortak bir olgu olarak karşımıza çıkan unsur kültür olgusu olmaktadır. Bireysel ve toplumsal hayatın bir ürünü olarak kültür, yine bireysel ve kültürel hayatın şekillenmesinde büyük rol oynamaktadır (Köse vd., 2001:221).

Varol (1989), örgütlerin başarıya ulaşmak için birer kültür ögesi olarak ele alınması gerektiğini belirterek kültür öğelerinin kurallar, değerler, anlamlar, simgeler ve araçlar olduğunu ifade etmiştir. Simgeler ve araçların diğer öğeleri somutlaştırdığını bu bakımdan diğer öğelere manevi kültür öğeleri denilebileceğini ifade etmiştir. Toplumsal yaşam içerisinde anlam taşıyan bu öğelerin örgütler bünyesinde de anlam ifade edebileceğini ve örgütlerdeki bireyleri, görevleri ve işlevleri bir bütün olarak kapsayabileceğini vurgulamıştır (Varol, 1989, 1-2).

Dünya üzerindeki sayısız insan topluluğunun farklı ve özgün kültürel öğeleri bulunmakla beraber her kültür kendi içerisinde beş temel bileşeni barındırmaktadır. Bu bileşenler dil, simgeler, değerler, normlar ve maddi kültür olarak belirtilmektedir. Dil insan topluluklarının iletişimlerini olanaklı kılan unsur olarak önem taşımakta ve kültürel öğelerin sürdürülebilirliği anlamında vazgeçilmez bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Kültürel öğeler dil aracılığıyla ileriki nesillere aktarılabilir. Simgeler, kültürü paylaşan bireylerin anlam yüklediği her türlü unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Simgelerin önemi kültür neticesinde ortaya çıkan üretimlerin soyut temsillere dönüşerek daha evrensel ve dolaylı gönderme haline gelmelerinden oluşmaktadır. Değerler ve normlar ise toplumsal yaşamın düzenlenmesinde önemli rol oynamakta ve toplumsal yaşamın vazgeçilmez birer parçası olarak kültürün devamlılığını sağlamaktadır. Toplumsal düzenin devamlılığının sağlanmasında değerler ve normlar önem taşımaktadır. Son olarak maddi kültür kavramı ise çok farklı boyutlarda ve ölçeklerde olabileceği gibi bireylerin anlam yüklediği herhangi bir nesne olarak karşımıza çıkmakta veya toplumsal kurumların ve ilişkilerin kapsadığı norm ve değer temsilleri olarak da ortaya çıkabilmektedir (Yüksel, 2013:29-35).

Aynı kültürel özelliklere sahip bireylerin ortak bir dünya görüşünü benimseyebileceğini ifade eden Sıgı ve Tıgı (2006:328), ortak dünya görüşüne sahip bireylerin oluşan bu bağlanma neticesinde toplum için ortak bir karar alma sürecine yöneldiğini ifade etmiştir. Buna göre kültür bir sosyal dayanışma aracı olarak değerlerin korunması noktasında bireylerin ortak hareket etmelerini sağlamaktadır. Sosyal ihtiyaçların giderilmesi ve bireylerarası ilişkilerin düzenlenmesi için gereken kültür, toplumsal hayatı düzenlemekte oluşması muhtemel sosyal problemlere karşı çözümler yaratmaktadır.

2.2.2. Örgüt Kültürü Kavramı

Örgütlerin kültürleri rasyonel ve görüntüsel olmak kaydıyla çeşitli araçlarla ifade edilebilmektedir. İşletmenin hedefleri, politikaları, prosedürleri, planları ve kontrol sistemleri, iletişim yöntemleri ve teknoloji kullanımları gibi özellikler rasyonel araçları oluştururken; kullanılan dil, davranış kalıpları, semboller ve simgeler, fiziksel ortam düzenlemeleri gibi özellikler de görüntüsel araçları oluşturmaktadır. Buna göre, işletmelerde hâkim olan kültür işletmenin kullanacağı yöntem ve tekniklere yansımaktadır.

Dolayısıyla örgütsel davranış kültürel özelliklerin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Koçel, 2003:31).

Türk Dil Kurumu tarafından “ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin oluşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat” olarak tanımlanan örgüt kavramı (TDK, 2015, Erişim Tarihi: 10.11.2015), bireylerde ve toplumlarda olduğu gibi ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelen insanlardan oluşan örgütlerin de kültürü bulunmaktadır. Örgüt kültürü toplum kültürünün bir alt kültür örneği olarak karşımıza çıkmaktadır (Vural ve Coşkun, 2007:8).

Günümüzde küreselleşme karşısında ayakta kalabilmek ve varlıklarını sürdürebilmek için örgütlerin rekabet güçlerini artırmaları gerekmektedir. Rekabet gücünün artırılmasında ise çalışanların örgütleri ile bir bütün haline gelebilmeleri ve özveride bulabilmeleri önem taşımaktadır. Çalışanların bu özelliklere sahip olmasına yarayan en önemli etmen ise örgüt bünyesinde bulunan kültür sayesinde olmaktadır. Toplumsal kültürün bir alt kültürü olarak düşünülen örgüt kültürü, bir örgüt bünyesindeki değerleri, normları ve davranışları şekillendiren olgular bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgüt üyelerinin farklı birer kimlik kazanmasında rol oynayan örgüt kültürü örgütsel bağlılığın oluşmasında ve paylaşılan değerlerin artmasında rol oynamaktadır (Köse vd., 2001:219).

Brady ve Haley (2013)’e göre örgüt kültürü, örgüt üyeleri tarafından oluşturulan ve benimsenen, örgütün bir arada tutulmasında rol oynayan ve örgütü diğer örgütlerden ayıran değerler bütünüdür. Erkmen (2010)’e göre örgüt kültürü 1980’li yıllarda literatürde sıkça kullanılmaya başlanmış ve böylece araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Örgüt kültürü, örgütsel davranış altındaki çalışma alanlarından birini oluşturmaktadır. Literatürde örgüt kültürünün bütüncül, geçmişle bağlantılı ve antropolojik kavramlarla ilişkili olduğu ve sosyal özelliğe sahip değiştirilmesi güç bir yapıya büründüğü konusunda hemfikir olunmuştur (Brady ve Haley, 2013: 40; Erkmen, 2010: 1-2; aktaran Diker, 2014:155).

İletişim ile kültür arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. İletişim tarzları belirli bir kültüre özgü olmakta ve kültürel olgular iletişim süreciyle açığa çıkmaktadır. Bireylerin

sergilediği eylemler etkileşim durumu içerisinde değer taşıyan mesajları barındırmakta ve mesajlar da paylaşılan semboller sistemini ve kültürel öğeleri ifade etmektedir. Örgüt kültürü kavramı örgütlerde geleneğin ve istikrarın sürdürülmesinde ve örgütlere ilişkin süreçlere yol göstericilik yapmaktadır. Örgüt kültürünün yol gösterici özelliği ise örgütsel iletişimle mümkün olmaktadır (Ellis ve Maoz, 2003, Reilly ve DiAngelo, 1990, aktaran Durğun, 2006:113).

Toplumların olduğu kadar örgütlerin de çalışanlarına aktarmak istedikleri ortak düşünce ve duygu kalıpları mevcuttur. Örgüt kültürünün işlevleri ele alındığında işletmelerin sürekliliğinin sağlanmasında örgüt içindeki kültürün önem taşıdığı görülmektedir. Kültür, örgütte paylaşılan değerlerin bir sonraki kuşağa taşınmasında taşıdığı misyon nedeniyle sürekliliğe en önemli katkıyı sunmaktadır. Ayrıca örgütün kişiliği ve kimliğinin tanımlanmasında rol oynamakta, çalışanların motive edilmesinde yararlanılmaktadır. Örgüt içerisindeki kültür çalışanların değerler sistemi, güvenlik sağlık ihtiyaçları ve yaşama anlam katma ile müşterileri hizmet etme gibi işlevlerinin bütünleştirilmesinde fayda sağlamaktadır. Örgütsel amaçların ve paylaşılan değerlerin korunarak istikrarın sağlanmasında etkili olmaktadır (Varol, 1989:3-6).

İşcan ve Timuroğlu (2007), örgüt kültürünün iş tatmini üzerine etkisini inceledikleri çalışmanın bulgularına göre iş tatminsizliği bulunan çalışanların devamsızlık, işi terk etme ve zevk almama gibi sorunlarla karşılaştığını ortaya koymuşlardır. Bu durumun işletmeler için maddi kayıplara neden olabileceğini belirtmişlerdir. Örgütsel kültür bağlamında çalışanlar arasında fikir birliği ve uyumunun tahsis edilmesi gerektiği, takım çalışması, bağlılık, yenilik ve girişimciliğin desteklenmesi önerisinde bulunmuşlardır (İşcan ve Timuroğlu, 2007:133).

Sözmez (2006), eğitim kurumlarında örgüt kültürünün önemine vurgu yapmıştır. Buna göre eğitim sisteminin en işlevsel parçası olan okullarda sahip olunan örgüt kültürü çalışanları etkilemekle kalmayıp toplumu da etkilemektedir. Bu durumun sebebi olarak okullarda üzerinde çalışılan hammaddeyi insan faktörüne odaklanması gösterilmektedir. Okulların informal boyutlarının formal boyutlarından daha ağır basması ve etki alanının

yetki alanından daha geniş olması bu durumun nedenlerindendir (Bursalioğlu, 2000, aktaran Sönmez, 2006:87).

Örgütler sürekli değişim ve gelişimin yaşandığı rekabet ortamında yeni bilgi ve becerilere olan gereksinimler nedeniyle örgüt kültürünün önemini hissetmeye başlamışlardır. Bu durumun sebebi olarak örgüt kültürüne sahip olan işletmelerin iç ve dış çevrelerinde meydana gelen değişimlere daha kolay ayak uydurabilmeleridir. Örgüt kültürü işletmelerin değişikliklere uyum sağlamaları noktasında hazır olmalarını sağlamaktadır. Ayrıca örgütler barındırdıkları kültür sayesinde kendileri için neyin iyi neyi kötü olduğu gibi bir takım öğrenme süreçlerinin içerisinde dâhil olabilmektedirler (Şahin, 2010:22).

2.2.3. Kültürel Farklılaşma Boyutları

Kültür içerisinde veya kültürler arasında gerçekleşebilen kültürel farklılaşma belirli davranış kalıplarının ön plana çıkması ya da bastırılması süreciyle söz konusu olabilmektedir. Kültürler birbirlerine benzemelerine rağmen farklılık göstermektedir. Her bir kültür dışarıdan bakılarak anlaşılamayan ancak mutlak farklılık barındıran özelliklere sahiptir. Kültür bireye ait aile yapısı, eğitim, teknoloji, din, politika, ekonomik ve sosyal çevre gibi birçok değişkenden etkilenmektedir. Toplumsal kültürler de bu değişkenlerin hemen hepsinden etkilenmemesi bakımından uluslararası ilişkiler çerçevesinden ortak bir anlayış ve tutum geliştirmek zorlaşmaktadır (Sığırı ve Tıgılı, 2006:327).

Bireylerin sosyalleşme sürecinde yeni doğan bireylerin mevcut kültürü kabullenmeleri ve adapte olmaları kolaylaşmaktadır. Belirtilen bu kabullenme ve adapte olma süreçleri insanın doğumuyla başlayıp yaşamı boyunca devam etmektedir. Sosyalleşme kavramı bu sürecin kilit özelliğini oluşturmaktadır. Sosyalleşme, Özkalp (1990) tarafından açıklandığı haliyle “bireylerin başkalarıyla olan ilişkileri vasıtasıyla bireye, iyi-kötü, doğru yanlış gibi toplumun yargı ölçütlerinin, diğer bütün değer ve normların, toplumca kabul edilebilir tutum ve alışkanlıklarının iletilmesi sürecini” ifade etmektedir. Ayrıca Kağıtçıbaşı (1990)’na göre sosyalleşme kavramı yapısında karmaşıklığı içeren toplumsal açıdan başarılı bireylerin yetişme süreci olarak da ifade edilmektedir (Özkalp, 1990:82; Kağıtçıbaşı, 1990:64, aktaran Güney, 2013:38).

Kültür kavramı birçok kez tanımı yapılmış olmasına rağmen muğlak bir ifadeyi temsil etmektedir. Ancak kültür kavramının bireylerin günlük yaşamlarına ilişkin sembollerini, ritüellerini, törenlerini vb. söylem tarzlarını içerdiği ifade edilmektedir (Özen, 1996:10). Kültür kavramını ele alan çalışmalarda en fazla değinilen konulardan biri olarak bireysellik ve toplulukçuluk olguları karşımıza çıkmaktadır (Probst ve Lawler, 2006:237).

Kültürel sermaye kavramı sosyal ilişkilerin oluşturulması sürecinde büyük öneme sahip olmaktadır. Kültürel sermaye kavramı Bourdeu'nun ifade ettiği şekilde 3 düzeyde ele alınmaktadır. Bunlar nesnelleşmiş, anlam bulmuş ve kurumsallaşmış kültürel sermaye olarak karşımıza çıkmaktadır (Bennett vd., 2006: 117). Toplum içerisinde sosyal katmanların varlığı kültürel sermaye özellikleri ile ilintili olmaktadır. Buna göre toplum içerisindeki sınıf ayrımlarında değişik davranış örnekleri gözlenmektedir. Bu durumun bir örneği olarak alt statü gruplarının kendilerine has davranış kalıplarının bulunması söylenebilmektedir. Alt statü grubu üyelerinin müze ziyaretlerini çok fazla gerçekleştirmemesi ya da popüler müzik dinleme konusunda eğilimlerinin olması gibi özellikler sayılabilmektedir. Dolayısıyla toplumlardaki statü grupları farklı hayat tarzlarını ortaya koyduğu gibi kültürel sermayelerinin de bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Konig vd., 2006:3-5).

Hofstede kültürel farklılaşma boyutları kapsamında kültürü temel olarak örgütsel ve ulusal olarak ikiye ayırmaktadır. Kategoriye ayırdığı kültür kavramını daha iyi açıklamak amacıyla beş parametre ortaya koymaktadır. Bunlar güç aralığı, bireysellik ve çoğulculuk, erkeksilik/kadınsılık, belirsizlikten kaçınma ve uzun ve kısa döneme yönelme olarak ifade edilmiştir (Altay, 2004:304). Hofstede (1983), ülkelerin kültürel özelliklerini ele almış ve çeşitli sınıflandırmalarda bulunmuştur. Buna göre ülkelerin sahip oldukları varlıksal düzeyleri bireysellik ve toplulukçuluk olarak sınıflandırılabilir bir ayrıma gidilmesine imkan vermektedir. Varlık düzeyleri yüksek olan ekonomilerde toplumlar bireyselci yaklaşımda iken tam tersi durumda ise toplulukçu yaklaşım görülebilmektedir. Bireyselci ve toplulukçu ülkelere örnek verilmek istendiğinde gelişmiş ve gelişmekte olan ya da gelişmemiş toplumlara bakmak yeterli olacaktır (Hofstede, 1980: 171-172). Sargut

(2001) toplulukçuluk kavramını toplumsal bağlanma olarak ifade etmekte ve grup üyelerinin sıkı ilişkiler içerisinde olabileceğine değinmektedir (Sargut, 2001:185).

Ayrıca Wagner (1995), toplulukçu davranış yapısı ile bireyselci davranışı ele aldığı çalışmasında toplulukçu kesimlerin bağlılık düzeylerinin daha fazla olduğunu ve bu durumun örgütsel davranış anlamında önem taşıdığına dikkat çekmektedir. Toplulukçu eğilimde bulunanların örgüt içi bireylere daha bağımlı olarak davranış sergilediğini ve örgütsel birlikteliği daha da kuvvetlendirdiği belirtilmektedir. Bu durumun sebebi olarak da bireylere karşı duydukları güven algısından söz edilmektedir. Tam tersi bir durum olarak da bireyselci bakış açısıyla davranan kişilerin amaçlarının örgüt içi amaçlardan ayrı olabileceği ve kendi ilgi ve isteklerinin ayrışabileceği ifade edilmektedir (Wagner, 1995: 153-154).

Özyer vd., (2012) sağlık çalışanlarının demografik özellikleri, kişilik özellikleri ile kültürel değer algılarının ilişkilerinin incelendiği çalışmada elde edilen sonuçlara göre vicdanlı kişilerin yatay toplulukçu eğilimde oldukları ve medeni hallerinin evli oldukları ifade edilmektedir. Bu durum ise belirtilen bireylerin kamu sektöründe çalışmalarıyla rekabet azlığına maruz kalmaları ve evli olmaları sebebiyle de bağlılık duygularının diğerlerine oranla fazlalığıyla açıklanmaktadır. Yatay toplulukçulukta sosyal uyum ve birlik duygusunun fazla olabileceğine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca toplulukçu kesimlerde kişilerin grup değerlerine sahip çıkma eğiliminde oldukları ve grup değerlerini korumaya gayret ettikleri ifade edilmektedir (Özyer vd., 2012:178-179).

Williams (2003)'a göre ise bireyselci yaklaşıma sahip kişilerin içsel bir yönelimlerinin olduğu düşünülürken toplulukçu yaklaşım sergileyenlerinse dışsal yani topluluk üyelerine bağlı olarak hareket ettikleri ifade edilmektedir. Buna göre bireyselci kişiler başarıları ve amaçlarına ulaşmaları için kendilerine güven duyarlarken toplulukçu kişilerse içinde bulundukları grubun ortamına karşı güven beslemektedirler (Williams, 2003: 371).

Güç aralığı (mesafesi) boyutu ise toplum içerisinde güçlü ve zayıf bireylerin ilişkisi üzerine odaklanmaktadır ve dar güç ve geniş güç olarak ikiye ayrılmaktadır. Dar güç

aralığının bulunduğu toplumlarda zayıfların daha demokratik ve eşitlikçi ilişkiler beklediği söylenebilmektedir. Dar güç aralığı batılı ülkelerde daha sık görülmektedir. Geniş güç aralığı ise çoğunlukla Asya ülkelerinde görülmekte ve zayıflar otoriteyi kabullenip sorgulama eğiliminde bulunmamaktadır (Hofstede ve Kültürün Boyutları, Erişim Tarihi: 02.12.2015). Altay (2004:204)'a göre güç aralığı örgüt içerisinde nispeten daha güçsüz durumda olan bireylerin gücün eşit dağıtılmadığına inanmaları ile oluşan mesafeyi ifade etmektedir. Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda bireylerin kendilerine ait yerleri olmaktadır ve statü önem kazanmaktadır.

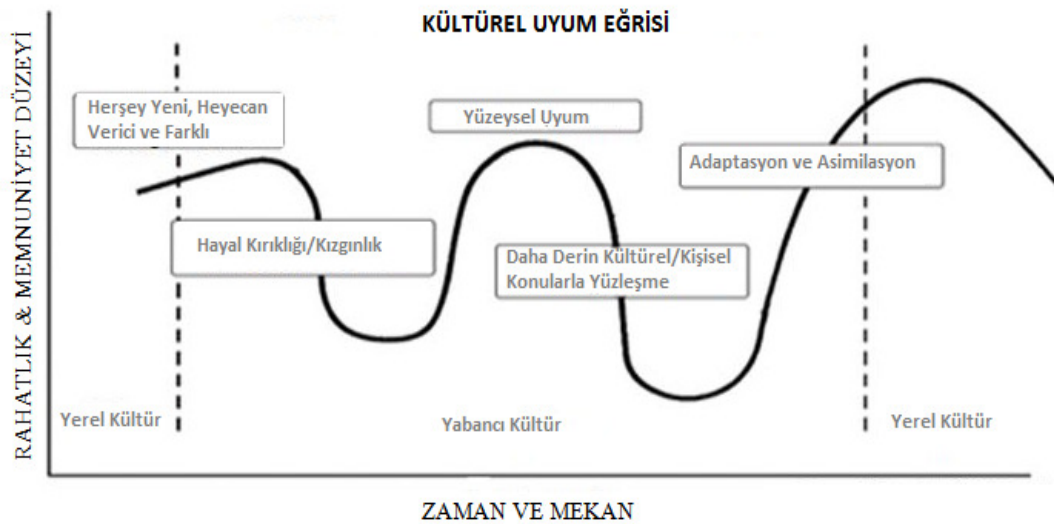
Erkeklik ve kadınsallık ayrımında ise erkeklik algısının yüksek olduğu toplumlarda zenginlik, statü ve güç gibi bağımsızlık ve başarı vurgusu yapılmaktadır. Erkekli kültürlerde başarı ve güç ön planda tutulurken kadınsallık algısının yüksek olduğu toplumlarda eşitlik ve yaşam kalitesi gibi değerler ön plana çıkmaktadır. Toplum üyelerinin bilinmeyene karşı tutumları ele alan belirsizlikten kaçınma parametresi, toplum içerisinde yüksek derecede olması durumunda toplum üyelerinin net ve açık kuralları istemelerini ifade etmektedir. Belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksek kültürlerde bireyler riskten kaçınma eğiliminde bulunmaktadırlar. Son parametre olan uzun ve kısa döneme yönelme boyutunda ise geleceğe verilen değer ile geçmişe verilen değer arasında oluşan fark ele alınmaktadır. Uzun dönem eğiliminde bulunan kültürlere ait bireyler sabırlı ve tutumlu olma eğiliminde olmakta ve ilişkilerini statülere göre tasarlamaktadır. Kısa dönem eğiliminde bulunan bireyler ise mutlak gerçekliğe inanmakta ve hemen sonuç alma eğiliminde olmaktadır. Geleneksel değerlere bağlı olma kısa dönem eğimli gösteren kültürlerin önemli bir özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır (Hofstede ve Kültürün Boyutları, Erişim Tarihi: 02.12.2015; Altay, 2004:204)

Berardo (2012), kültürel sermaye kapsamında ele alınabilecek bir bakış açısı olarak kültürel değişimin ya da kültürel adaptasyon sürecinin, bireylerin bulundukları konumları değiştirmek zorunda kalmaları durumunda yaşanması muhtemel kültürel değişimleri ifade etmiştir. Kültürel Değişimin 5 R'si olarak adlandırılan unsurlar aşağıdaki gibidir:

- Rutinler (Routines),
- Reaksiyonlar (Reactions),

- Roller (Roles),
- İlişkiler (Relationships),
- Yansımalar (Reflections)

Belirtilen bu güncel yaklaşım bireylerin kültür değişimleri esnasında yaşayabilecekleri iniş çıkışları anlamlı hale getirmeyi amaçlamaktadır. Buna göre ilk aşama olan Rutinler (Routines) aşamasında gündelik hayat içerisinde sıkça ve çok düşünmeden yapılan yeme, içme vb. temel eylemlerdeki değişimler ifade edilmektedir. Ancak bu rutinler kültür değişimleri esnasında daha fazla odaklanma ve enerji gerektiren kararlar haline gelebilmektedir. İkinci aşama olarak Reaksiyonlar (Reactions) bireylerin kendi kültüründe aşına oldukları ancak yeni kültürel ortamda beklediklerinden farklı tepkilerle karşılaştıkları aşamayı ifade etmektedir. Üçüncü olarak Roller (Roles) aşamasında bazen anlık olarak rol değişimleri ile karşılaşmakta bireyler alışık oldukları rollerin yeni şekli ve önem derecesi ile yüzleşebilmektedir. Dördüncü aşamada ise İlişkiler (Relationships) güçlü ve derin bir değişim içerisinde olduğu süreci ifade etmektedir. Son olarak Yansımalar (Reflections) kısmında ise yüzleşilen değişim ile birlikte bireylerde ortaya çıkan farkındalık, keyif alma ve alışkanlık kazanma evresinde bulunmaktadır (Berardo, 2012:193-199, Culture Shock, Erişim Tarihi: 01.12.2015). Şekil 2.1'e kültür değişimine maruz kalmak durumunda olan bireyler için oluşturulan kültürel uyum eğrisi incelenmektedir.



Şekil 2.1. Kültürel uyum eğrisi
(Kaynak: University of Cincinnati aktaran Avalos vd., 2014:9).

Şekil 2.1'e göre kültürel uyum eğrisi 5 aşamadan oluşmaktadır. İlgili şekil farklı kültürlerde yaşamak durumunda kalan bireylerin geçireceği evreleri ifade etmektedir. Kültür değişimi bireylerin karşılaştıkları yeni durumla yüzleşmeleri ile başlamaktadır. Ardından gelen aşamada ise hayal kırıklığı ve kızgınlık hissi hâkim olmakta üçüncü aşama olarak yüzeysel uyum gerçekleşmektedir. Bir sonraki aşamada kültürel ve kişisel konuların ön plana çıktığı yüzleşme aşaması izlenmekte ve sonuç olarak adaptasyon ve asimilasyon sürecine geçiş yaşanmaktadır (Avalos vd., 2014:9).

2.2.4. Kültürel Sermaye Kavramı, Önemi ve Unsurları

Lamont ve Lareau (1988), kültürel sermayeyi geniş anlamda paylaşılan eğilimler, tercihler, biçimsel bilgiler, kültürel işaretler ve davranışlar olarak ifade etmektedir. Kültürel sermaye, bireylerin kültürel farkındalıkları, estetik tercihleri ve eğitimsel kimlikleri bağlamında kaynak işlevi gören bilgi ve yetenekleri işaret etmektedir. Bourdieu (1977) ise kültürel sermaye kavramında baskın kültürel kodlara gösterilen aşinalık olarak tanımlamaktadır. Ayrıca kültürel kaynakların ekonomik kaynaklar gibi eşit düzeyde ele alınmasını gerektiren sermayenin manevi bir türünü oluşturma noktasında önemini sorgulamaktadır.

Crossley (2001), kültürel sermayeyi eğitim yoluyla önce ailelere ve aileler aracılığıyla da bireylere aşıl原因an sosyal bir yapı olduğunu ifade etmiştir. Aileler deneyimledikleri eğitim süreçlerini çocuklarına aktarmakta ve geçtikleri yolları çocuklarının da geçmesi için katkı sunmaktadırlar. Böylece bilgi birikimi ve kültürel unsurlar bireylere aktarılmaktadır (Crossley, 2001: 87). Andersen ve Jeager (2015), kültürel sermayenin, düşük ve yüksek düzeydeki akademik başarı ve farklı sosyo ekonomik, kültürel altyapıdan etkilenip etkilenmediğini belirlemek istediği çalışmasında elde ettiği sonuçlara göre, kültürel sermaye akademik başarı üzerine olumlu etkiye sahip olmaktadır. (Andersen ve Jeager, 2015: 179-181).

Kültürel sermaye, eğitim yoluyla elde edilen bilgi ve becerileri ifade eden bir kavram olmasına karşın bu birikimin işgücü piyasasında karşılık bulması kimi zaman mümkün olmamaktadır. Bu bakımdan toplumbilim alanında eğitim sistemi ve işgücü piyasası

arasındaki ilişkiler sıklıkla araştırılmaktadır. Buna göre statü geçişi konsepti kişilerin özgeçmiş ve yaşam öykülerinin incelenmesinde büyük önem taşımaktadır. Mezuniyet diploması ile elde edilen statü geçişi ise bu durumun örneklerinden birini oluşturmaktadır. Dolayısıyla eğitim sistemi ile elde edilen kazanımların iş gücü piyasasında değerlendirilmesi her zaman arzu edildiği düzeyde gerçekleşmemektedir. Buna göre önceden edinilmiş bilgi ve becerilerin ne ölçüde kültürel sermaye kapsamında değerlendirileceği belirsizliğini korumaktadır (Nohl vd., 2011:14-16).

Bourdieu (1986), kültürel sermayenin anlam bulmuş, nesnel forma girmiş ve kurumsal anlam kazanmış üç açısı olduğunu vurgulamaktadır. Kültürel sermayenin anlam bulmuş yani vücutlaşmış halini akıl ve vücudun uzun ömürlü eğilimleri olarak ifade etmiştir. Bu tür eğilim için sermayedarların gereken zamana yatırım yapmaları gerektiğini ancak bu tür bir yolla birikim için gerekli olan kültürel sermayenin somutlaşabileceğini savunmaktadır. Kültürel sermaye formlarını ele almak gerekirse öncelikli form olan anlam kazanmış, içselleştirilmiş yani vücutlaşmış formu kişilerin tercihlerini ve davranışlarını içermektedir. Bu tür kültürel sermaye formu sosyalleşme sürecinde içselleştirilmektedir. Diğer bir form olan nesnelleşmiş, nesnel forma girmiş hali ise kitap, resim vb. aktarılabilir materyalleri içermektedir ancak bu tür formun değerlendirilebilmesi için içselleşmiş formun değerlendirilmiş olması gerekmektedir. Son olarak ise kurumsallaşmış kültürel sermaye formunda içsel hale getirilmiş kültürel sermaye formlarını bağlayıcı şekilde kurumlardan alınabilecek diploma ya da eğitim sertifikaları anlam kazanmaktadır (Bourdieu, 1986:84).

Goldthorpe (2007), çalışmasında Bourdieu tarafından “baskın sınıf” olarak adlandırılan kesimin çocukları ile alt kesimde bulunan bireylerin çocukları arasında eğitim sürecine girişte çeşitli farklılıklarla karşılaşıldığını belirtmektedir. Baskın sınıfta bulunan çocuklarda evdeki kültür ile okuldaki kültür arasında devamlılık bulunduğu için bu çocuklarda öğretmenleri ile ortak bir söylem, sosyal etkileşim şekli ve estetik yönelim bulunmaktadır. Ayrıca müfredat gereği ve pedagojik açıdan öğretilenler bu çocuklarda bir yabancılik hissi uyandırmamaktadır. Ancak alt sınıf olarak nitelenen işçi sınıfı çocuklarında ise bu durumun tam tersi gözlenmekte eğitim ortamı tehdit oluşturan bir düzenek gibi algılanmaktadır. Bu durumun sonucu da akademik başarısızlığı beraberinde getirmektedir (Goldthorpe, 2007:3).

Kültürel sermaye unsurları ekonomik kalkınma içerisinde fayda sağlayan özellikleri barındırmaktadır. Bu bakımdan kültürel sermaye unsurlarının diğer sermaye türleri olan beşeri ve fiziki sermaye özellikleri ile birlikte milli gelirin artışında söz sahibi olduğu belirtilmektedir. Buna göre kültürel sermaye unsurlarının milli gelir hesaplamasında sürece dâhil edilmesi önem taşımaktadır. Kültürel harcamaların yatırım harcamaları içerisinde dikkate alınması gerekmektedir (Throsby, 1999:7-8).

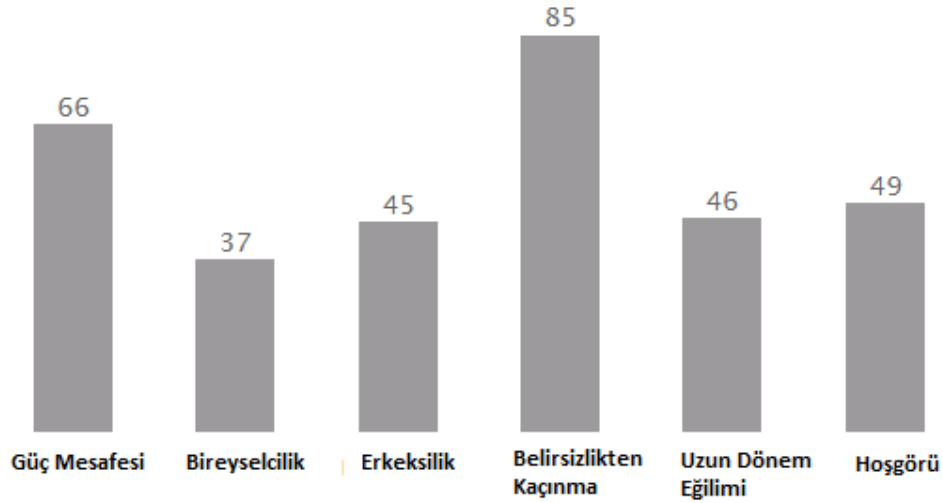
İş gücü piyasasına statü geçişi sırasında bilgi ve becerinin aktarımı ve değerlendirilmesi Pierre Bourdieu'nun kültürel sermaye konseptinin ana meselesini oluşturmaktadır. Kültürel sermaye, sosyalizasyon ve öğrenim süreçleri ile edinilmektedir fakat sosyalizasyonun ve öğrenimin her şekli de kültürel sermayeye denk düşmemektedir. Bilgi ve becerinin eğitim kurumları tarafından belgelendirilmesiyle oluşan “kurumsallaştırılmış” kültürel sermaye ile uzun vadeli sosyalizasyon ve eğitim öğretim süreçleri ile kişinin bedeninde yer edinen “bedenselleşmiş” kültürel sermaye ve son olarak kitaplar, resimler gibi “nesnelleştirilmiş” kültürel sermaye türlerinden bahsetmek mümkün olmaktadır (Nohl vd., 2011:16).

Field (2003)'a göre sermaye kavramını ele alan kuramcılar beşeri sermayenin çalışanların özgür iradeleri neticesinde oluşan bir olgu olduğu konusunda anlaşma sağlayamamıştır. Bourdieu çalışmalarında görülen kültürel sermaye kavramı ile beşeri sermaye teorisine alternatif oluşturabilecek olgu ortaya atılmıştır. Kültür öğesinin bir sembol ya da anlam sistemi olarak ifade edilmesiyle toplumlarda bulunan egemen sınıfın pedagojik yani eğitime dayalı yöntemlerle kendi kültürlerini aktarma çabası içerisinde olduğu belirtilmiştir. Bu sayede egemen kültüre ait öğeler yeniden üretilebilmektedir. Bu durum ise egemen sınıf tarafından baskı altına alınan sınıfın varlığına işaret etmekte ve sembolik baskı olgusunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla sembolik baskı aracılığıyla egemen sınıfa ait değerler topluma ait gerçek kültür ve değerler olarak yansıtılabilmektedir. Eğitim süreçlerinin dâhil edilmesiyle birlikte ileriki nesillere bu kültürel öğelerin meşrulaştırılarak aktarımı sağlanabilmektedir (Field, 2003:14; aktaran Kapu, 2008:264).

Hofstede'in kültürel boyut teorisi, kültürlerarası iletişim bağlamında toplumun kültürünü, toplum üyelerinin değeri ve bu değerlere nasıl davranıldığı konularında faktör analizi verileri kullanarak oluşturulmuştur. Hofstede 1967 ve 1973 yılları arasında IBM tarafından

elde edilen veriler ışığında dünya çağında bir araştırma neticesinde elde edilmiş verilerle ulusal kültür teorisini ortaya koymaktadır. Bireysellik-toplulukçuluk, erkeksilik-kadınsallık, güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma boyutları bulunan teoriye Hong Kong’da yapılan bireysel bir çalışmadan elde edilen veriler eşliğinde yeni bir boyut eklemesi yapılmış uzun-kısa döneme yönelme boyutu eklenmiştir. 2010 yılında ise hoşgörü baskıya karşı olarak adlandırılan yeni bir boyut eklenerek model 6 boyuttan oluşması sağlanmıştır (Hofstede's Cultural Dimensions Theory, Erişim Tarihi: 02.12.2015).

“Hofstede Center” isimli internet sitesi aracılığıyla oluşturulan veritabanlarından yararlanılarak ülkelerin kültürel birikimleri hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. İlgili internet sayfasında 6D modeli olarak da ifade edilen model kapsamında Türkiye verileri incelendiğinde elde edilen bulgular Şekil 2.2’de sunulmaktadır. (Hofstede Center, Erişim Tarihi: 03.12.2015).



Şekil 2.2. Kültürel boyut teorisi - Türkiye ulusal kültür özellikleri
Kaynak: Hofstede Center Ulusal Kültür Kıyaslama, Erişim Tarihi: 03.12.2015

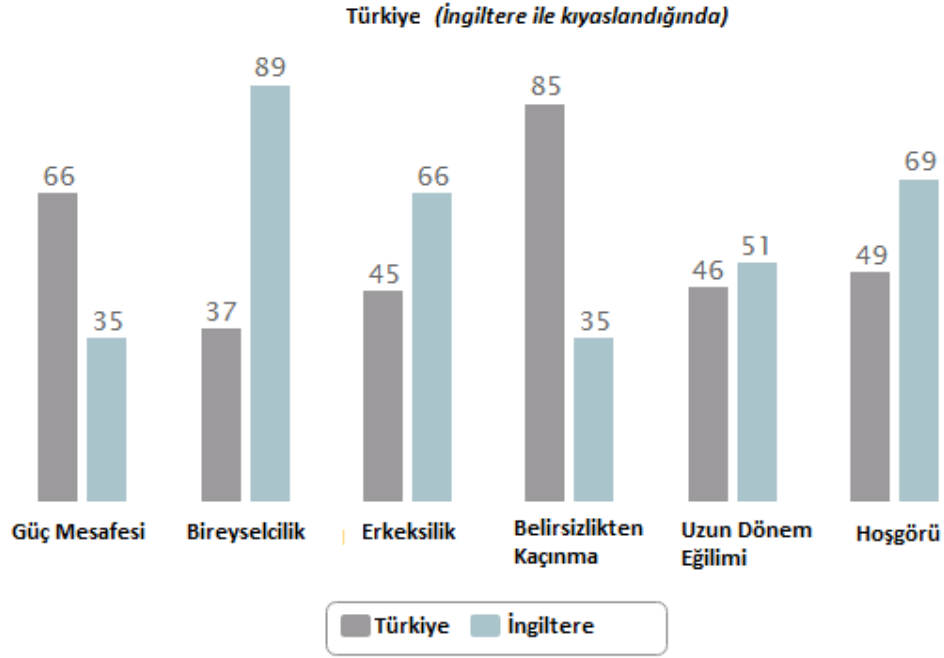
Şekil 2.2 incelendiğinde 6D modeline göre Türkiye ile Amerika Birleşik Devletleri’nin kültürel özellikleri bakımından ele alınmış olduğu görülmektedir. İlk boyut olan güç mesafesi, örgütlerdeki gücü en az olan üyenin gücün eşit dağıtılmadığına olan inancını ifade etmektedir. Türkiye güç mesafesi boyutunda 66 puan gibi yüksek bir orana sahip olmaktadır. Buna göre bağımlılık, hiyerarşiklik, üstlere ulaşmadaki zorluk ve ideal yönetici tipinin baba figürü etrafında buluşması gibi özellikler söylenebilmektedir. Güç

merkezileştirilmiştir ve yöneticiler kurallar ile iş sahiplerine güvenmektedir. Çalışanlar neyin yapılacağını söylemesini beklemektedir. İletişim dolaylı gerçekleşmekte ve bilgi akışı seçici nitelikte olmaktadır.

İkinci olarak ele alınan bireysellik boyutu ise toplum içerisindeki bireylerin gruplara katılma derecesi olarak ifade edilmektedir ve Türkiye 37 puan ile toplulukçu bir kültür özelliğine sahip olduğunu göstermektedir. Buna göre biz kavramının önemli olduğu ve iletişimin dolaylı olarak gerçekleştirildiği düşünülmektedir. İşletme çevrelerinde geribildirimler daima dolaylı ve ilişkiler ahlaki bir zemin çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Üçüncü olarak ele alınan erkeksilik-kadınsılık boyutunda ise yüksek puanın olması erkeksiliğe düşük puanın olması ise kadınsılığa işaret etmektedir. Türkiye 45 puan ile kadınsılık boyutunun özelliklerini taşımaktadır. Buna göre özel hayat ve iş yaşamında çatışmalardan kaçınılır ve sonunda uzlaşma oluşturulması önem taşır. Boş zaman kavramı önem taşımaktadır ve aile bireyleriyle, arkadaşlarla birlikte geçirilen zamanı ifade etmektedir. Dördüncü olarak ele alınan boyut belirsizlikten kaçınmadır. Bu boyut belirsizlikten kaçınan kültürlerin yasalarla, kurallarla güvenlik ve emniyet önlemleri ile daha fazla ilintili olduğu tam tersi durumda bulunan yani belirsizliği kabul eden kültürlerin ise daha fazla hoşgörülü olduğu anlamına gelebilmektedir. Türkiye 85 puanıyla kanun ve kurallara büyük ihtiyaç duymaktadır. Gerginliğin azaltılması noktasında bireyler ritüellerden yararlanmaktadır.

Beşinci boyut olarak uzun döneme eğilim ele alınmıştır. Kültürün kısa döneme eğilimli olması statik özellikte bulunarak geçmişe ya da şimdiki duruma odaklanmasını ileri sürmektedir. Uzun döneme eğilimli olma ise dinamik ve geleceğe dönük olmayı ifade etmektedir. Türkiye'nin 46 puanı ile uzun ya da kısa döneme eğilimlidir yorumu yapılamamaktadır. Son boyut ise hoşgörü baskıya karşı kavramını ele almaktadır. Bu boyut ile ifade edilmek istenen sosyalleşme olmadan insan kavramından söz edilemeyeceğidir. İnsanların yetiştirilme tarzlarına göre arzularını ve dürtülerini kontrol etmeye çalışmalarını ifade etmektedir. Nispeten zayıf çıkan kontrol düzeyi hoşgörüyü, yüksek çıkan düzey ise baskıyı ifade etmektedir. Türkiye 49 puanı ile hoşgörüye karşı baskı boyutunda sınıflandırmaya tabii tutulacak karakteristik bir özellik taşımamaktadır (Hofstede Center Ulusal Kültür Kıyaslama, Erişim Tarihi: 03.12.2015; Kültürel Farklılaşma ve Hofstede,

Erişim Tarihi: 03.12.2015). Elde edilen verilerin kıyaslanması amacıyla Türkiye ve bir Avrupa Birliği üyesi olarak İngiltere arasındaki farklılıklar Şekil 2.3.'te sunulmaktadır.



Şekil 2.3. Ulusal kültür kıyaslama- Türkiye/İngiltere
Kaynak: Hofstede Center Ulusal Kültür Kıyaslama, Erişim Tarihi: 03.12.2015

2.2.5. Kültürel Sermaye ve Eğitim

Bourdieu sermaye türlerini 4 alt başlıkta ifade etmiş ve bunları ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik sermaye olarak tanımlamıştır. Sermaye türlerinin öneminin ise toplumsal sınıf yapıların oluşmasında gösterdikleri etki ile ilişkilendirmiştir. Kaynaklara egemen olmayı ifade eden ve sınıf eşitsizliklerine vurgu yapan ekonomik sermaye, toplumsal ilişkilere egemen olmayı ifade eden ve sosyal ilişki ağını işaret eden sosyal sermaye, ekonomik koşullar sonucu edinilen formal ve informal davranış kalıpları, pratikler, dil kullanımı ve iletişim şekilleri olarak ifade edilebilen kültürel sermaye ile tüm sermaye türlerinin içinde bulunduğu belirtilen, unvan ve tanımlamalar gibi ritüellere karşılık gelen sembolik sermaye Bourdieu tarafından ifade edilen sermaye türlerini oluşturmaktadır. Sosyalleşme süreci ise bu sermaye türleri arasında bireyin kültürel sermayesine yansımaktadır. Bireyin edindiği davranış kalıplarının, beğenilerin ve zevklerin birey kökenli olmadığını aksine

kaynağını ait olduğu sosyal sınıftan aldığını ifade eder. Yani, kültürel sermaye bireyin sosyalizasyon sürecindeki tüm davranış kalıplarını içeren habitusunu oluşturmaktadır (Baran, 2008:88).

Eğitim ile mesleki yapıların ilişkisi sosyologların uzun süredir ilgisini çeken konuların başında gelmektedir. Eğitim sayesinde elde edilen kazanımlar, meslek seçimi, sosyal uyum ve sosyal adaletin ölçülmesi konusunda yararlanılan konular arasında yer almaktadır. Kültürel Sermaye kavramı uzun süredir orta sınıfın yaratılmasında önemli bir unsur olarak görülmektedir. Marshall (1920)'ın çalışmasında belirtildiğı üzere genellikle çocukları içi sermaye biriktirme eğiliminde olurlarken aslında çocuklarına yatırım yapma konusunda daha duyarlı davranmaktadırlar. Son zamanlarda ise Bourdieu ve Passeron (1977)'nin da belirttiğı üzere orta sınıf diye tabir edilen kesim eğitim sistemi aracılığıyla kendi kültürel varlıklarından yararlanma yolunu tercih etmişlerdir (Brown, 1995, 33).

Bourdieu (1974) eğitimin aslında sosyal düzenin sağlanması noktasında sürdürülmekte olan en etkili araçlardan biri olduğunu ifade etmektedir. Buna göre, eğitim sosyal eşitsizlikler ve kültürel mirasın tanınması bağlamında her ikisi için de belirgin bir gerekçe sunmaktadır. Ayrıca, sosyal eşitsizliklerin de hâkim pozisyonda olanlar tarafından meşru kılınabileceğini ifade etmektedir. Bu durumun ise eğitim sisteminin statükoyu sağlama noktasında anahtar rol üstlendiğı sonucundan kaynaklandığını ifade etmektedir. Yani eğitim sistemi Bourdieu'ya göre hâkim sınıfın sürdürülebilirliği için bir araç olarak kullanılmaktadır. Okullar aracılığıyla ve eğitim yoluyla edinilen davranış kalıpları bireylerin toplumsal hiyerarşiyi benimsemesine katkıda bulunmaktadır (Bourdieu, 1974:32-33).

Kültürel sermaye simgesel şiddetin ve eşitsizlik algısının anlaşılması bakımından da örnek teşkil etmektedir. Eğitim sistemi içerisinde öğrenciler kültürel sermaye farklılıklarından dolayı genellikle dil ve edebiyat derslerinde yaşanan şive farklılığı, dil kullanım farklılıkları örnek gösterilebilmektedir. Kültürel sermayesi düşük bir aileden gelen bir öğrencide yerel kelimelerin kullanılma oranı, tutukluk görülürken buna karşılık hâkim bir aileden gelen öğrencilerde görülen akıcı konuşma, özgüven gibi birbirine zıt özellikler nedeniyle öğretmen tarafından başarısız bulunan öğrenciyle alakalı olarak eşitsizlik ve

simgesel şiddet hissiyatı ortaya çıkmaktadır (Koytak, 2012:92). Toplum içerisindeki baskın sınıfın değerlerinin ve kültürel öğelerinin eğitim yoluyla aktarımı sağlanmaktadır. Eğitimin buradaki rolü kültürel öğelerin yeniden üretilerek meşrulaştırılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim yoluyla elde edilen baskın kesime ait kültür öğesi yine egemen sınıf tarafından kontrol edilen örgütlerdeki istihdam imkanları sayesinde sürdürülmektedir. Sahip olunan kültürel öğeleri kabullenen bireyler egemen sınıflarca istifham edilmekte bu sayede ödüllendirilmektedir. Geriye kalan kesim ise kendilerine aktarılan kültürel öğelerinin önemini ve bu öğelere duyulan ihtiyacı bu sayede kabullenmemektedir. Egemen kültür tarafından empoze edilen kültür öğelerinin kabullenmesi ya da kabullenmemesi süreci kültürel sermaye olarak adlandırılmaktadır. Bourdieu'nun sembolik baskı ve sosyal yeniden üretim anlayışı bu aşamada devreye girmektedir. Marx'ın üretim araçlarını kontrol eden kapitalist bir kesimin varlığını ifade etmesi ile Bourdieu'nun pedagojik süreçlerin bu kontrol işlevinin yerine getirdiğini belirtmesi dikkat çekmektedir. Üretim süreçlerindeki çalışanlar ile eğitim süreçlerindeki öğrencilerin dâhil edilmesi neticesinde egemen sınıfın hâkim olduğu kültürel öğelerin aktarımı söz konusu olmaktadır (Field, 2003:15-17; aktaran Kapu, 2008:264).

2.2.6. Kültürel Sermaye ve Ekonomik Kalkınma

Kültür kavramının tanımlaması yapılırken çeşitli alanların farklı noktalara odaklandığını görebilmek mümkün olmaktadır. Betimsel tanımlamalar kültür kavramını kapsamlı bir bütünlük olarak algılamaktadır. Bu tür tanımlamalarda insan yaşamını ve aktivitelerinin tüm yönlerini ifade etmeye yönelik bir uğraş bulunmaktadır. Tarihsel bakış açısı ise geleneğin zaman içerisindeki birikimini ele almakta ve insanlığın toplam sosyal katılımını içermektedir. Normatif yaklaşımda ise bireylerin etkinliklerini yönetebilmek için paylaşılan kurallar ve normlara değinilmektedir. Psikolojik ve sosyolojik bakış açısına göre sosyalleşme sürecinin sonucu olarak görülen kültür, bireylerdeki değerlere ve anlamlara odaklanmaktadır. Yapısalcı tanımlamalar ise kültürün organizasyonu ile ilgilenmekte sosyal ilişkiler ve sosyal rolleri içermektedir. Bu tür tanımlamalar bilişsel, sembolik ve yapısal unsurları içermektedir. Son olarak genetik tanımlamalar ise kültürü bir grubun yaşamı için sosyal etkileşim yoluyla gelişen uyarlanabilir yönünü ele almaktadır (Hommerich ve Klien, 2012: 292-293).

Throsby (1999)'e kültürel sermayenin ekonomik bir olgu olarak değerlendirilmesi için kültürel ve ekonomik değer kavramlarının ilişkisinin iyi bilinmesi gerekmektedir. Kültürel sermaye kendi içerisinde maddi ve maddi olmayan unsurları ile ele alınmaktadır. Öncelikle ekonomik değer kültürel değer tarafından etkilenmektedir. Örneğin bireyde bulunan geçmişten kalan bir miras olarak fiziki bir varlık ele alındığında bu fiziki varlığa ait kültürel öğeler ekonomik değerın artmasına neden olacaktır. Ekonomik değerın artışında etkili olan ve farklılığı yaratan kültürel unsurlar olmaktadır. Ayrıca maddi bir unsur olarak kültürel sermaye değerlendirildiğinde sanat ve edebiyat eserleri gibi örnekler vermek mümkün olabilmektedir. Bu durumda, müzik, edebiyat gibi sanat eserleri kültürel değerlerle bezeli olmaları münasebetiyle ekonomik değerleri de artış göstermektedir. Otel lobilerinde yabancı dil bilmenin sağladığı fayda ve asansörlerde çalan arka plan müzikleri fiziki olmayan kültürel sermaye unsurları olmasına rağmen beraberinde getirdikleri fayda ve ekonomik etki göz önünde bulundurulmalıdır (Throsby, 1999: 8).

Çelik (2014), kültürel sermayenin bireyin sosyalleşme süreci içerisinde eğitim yatırımı olarak nitelendirildiğini ifade ederek eğitimde eşitsizliğin giderilmesi noktasında eğitim politikalarının oluşturulmasına da yön verdiğini ifade etmiştir. Buna göre sosyal statüsü yüksek olan ailelerin çocukları eğitim hizmetlerinden daha fazla yararlanmaktadır. Bu durum ise eğitim sisteminden daha az yararlanmakta olan sosyal statüsü düşük ailelerden gelen çocuklar için risk ortamının oluşmasına neden olmaktadır (Çelik, 2014:68).

Kültürel sermaye özellikleri, ekonomik anlamda bireylerin tercihlerini de göstermesi bakımından önem arz eden yaşam alanı ve konut seçimleri arasındaki ilişki incelendiğinde, konut ve yaşam alanı taleplerinin sadece genel tüketim eğilimleri ile açıklanması imkansız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler konut ve yaşam alanı tercihlerinde bulunurken kültürel sermaye özellikleri bağlamında tercihleri yapmaktadırlar. Bireylerin hangi alanda hangi koşullarda yaşamak istediklerine dair bilgiler bir önceki nesilden edinilen tüketim anlayışı gibi faktörlerle birlikte kültürel sermayenin yeniden üretilmesi vasıtasıyla tercihlerde farklılaşmalara yol açmaktadır (Erkul, 2014:644).

2.2.7. Kültürel Sermaye ve Habitus Kavramı

Habitus kavramı ilk olarak Aristoteles eserlerinde rastlanan ve Bourdieu ile sosyolojiye aktarılan, bireylerin düşünme, davranma ve hissetme şemaları olarak içselleştirdikleri toplumsallık olarak ifade edilebilmektedir. Buna göre habitus, bireylerin bütün toplumsal pratiklerinin oluşmasında etkili olan içsel yapıları ifade etmektedir (Wikipedia, Erişim Tarihi:10.09.2015). Kutlay (2015)'a göre habitus kavramı Aristo başta olmak üzere birçok bilim insanı tarafından kullanılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu kullanımlar arasında ufak farklılıklar bulunmaktadır. Aristo yetenek anlamında kullanırken Mauss bilincin yarattığı teknikler olarak ifade etmiştir. Bourdieu ise habitus kavramını yatkınlıklar sistemi olarak vurgulamıştır (Kutlay, 2015:430).

Habitus bireylerin belli biçimde harekete geçmesi, düşünmesi ve hissetmesi için içselleştirilen kültürel yaşamı ifade etmektedir. Habitus'un bazı özelliklerine düşünüldüğünde; bireyler aslında bilinçli olarak farkına varmasalar da habitus yabancı bir ortamda bulunulduğunda ya da bilinçli yansıma yoluyla fark edilebilmektedir. Habitus, kültürlenme yoluyla edinilmekte ve sosyal sınıflar, belirli bir cinsiyet, aile, akran grupları veya milliyet gibi belirli gruplarda kendini göstermektedir. Ayrıca her belirli grup için farklı habituslar bulunmaktadır. Her bir bireyin habitusu bireysel özellikler ile farklı habitusların karmaşık bir bileşkesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Bourdieu, 2005: 43).

Habitus, bireyin geçmiş deneyimlerinden hareketle farklı sosyal koşullar karşısında edindiği yatkınlıkları ifade etmektedir. Bu açıdan habitus sürekli olarak yapılandırılmayı gerektiren bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. (Bourdieu, 1980: 101). Habitus, tıp biliminde organizmanın dışarıya yansıyan tutumunu ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Bu tutumlar arasında davranışlar, mimikler ve nefes alış veriş biçimleri bile sayılabilmektedir. Bourdieu ise habitus kavramını sosyolojik açıdan ele almış ve bireylerin oluş biçimleri ile ilişkilendirmiştir. Buna göre oluş biçimleri bireylerin toplumsal kökenlerinden ve statülerinden meydana gelmekte ve sosyal faaliyetlerini yönlendiren içsel eğilimleri işaret etmektedir. Dolayısıyla habitus kavramıyla anlatılmak istenen bireylerin içselleştirdikleri algı ve düşünme sistemlerini ifade etmektedir (Ünal, 2013:106).

Suğur ve Baran (2011)'a göre Bourdieu tarafından kullanılan terimlerin daha iyi anlaşılması için yine Bourdieu tarafından geliştirilen oyun metaforunu incelemek yerinde olacaktır. Bu tanımlamada oyunun oynandığı yerin ismi “*alan*” olarak adlandırılırken oyuncuların oyun içinde elde edecekleri çıkarları “*illio*” olarak isimlendirilir. Alandaki oyunlar oyun sürecinde değerlendirmek üzere ellerinde kozlar bulundurlar ki bu kozlar da “*sermaye*” olarak adlandırılmaktadır. İçinde bulundukları duruma göre önem dereceleri de değişen; ekonomik, kültürel ve sosyal olmak üzere üç tip sermaye bulunmaktadır. Oyunun sürdüğü alanda bireyler ellerindeki kozları çıkarları doğrultusunda kullanırlar ve sürece alışkanlıkları da bu doğrultuda artar. Buna göre, çıkarlar doğrultusunda izlenen davranış kalıplarından ortaya çıkan yatkınlıklar bütününe de “*habitus*” adı verilmektedir. Habitus ile bireyin yatkınlıkları, geçmişiyile beraberinde taşıdığı alışkanlıklarını ifade edilmektedir. Bu duruma göre de habitus bireylerin sınıflarının belirlenmesinde etkiye sahip olmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 82-83; aktaran Suğur ve Baran, 2011:6-8).

2.2.8. Kültürel Sermaye İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi

Sığrı ve Tıgılı (2006) çalışmalarında kültürel farklılaşma boyutlarını ele almış ve Hofstede'nin belirsizlikten kaçınma boyutunu incelemişlerdir. Çalışmada, yöneticilerin çevresel etkilerin olduğu kadar kültürel özelliklerin de etkisi altında olduğunu belirterek kültürel öğelerin tüm yöneticilik faaliyetlerinde etki gösterdiğini ifade etmişlerdir. Buna göre toplumdan topluma değişiklik gösteren kültürel öğeler bir zincir hiyerarşisi şeklinde yöneticiyi, örgütü, toplumu ve ardından toplumun sosyal, siyasal ve ekonomik yapısını etkilemektedir. Dolayısıyla kültürel farklılık boyutlarından belirsizlikten kaçınma sahip olduğu etkiler nedeniyle dikkate alınması gereken olguların başında gelmektedir (Sığrı ve Tıgılı, 2006:339).

Erkul (2014)'un konut tercihleri ile kültürel sermaye ilişkisini incelediği çalışmasında Ankara ilinde katılımcıların mekansal tercihlerini belirleyen faktörler ele alınmıştır. Buna göre, şehirdeki yeni yerleşim alanlarındaki hareketliliğin bireylerin tercihleri ile olan ilişkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında bireylerin konut seçimlerinde ve kentsel mekanla olan ilişkilerinde kültürel sermaye özelliklerinin etkisinin bulunduğu

gözlenmiştir. İki sitenin karşılaştırıldığı sonuçlar Bourdieu'nun kültürel sermaye kavramı çerçevesinde ele alınmıştır (Erkul, 2014:645).

Ekşioğlu (2012) çalışmasında kültürel sermaye ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Türkiye için kültür ile ilgili faaliyetlerin çarpan etkisini hesaplamak ve müzeler örneği üzerinden sosyal fayda ve kentsel dönüşüm katkılarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmada, girdi, çıktı ve fayda-maliyet analiz yöntemleri kullanılmıştır. Kültür ile ilgili faaliyetlerin sektörel çoğaltan katsayısı 1.7 olarak hesaplanmış, müzelerin ise sosyal faydalarının toplum refahı için önem arz ettiği sonucuna varılmıştır.

Arslankan (2008)'ın çalışmasında 20. yy başındaki göçler ele alınmıştır. Göçler ve mübadele neticesinde ortaya çıkan sosyal ve fiziksel dönüşüm incelenmiştir. Göç sürecini yaşamış olan Ege Bölgesinde yerleşim yerleri örneklem olarak değerlendirilmiştir. Kişilerin ya da bütün bir toplumun yaşam biçimlerinin ilişkiler ve sermaye ağları ile şekillendiği, göçler ile kültürel sermayenin aktarımına uğradığı sonucuna ulaşılmıştır.

Lodrik (2013), İstanbul'da yaşayan, farklı mesleklerden, itibarlı, orta yaş grubundan, üst ve orta üst sınıfı kişilerin 1980 sonrası tüketim ve tüketim biçimleri incelemiştir. Nitel araştırma yöntemleri tercih edilmiştir. Ev seçimi, tatil alışkanlıkları, yeme içme özellikleri, kitap tercihleri gibi tüketim alışkanlıklarının kültürel sermaye bağlamında değişiklik gösterdiği belirlenmiştir.

Cerit (2012), İzmir ilinde faaliyet gösteren Latin Dans Kurslarından veri elde ederek tamamladığı çalışmasında Latin danslarına olan ilginin nedenlerini Pierre Bourdieu'nun kültürel sermaye kavramıyla çözümlemeye odaklanmıştır. 75 kursiyerle görüşme yapılmış, dans okullarının ve kurslarının derslerine katılıp incelenmiş, her farklı dans kursuna ait gecelerde ve etkinliklerde gözlem yapılmıştır. Dans kurslarında yapılan gözlemler ve kursiyerlerle yapılan görüşmeler sonucunda dans kursuna katılmanın, dans etmeyi öğrenmenin kendileri için önemli bir sosyal etkinlik olduğu ve bu beceriden ötürü önemli bir kültürel sermayeye sahip oldukları belirlenmiştir.

Kip (2010), Türkiye'de üst seviyede sosyal grupta bulunan dolayısıyla üst seviyede kültürel sermayeye sahip olması beklenen grupla, alt seviyedeki sosyal grupta bulunan dolayısıyla alt seviyede kültürel sermayeye sahip olması beklenen grup arasında, TV izleme davranışları açısından kültürel bir hiyerarşi oluşturacak şekilde, istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını araştırmıştır. Sonuçlara göre, gruplar arasında izlenme oranlarında farklılıklar gözlense de, bu farklılıkların üst alt kültür gibi bir ayrımı ortaya koyacak bir şekilde olmadığı görülmektedir. Bununla beraber, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de TV izleme davranışları, cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre, ramazan dönemiyle Ocak-Haziran dönemi arasında da izleme davranışı açısından farklılıklar vardır. Ünal (2004), Bourdieu'nun biyografisi ve genel bilim anlayışı, sosyolojiye bakışı ve sosyoloji yapma biçimini incelemiştir. Bourdieu, "*renkler ve zevklerin tartışılmayacağı*"nı ileri süren yaygın anlayışın tersine, sosyolojinin, büyük ölçüde bireysel olarak algılanan pratiklerde sosyal bir mantık bulabileceğini göstermektedir.

Throsby (1999), çalışmasında ekonomistlerin sermaye kavramının türlerini üç boyutta ele aldıklarını ve bunların fiziksel sermaye, beşeri sermaye ve doğal sermaye olduğunu ancak dördüncü sermaye türü olarak da kültürel sermayenin dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Buna göre, kültürel sermaye kültürel değerleri içeren varlık olarak adlandırılmaktadır. Çalışmada kültürel sermaye ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiler ele alınmış ve kültürel değerlerin ekonomik kazanımları nasıl artırabildiği üzerinde durulmuştur (Throsby, 1999:3).

Arun (2009) çalışmasında kültürel sermaye dağılımlarının yaşam şanslarını nasıl düzenlediği ele almış ve 2004 yılına ait Avrupa Yaşam Kalitesi veri seti kullanmıştır. Modernleşme sürecinde izlenen politikaların toplumsal düzeyde kültürel eşitsizliklere zemin oluşturduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca kültürel sermayenin toplumsal eşitlik noktasında önem arz ettiğini belirtmiştir.

Baran (2008), kültürel sermayeyi ele aldığı çalışmasında sosyalizasyon süreci ve yaşam kalitesi kavramlarını incelemiştir. Buna göre, sosyalizasyon bireylerin ait oldukları gruba, topluluğa uyum sağlama çabalarını ifade etmektedir. Ancak bireylerin sahip oldukları

kültürel sermaye kendi yaşam kalitelerini anlamaları bakımından önem arz etmektedir. Bireylerin yaşam kalitesi algıları ile sosyalizasyon süreçleri arasında ise ilişkinin varlığından söz edilmektedir (Baran, 2008:86).

Çelik (2014) çalışmasında moral (ahlaki) sermaye hakkında bilgi vermektedir. Maddi olmayan sermaye türleri arasında moral sermayenin bulunması gerektiğinden hareketle yüksek statüye sahip ailelerin çocukları için daha etkin eğitim hizmetlerinden yararlanma imkanına eriştiğini ancak bu durumun düşük statüye sahip ailelerde ise daha düşük düzeyde gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla bu durumun düşük statüye sahip ailelerdeki öğrenciler için bir risk ortamı oluşturduğu belirtilmektedir. Ayrıca, ahlakın yani moral sermayenin güven ortamının oluşmasına yapacağı olası katkılar düşünüldüğünde parasal yatırım için uygun bir zemin hazırladığı ifade edilmektedir (Çelik, 2014:68).

Kapu (2008), bilim insanları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında sosyal sermaye konusunu ele almış ancak beşeri ve kültürel sermaye ile olan ilişkisini incelemiştir. Sosyal sermayenin örgütler için öneminin vurgulanmak istendiği çalışmada sosyal sermayenin örgütlerdeki öngörü yeteneğinin gelişmesindeki rolü açıklanmak istenmektedir. Elde edilen sonuçlara göre sosyal sermaye örgütlerdeki öngörü yeteneğini artırmaktadır. Sosyal ilişkiler zayıf bağların güçlenmesini sağlamakta bu durum da işlem maliyetlerinde azalma sonucuna ulaşmaktadır. Beşeri sermaye sosyal sermaye ile kıyaslandığında bireyseldir. Sosyal sermaye ise kolektif bir çalışma gerektirmektedir. Kültürel sermaye özelliklerinden dil, değerler vb özellikler ise beşeri sermaye ile doğrudan ilişkili olmakla birlikte sosyal sermaye aracılığıyla da diğer bireylerle olan ilişkilerde kullanılmaktadır (Kapu, 2008:286).

Nohl ve arkadaşları (2011) ülkelerin yürüttükleri göç politikalarını ele aldıkları çalışmalarında dört ülkeden biri olarak Türkiye'yi çalışma alanlarına dâhil etmişler ve genellikle ihmal edilmiş olan yüksek vasıflı göçmenlerin kültürel sermaye özelliklerine değinmişlerdir. Çalışmada, yüksek vasıflı göçmenlerin iş gücü piyasasına entegrasyonları ele alınmaktadır. Bourdieu'nun kültürel sermaye konsepti çerçevesinde beşeri sermayenin nesnel olarak mevcut olmaması sebebiyle kültürel sermaye değerinin toplum tarafından değerlendirildiğine vurgu yapılmaktadır (Nohl vd., 2011:12). Tablo 2.1'de Kültürel Sermaye konulu lisansüstü tezlerle ilişkin bilgilendirme sunulmaktadır.

Tablo 2.1 Kültürel Sermaye Konulu Lisansüstü Tezler

Tezin Adı	Yazarı	Alanı	Yılı	Üniversitesi
Reflections of Cultural Capital on Exchange of Populations: The Case of Çeşme and Alaçatı	Ali Aslankan	Mimarlık	2008	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Ekonomik ve Kültürel Sermaye Sahibi Sınıfın 1980-2000 Arası Tüketim Pratikleri	Sima Lodrik	Sosyoloji	2013	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Kültürel Sermaye ve Ekonomik Kalkınma Arasındaki İlişkinin Girdi Çıktı Analizi ve Fayda Maliyet Analizi Yöntemleri İle Türkiye İçin Değerlendirilmesi	Şefika Zeynep Ekşioğlu	Ekonomi	2012	Kadir Has Üniversitesi
Kültürel Sermaye Bağlamında İzmir'de Latin Dans Kursları	Şirin Cerit	Sahne ve Görüntü Sanatları	2012	Dokuz Eylül Üniversitesi
Kültürel Sermaye ve Televizyon İzleme Alışkanlıkları	Sema Misci Kip	Radyo-Televizyon	2010	Ege Üniversitesi
Sosyal Tabakalaşma Bağlamında Pierre Bourdieu'nün Kültürel Sermaye	Ahmet Zeki Ünal	Sosyoloji	2004	Hacettepe Üniversitesi

Kaynak: YÖK Tez Merkezi, Erişim Tarihi: 08.08.2015

Tablo 2.1'de görüldüğü üzere kültürel sermaye konulu lisansüstü tezlerin sayısı oldukça azdır ve bu sayı konunun önemi düşünüldüğünde yetersiz kalmaktadır. Buna göre, araştırmanın kültürel sermaye konulu çalışmaların yaygınlaştırılması ve literatürde daha fazla çalışılması adına önem taşıdığı düşünülmektedir.

2.3. Beşeri Sermaye Kavramı

Adam Smith (1776), emeğin üretken güçlerindeki gelişmenin sebeplerini ve halk arasında doğal dağılışının bağlı olduğu düzeni vurguladığı Ulusların Zenginliği isimli çok bilinen çalışmasında bireylerin kendilerini belirli bir işe verdiklerinde bu iş için olabildiğince yetenekli ve zeki hale gelmelerinin mümkün olduğundan ve bu durumun öneminden bahsetmektedir. Böylelikle bireyler işlerinde yetenekli ve zeki hale gelindiğinde diğer

bireyler bu yetenekten ve zekadan doğan ürün veya hizmeti elde etmek isteyecektir. Buradaki anahtar özellik ise bir işte nitelikli hale gelmenin ekonomik değerinin olduğunun vurgulanmasıdır (Smith, 1776:18).

Stager (2000) tarafından ihtiyaçların tatmini sağlanırken işgücü potansiyelini de arttırması bakımından üretken tüketim olarak adlandırılan (Steger, 2000:367), Smith (1776)’e göre bireylerin işlerinde yetenekli ve zeki hale gelmesi şeklinde ifade edilen beşeri sermaye (human capital) kavramı, ekonomik sistem içerisinde gelir yaratan bireylerde ortaya çıkan bilgi, birikim ve diğer nitelikler olarak tanımlanmaktadır (Weiqiu, 2001:5-6). Kiker (1971)’e göre insan faktörünün bir sermaye türü olarak algılanmaya başlanması II. Dünya Savaşı’ndan sonra teorik bütünlük kazanmaya başlamıştır (Kiker, 1971:25).

Beşeri sermaye kavramının ekonomik anlamdaki etkilerini ve verimliliğe olan etkisini ele alan Schultz (1961), çalışmasında insan olgusunun ulusların zenginliğinde önemli bir faktör olduğunu ve bu durumun ekonomistlerce uzun süreden beri bilindiğini belirtmiştir. Ancak ekonomistlerin vurgulamadığı gerçeğin insanların kendilerine yatırım yapabildikleri ve bu yatırımların çok büyük ölçekte geliştiği şeklinde olmuştur. Ayrıca, ekonomistlerin soyut kavramlarla ilgilenme konusunda isteksiz davrandıklarını ve bu tür bir yatırım konusunda cesaretsiz olduklarını vurgulamıştır (Schultz, 1961:2).

OECD tanımlamasına göre, beşeri sermaye iktisadi refahın artırılması bağlamında bireylerin sahip oldukları yetenekleri ifade etmektedir. Beşeri sermaye kavramının ortaya çıkışı 1950’lilerin sonunda ekonomistlerin büyüme kavramı içerisinde eğitimin ve uzmanlığın rolünü ifade etmeye başlamalarıyla gerçekleşmiştir. Buna göre, bireylerin eğitimlerine yatırım yapılarak uzun vadeli getiri elde edilebileceği ve beceri-kabiliyet stoku yaratılabileceği ileri sürülmüştür. Bu yatırımın sadece bireye değil aynı zamanda ulusal ekonomilere de katkıda bulunabileceği ifade edilmiştir. Bu bakımdan beşeri sermaye kavramı, “bireylerin genel ve mesleki eğitim yoluyla edindikleri beceri ve öğrenim ile kendi doğal yetenek ve kabiliyetlerinin bir bileşimini” kapsamaktadır (OECD, 2007:2).

Becker (1993), çalışmasında eğitim, sağlık ve beceri kazanımına yönelik harcamaların fiziki sermayeyi değil beşeri sermayeyi geliştirdiğini ifade etmektedir. Bu durumun bir sebebi olarak da fiziki sermaye unsurlarının bireylerden ayrıştırılabildiğini ancak beşeri sermaye unsurlarının bireylerden ayrı tutulamayacağı ifade etmiştir (Becker, 1993:16). Beşeri sermaye kavramı bireylerdeki yeteneği ve zekayı ifade ederken aynı zamanda bireylerin örgütleri için ortaya koydukları değeri de ifade etmekte ve örgütsel rekabet için zaruri bir özellik olarak tanımlanmaktadır (Baron ve Armstrong, 2007:5).

Schultz (1961), toplumların içinde bulundukları ekonomik gelişme ve kalkınma sürecinde yaşanan birçok çelişkinin, insana yapılan yatırımlar neticesinde aşılabileceğini ve karşılaşılan sorunların bu doğrultuda çözülebileceğini vurgulamıştır. Bu duruma örnek olarak aynı meslek grubunda bulunan kişiler arasındaki ücret dengesizliklerinin muhtemel sebeplerinin başında eğitim ve sağlık gibi insana yapılan yatırımların bulunduğunu işaret etmiştir. Buna göre, insan kaynakları hem niceliksel hem de niteliksel unsurlar barındırmaktadır. Çalışanların sayısı, çalışılan saatin oranı, işgücüne katılımın oranı gibi ifadeler elbette nicel özellikleri ifade etmektedir. Ancak, yetenek, bilgi ve benzer özellikler üretkenlik bağlamında beşeri yetenekleri daha fazla etkilemektedir. Bu tür özellikler beşeri çabanın üretkenlik değerinde de artışına neden olmaktadır (Schultz, 1961:4-8).

Marvel ve Lumpkin (2007), beşeri sermaye ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, beşeri sermaye kapsamında iki önemli faktör ortaya çıktığını belirtmiştir. Bunlar bireylerin girişimcilik süreçlerinde önemle üstünde durulması gereken bireysel bilgi düzeyleri ve deneyimleridir (Marvel ve Lumpkin 2007:809). Bireyler girişim fırsatlarını algılayış şekillerine göre ayrılmaktadır. Bazıları girişim fırsatlarını kolaylıkla görürken bazıları da bu fırsatlara erişmekte zorlanmaktadır. Bilgi düzeyi bu bakımdan önem arz etmekte ve girişimcilikte anahtar rol üstlenmektedir. Shane (2000), çalışmasında bireylerin sahip oldukları bilgi düzeylerinin bazı girişimcilik fırsatlarının algılanmasında kendilerine avantaj sağladığı yönünde bir bulguya erişmiştir. Yani girişimci adayları sahip oldukları beşeri sermaye özelliklerine göre bazı fırsatlara daha kolay erişmekte görülmeyeni daha kolay görebilmektedirler. Çalışmada elde edilen bulgulara göre bireylerin deneyimleri ya da eğitimlerinden oluşan bilgi düzeyleri yani beşeri sermayeleri girişimcilik özelliklerini etkileyebilmektedir (Shane, 2000:451-452).

Ekonomik kalkınma noktasında beşeri sermaye özellikleri fiziki sermayenin verimliliğini artırmakta ve olumlu yönde etkilemektedir. Bu durumun açıklaması ise bireylerin niteliklerinde gerçekleşen artışın ekonomik sürece sunacağı katkılar olarak ortaya çıkması olmaktadır. Bu katkıların en önemli sebebi ise insanın sermaye unsuru olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır. Buna göre, beşeri sermaye üretim faktörlerinin bir araya getirilip üretimin gerçekleştirilmesinde, örgütsel yapının kurulmasında ve yeni üretim yöntemlerinin oluşturulmasında önemli etki sağlamaktadır (Gümüş, 2004:8-10).

Schultz (1961)'a göre beşeri sermaye atıl durumda bırakıldığında kendi özelliğini yitirmekte ve gerilemektedir çünkü işsizlik olgusunun ortaya çıkması çalışanların edindiği yetenekleri zayıflatmaktadır. Bu durum, işsizlik gibi sebeplerle kullanılamayan beşeri yeteneklerin sönme evresine girebileceği şeklinde yorumlanabilmektedir. Ayrıca, kazançlarda oluşacak kayıplar uygun ödemelerle yerine getirilebilmekte ve telafi edilebilmeyken, bu durum beşeri sermayenin zarar görmesini engelleyememektedir. Gelişmemiş ülkelerin ekonomik refah düzeyine ulaşmaları ancak beşeri sermayeyi dikkate almaları ile mümkün olmaktadır. Ekonomik sistemin en belirgin özelliği beşeri sermayedeki büyüme olarak karşımıza çıkmaktadır (Schultz, 1961:15-16).

Son yıllarda beşeri sermaye kavramının önemli hale gelmesinde bir kaç sebepten söz edilebilmektedir. Üretim sektöründe veriye, bilgi üretimine ve yönetimine dayalı bir ekonomik sistemin ortaya çıkmış olması, küreselleşmenin bireylerin çalışma biçimlerini değiştirmesi ve nitelikli işgücünün anlam kazanması ve son olarak da toplumların giderek yaşlanmasına bağlı olarak ortaya çıkan sosyo demografik değişimler beşeri sermayenin giderek önemli hale gelmesinde büyük rol oynamaktadır. Bu sebeplerden dolayı, formal eğitim ve mesleki eğitim süreçlerinin bireylerin beşeri sermaye oluşumlarında ve daha sonra bu sermayenin kullanılması üzerinde büyük etkiye sahip olmaları bakımından hassasiyetle ele alınması gerekmektedir (OECD, 2007: 3-4).

Maddi olmayan sermaye türü olarak beşeri sermaye, bazı temel özellikleri bakımından fiziki sermaye unsurlarından ayrılmaktadır. Beşeri sermaye maddi sermaye unsurlarının aksine statik değil dinamik bir özellik sergilemektedir. Değişime uygun yapıya sahip oluşu bireylerin de değişime maruz kalmalarıyla ve sürekli yenileşmeye maruz kalmaları ile ilgili

olmaktadır. Sürekli değişimin olduğu beşeri sermaye bu bakımdan saklanması mümkün olmayan bir sermaye türüdür ve kullanılmadığı her bir an bu sermaye türünde kayıpların yaşanması muhtemel görünmektedir. Ayrıca beşeri sermaye kullanım anlamında farklılaşmakta, bireysel bir varlık olması bakımında fiziki sermayeden ayrılmaktadır. Dolayısıyla kullanım alanı tamamen bireyin kararlarına bağlı olduğu için fiziki sermaye unsurlarının sermaye sahiplerinin kontrolünde oluşu bakımından farklılık göstermektedir (Karagül, 2002:82-83).

2.3.1. Beşeri Sermaye ve Eğitim

Eğitim, bireylerin mevcut görevleri yerine getirmesine ve yeni görevleri öğrenmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca bireylerin bilgiyi alıp işlemesine, bilgiler arası koordinasyonu sağlamasına, durumları değerlendirmesine ve değişen koşullara uygun karar almasına imkan sağlamakta, öznel belirsizliği azaltıp yeni teknolojilere uyum sağlamasına imkan vermektedir (Lau vd., 1991:2)

Fiziki sermayenin aksine beşeri sermaye, örgütlerde üretimin artmasında etkili olan ve maddi olmayan varlıkları ifade etmektedir. Ayrıca farkında olsun ya da olmasın bireyler de aslında kendi beşeri sermayelerini oluşturmaktadır. Bireyler, herhangi bir hizmeti alarak, resmi ya da özel biçimde eğitilerek, öğrenimlerini sürdürerek ya da herhangi bir dışsal edinim veya kazanım sağlayarak kendi beşeri sermayelerinin oluşumunu sağlamaktadır. Bireyler ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla aldıkları hizmetin veya ürünün bedelini öderken aslında ülkelerinin ekonomik, sosyal ve toplumsal süreçlerine de katkıda bulunmaktadır. Bu ürünler ve hizmetler bireyler için tüketim anlamına gelirken aynı zamanda üretkenliği de sağlamaktadırlar. Dolayısıyla bireylerin beşeri sermayelerinin devamlılığı için gösterdikleri çaba aslında ekonomik sermayenin devamlılığını da sağlamaktadır. Bu bakımdan beşeri sermaye kavramı ihtiyaçların tatminini sağlarken üretken işgücü potansiyelini de arttırdığı için “üretken tüketim” olarak da adlandırılabilir (Steger, 2000:367-368).

Beşeri sermaye, bireylerin bilgi ve becerilerin tümünü ifade etmesi bakımından bilginin eğitim yoluyla edinimi beşeri sermaye bağlamında eğitimi vazgeçilmez kılmaktadır.

Ayrıca eğitim unsuru beşeri sermayeye artan verimlilik özelliği katmaktadır (Türkmen 2002: 67). Bireyin yaşadığı toplumda yetenek, tutum ve davranış kalıplarını geliştiren sürelerin bir toplamı olarak ifade edilen eğitim, beşeri sermayenin oluşturulmasında büyük bir paya sahiptir ve bu paydaki görevini sosyal, siyasi ve ekonomik işlevleri ile yerine getirmektedir (Tezcan, 1985:4).

Eğitimin toplumların ekonomik kalkınmalarına yaptığı katkılar düşünüldüğünde işgücünün bireysel bilgi ve yeteneğin gelişmesinde, uzmanlaşmanın sağlanmasında, etkin kaynak kullanımının yaratılmasında etkili olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal engellerin kaldırılması ve bireylerin risk alarak örgütsel yeteneğin artmasına da katkıları bulunmaktadır (Lim, 1996: 47).

Schultz (1961), çalışmasında eğitim olgusunun diğer sermaye türleri gibi bir yatırım aracı olarak görülebileceğini ifade etmiştir. Yani eğitime harcanan giderlerin aslında gelecek için yapılan bir yatırım olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca eğitimin toplumların ekonomik kalkınmalarındaki çeşitli etkilerinden bahsetmiş ve eğitimin ekonomiyi etkilemesi bağlamında bugünkü ve gelecekteki tüketim ile gelecekteki üretimin eğitim yoluyla artış gösterebileceğini ve bu üç olgunun birbirleriyle etkileşim içerisinde olduğunu belirtmiştir (Schultz, 1961:10).

Becker (1994), çalışmasında neredeyse yüze yakın ülkeden elde edilen deneyimler ve veriler ışığında, eğitim yatırımlarının kişi başına düşen gelir ile yakından ilgili olduğunu ve eğitime yapılan yatırımların toplumların milli gelir düzeylerine etkide bulunduğunu belirtmiştir. Eğitimin beşeri sermaye özelliklerini etkilediği gerçeğinden hareketle eğitimin fazla olduğu ülkelerde ekonomik büyümenin daha hızlı gerçekleştiğine ilişkin kanıtların yeterli düzeyde olduğunu ifade etmiştir (Becker, 1994: 325).

2.3.2. Beşeri Sermaye ve Sağlık

Dünya Sağlık Örgütü, 1946 yılında 61 devletin katılımıyla imzalanan bildirgede belirttiği üzere sağlık kavramını ve sağlıklı olma halini; hastalık ya da sakatlığın yoksunluğu olarak

değil, bireylerin fiziksel, ruhsal ve sosyal bakımdan tam bir iyilik halinde bulunmaları olarak ifade etmiştir (DSÖ, 1946; aktaran Sağlık Bakanlığı, 2011:1).

Lustig (2006), sağlık kavramını hastalıksız geçirilen bir süreçten ziyade bireylerin hayatları boyunca kendi potansiyellerini geliştirme kapasitesi olarak ifade etmekte ve sağlıklı olmanın aslında ekonomik refaha ulaşmada bir kaynak olarak görülebileceğini belirtmektedir (Lustig, 2006:1). Ayrıca Elmi ve Sadeghi (2012), sağlık ile ekonomik kalkınmanın ilişkisi hakkında ekonomik büyümenin sağlık düzeyini artırabildiği üzerine görüşler sunulmaktadır. Bu durum, ekonomik büyüme ile artan kişi başına düşen gelirin toplum içerisinde kaliteli ve sağlıklı gıda tüketiminin artmasına neden olabileceğini ve ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesiyle teknolojik ilerlemenin artacağını ifade etmektedir. Ekonomik kalkınmanın gerçekleştiği toplumlarda ise teknolojik gelişmelerin eşliğinde tıp biliminde yaşanan ilerlemelerin toplumsal sağlığın elde edilmesinde etkili olacağını vurgulamıştır (Elmi ve Sadeghi, 2012:88).

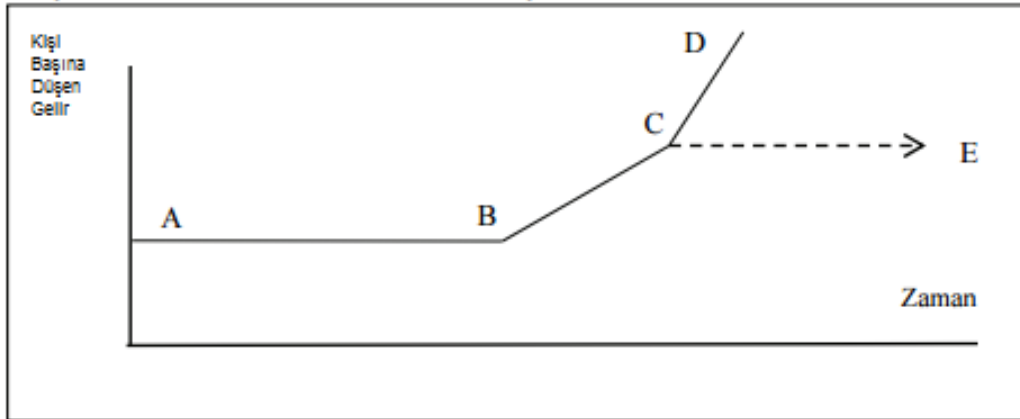
Bulutoğlu (2003), sağlık hizmetlerini tedavi edici ve önleyici olarak sınıflandırdığı çalışmasında; tedavi edici sağlık hizmetlerinin amacını bireylerin iyileştirilmesi olarak ifade etmiştir. Bu noktada bireyin tedavi edilmesine ek olarak, hasta bireyin çevreye zarar verebilme ihtimalini de ortadan kaldırırken toplumsal fayda yaratıldığının altı çizilmektedir. Diğer bir tedavi türü ise önleyici sağlık hizmetleri olarak tanımlanmıştır. Buradaki amaç, bireylerin doğrudan yararlandığı ve dolayısıyla toplumun da doğrudan yararlandırıldığı bir hastalık önleme hizmetinden bahsedilmiştir (Bulutoğlu, 2003:263).

Schultz (1961), sağlık aktivitelerinin hem niceliksel hem de niteliksel anlamda ekonomiye katkısının olabileceğinden bahsetmiştir. Bireylerin sağlıklarının iyi durumda olmasının nüfus artışının gerçekleşmesi anlamında etkili olduğunu belirtmiştir ki bu durumu niceliksel olarak açıklamıştır. Ayrıca özellikle gelişmemiş ülkelerde karşılaşılan bir sorun olarak daha iyi gıda ve barınma olanaklarının sağlık aktivitelerindeki ilerlemeler sayesinde sağlanabileceğini ifade etmiştir (Schultz, 1961:9).

Karagül (2002)'e göre toplumların sağlık hizmetleri bakımından gelişmiş düzeyde oluşları yaşam süresi ortalamalarını da olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum aktif biçimde üretim sürecinde bulunan bireylerin sayısında artışı da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, sağlık hizmetlerindeki artış dolaylı olarak beşeri sermayenin artışı etkilemektedir. Bu durumun bir kanıtı olarak da sağlık durumu iyi olan bireylerin daha verimli çalışabildiklerinin tespit edilmiş olmasından kaynaklanmaktadır (Karagül, 2002:172).

2.3.3. Beşeri Sermayenin Önemi

Büyümenin itici gücünün sağlanması ancak insana yapılan yatırım yoluyla olmaktadır. Beşeri sermaye sayesinde ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesi ülkelerin beşeri sermaye stoklarının hesaplanmasını gündeme getirmiştir (Kozlu, 1995:13). Haynes ve Hillman (2010) çalışmalarında bir işletme yöneticisine ait beşeri sermayenin deneyimden, uzmanlıktan, bilgiden ve yeteneklerden oluştuğunu ifade etmektedir. Bu özellikleri sayesinde yönetici, dışa dönük kaynak bağımlılıklarını ve işletme performansını daha iyi yönetebilmektedir (Haynes ve Hillman, 2010:1146). Orta gelire sahip ülkeler, düşük gelirli ülkeler ile teknolojiye ilerlemiş ve yeniliklere hâkim olan yüksek gelire sahip ülkeler arasında sıkışıp kalmıştır. Bu durum orta gelir tuzağı olarak ifade edilmektedir (Gill ve Kharas, 2007:4). Bu doğrultuda Tho (2013)'nün bir ekonomideki kalkınma aşamalarının nasıl oluştuğunu ve orta gelir tuzağına ne aşamada nasıl düşüldüğünü sembolize eden ve bu durumu beşeri sermaye ile ilişkilendirdiği şekil aşağıda sunulmaktadır.



Şekil 2.4. Bir ekonominin gelişim evreleri (Tho, 2013:4)

Şekil 2.4'te görüldüğü üzere, ekonomiler dört farklı grupta incelenmekte, 1. grup düşük gelirli ekonomileri, 2. grup orta gelir seviyesin uzun süre önce ulaşmış ekonomileri, 3. grup orta gelir tuzağına yeni erişmiş ekonomileri ve son olarak da 4. grup yüksek gelirli ekonomileri açıklamaktadır. Ayrıca şekildeki harflendirmeler de grupları ifade etmekte, orta gelirden bulunan ekonomiler C noktası ile gösterilmektedir. Bir ekonomi, B noktasından C noktasına ulaşırken sanayileşmeye başlamaktadır ancak C noktasından sonraki süreç çok önemli hale gelmektedir. C noktasından D noktasına geçebilmek yani orta gelir tuzağına düşmemek için ülkelerin eğitime ve sağlığa önem vermeleri gerekmektedir. Dolayısıyla bu ülkelerin teknolojik yapılarını ve beşeri sermayelerini yenilemeleri önem arz etmektedir (Tho, 2013: 5-6).

Kharas ve Kohli (2011) çalışmalarında orta gelir tuzağında bulunan toplumları kastederek sermayeye dayalı büyüme stratejilerine odaklanılmasının, verimliliğin esas alınmamasının ve talep yönlü politikalara geçiş yapılmamasının orta gelir tuzağına takılıp kalınmasında en büyük etmenler olduğunu ifade etmiştir (Kharas ve Kohli, 2011: 281). Beşeri sermaye, ekonomik büyümeyi etkilemektedir. Sürdürülebilir ekonomik büyüme verimliliğe dayanmakta, üretimin ve verimliliğin artışı ise büyük ölçüde üretim sürecindeki girdilere yani beşeri sermayeye bağlı olmaktadır. Beşeri sermayeye yapılan yatırımlar, verimliliğe olan etkisi sebebiyle uygun işgücünün ortaya çıkmasına etkili olmaktadır (Gundlach, 1999:206). Literatürdeki uygulamalı çalışmalar beşeri sermaye ile ekonomik büyüme arasındaki birçok ilişkiyi incelemiş, beşeri sermayenin ekonomik kalkınma noktasında maddi sermaye unsurlarından daha fazla etkiye sahip olduğu kanaatine ulaşmışlardır (Çakmak ve Gümüş, 2005:64).

2.3.4. Beşeri Sermaye Kapsamında Ön Bilgi ve Deneyim

Becker (1964)'a göre beşeri sermaye kavramının iki önemli yapıtaşı bulunmaktadır. Bunlar bilgi ve deneyim olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar beşeri sermaye kapsamında bilgi ve davranışların girişimcilğe etkileri üzerine çalışmalar yapılmış olsa da beşeri sermayenin girişimcilik sürecindeki rolü hakkında bilgi düzeyimiz hala kısıtlıdır. Girişimcilikte fırsatların algılanması önem taşımaktadır. Beşeri sermaye kavramı ise fırsatların algılanması noktasında araştırmacıların ilgisi çeken konular arasında

gelmektedir. Bireyin bilgi düzeyi, girişimcilik yeteneklerini etkilemektedir. Dolayısıyla girişimcinin ön bilgi seviyesinin yüksek oluşu girişimcilik sürecindeki fırsatları algılayabilmesi için bir bilgi koridoru görevi üstlenmektedir

Schumpeter (1934)'a göre teknolojik değişimler girişimciliği doğrudan etkileyen yeni süreç, ürün ve pazarların yaratılmasına imkan vermektedir. Girişimcilik sürecinde fırsatların keşfedilmesi büyük önem taşımaktadır çünkü fırsatlar girişimcilere paketlenmiş biçimde sunulmamaktadır (Schumpeter, 1934:66). Fırsatlara erişim bazı bireyler için oldukça kolay bir süreci ifade ederken bazıları için zorluklara neden olmaktadır. Bu durumun nedeni olarak bireylerde bulunan bilgi düzeyleri gösterilmektedir. Bireylerin sahip olduğu bilgi birikimi kendine özgü olmakta ve kişiden kişiye bu birikim seviyesi değişmektedir. Bilgi kavramının olasılıklı bir süreç dâhilinde yayılması bu durumun bir sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır. Her bireyde bilgi düzeyinin değişiklik göstermesi, her bireyin fırsatları algılama aşamasında kullandığı bilgi koridorlarının da değişik seviyelerde olmasını sağlamaktadır. Bireyin ön bilgi düzeyi kişisel deneyimlerinden ve eğitim süreçlerinden meydana gelmektedir ve girişimciliğin oluşmasında önem taşımaktadır (Shane, 2000:451-452).

2.3.5. Beşeri Sermaye İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi

Acaroğlu (2005), beşeri sermayenin iller düzeyinde kalkınmaya etkisini araştırmış ve Devlet İstatistik Enstitüsü'nün 1994 yılı Hane Halkı gelir ve Tüketim Anketi'nde yer alan ücret ve eğitim değişkenlerinden yararlanmıştır. Bu sayede önemi sıkça vurgulanan beşeri sermaye kavramının çalışmanın gerçekleştiği dönem itibarıyla kalkınmaya etkisini ve bu durumun toplum için ne derece önemli olduğunu belirtmeye çalışmıştır. Araştırma sonunda elde ettiği sonuçlara göre beşeri sermaye, gayrisafi milli hasılaya büyük katkı sunmaktadır.

Tepecik (2000)'in çalışmasında Eskişehir Sanayi Odası tarafından belirlenen listeden seçilen iş yerlerinde, bireylerle yüz yüze görüşülerek anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Sanayi sektörü ücretli çalışanları arasında ücret farklılıklarını belirlemeye yönelik beşeri sermaye özelliklerinin etkisi incelenmiştir. Beşeri sermaye unsurlarından eğitim ve iş

başında eğitimin bireylerin gelirlerinde etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Tepecik, 2000:183).

Daşdemir (2008)'in 27 AB üyesi ülkenin 1990-2005 dönemi yıllık verileri kullanıldığı çalışma incelendiğinde; ekonomik büyüme amacı taşıyan toplumlarda beşeri sermaye oldukça önemli bir yer tutmakta olduğu ve beşeri sermaye unsurları arasında eğitimin büyük önem taşıdığı belirtilmektedir (Daşdemir, 2008:157). Peker (2011)'in çalışmasında verilerin elde edilmesi amacıyla Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde görev yapan vali, vali yardımcısı ve kaymakamlara yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Nitel veri toplama yöntemlerinin de kullanıldığı çalışmada açık uçlu sorulara verilen cevaplar incelenmiş ve tezin gerçekleştirildiği güneydoğu Anadolu bölgesinin beşeri sermaye engelleri bağlamında güvenlik, coğrafi koşullar, gelenek ve görenekler, kadın olgusuna bakış gibi engeller belirtilmiştir (Peker, 2011:92).

Bozkurt (2009), bölgesel bazda değerlendirmelerin amaçlandığı çalışmasında 1992-2001 döneminde Türkiye ekonomisinin büyüme kaynakları içinde beşeri sermayenin payı Genişletilmiş Solow modeliyle oluşturmaya çalışmıştır. Eğitim seviyesinin ve beşeri sermaye yüksekliğinin bireylerin sosyal sermayelerinin gelişimi açısından önem arz ettiği belirtilmiştir (Bozkurt, 2009:90). Peran (2008)'in çalışmasında literatür taramalarının yansıra, beşeri sermaye faktörlerinden eğitim ve sağlık boyutları ele alınmış ve kalkınma planları verilerinden yararlanılmıştır. Ülkemizde sağlık yatırımlarının koruyucu nitelik taşımadığı ve yatırımların yetersiz kaldığı belirtilmiştir. Koruyucu sağlık hizmetlerinin tamamının kamuya ait olduğunu ve bu konuda özel sektörü teşvik edecek girişimlerin yapılması gerektiğini vurgulamıştır (Peran, 2008:68).

Cengiz (2013), Japonya üzerine 1980- 2011 yılları arasındaki verileri kullanarak uygulamalı bir çalışma gerçekleştirmiş beşeri sermaye unsurlarından eğitim harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini belirtmiştir. Sağlık harcamalarının ise ekonomik büyümeye anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır (Cengiz, 2013:118). Atacan (2004) çalışmasında ülkemizin ARGE altyapısı bakımında yeterli düzeyde olmadığını, ülkesel kalkınma düzeyini belirleyen Eğitim, sağlık, beslenme ve barınma gibi veriler dikkate alındığında beşeri sermaye indeksine göre orta sıralarda yer aldığını belirtmiştir. Çalışmada eğitimin

verimliliği arttırma yönündeki etkisine dayanarak özellikle iş başında eğitime verilen hassasiyetin artması gerektiğini vurgulanmıştır (Atacan, 2004:146).

Aşık (2007), uzun dönemli büyüme oranlarını etkileyen unsurların araştırıldığı çalışmada beşeri sermaye ile büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ülkelerin sermaye yatırımlarına önem vererek büyüme oranlarını artırabilecekleri sonucuna ulaşmış ancak analiz edilen veri seti bağlamında beşeri sermayenin büyüme üzerine etkisi olmadığı görülmüştür (Aşık, 2007:124). Ertaş (2010) çalışmada beşeri sermaye yatırımlarının gelir dağılımında etkiye sahip olduğunu belirtmiş eğitimin artışı ile gelirlerin arttığı sonucuna ulaşmıştır. Ülkemizin nitelikli iş gücü eksikliği olan bir ekonomiye sahip olduğunun ifade edildiği çalışmada gelir durumu düşük kişilere doğrudan destek vererek beşeri sermaye artırımı beklemenin yanlış olduğu, tam tersine beşeri sermaye unsurlarından eğitimi transfer harcaması gibi kullanarak yoksulluktan kurtulmalarını sağlamanın daha akılcı olduğu vurgulanmıştır (Ertaş, 2010:83).

Meçik (2010) Eskişehir ilinde gerçekleştirdiği çalışmada eğitim yatırımlarının bireylerin beşeri sermaye özelliklerinin ve dolayısıyla gelir düzeylerinin artması noktasında etkili olduğundan bahsetmektedir. Ancak yükseköğretim kurumlarının fazlaşması nedeniyle lise mezunları ile gelir farkının azalmasına ilişkin bir sonucun ortaya çıktığını vurgulamıştır (Meçik, 2010:90). Şimşek (2014), sekiz yıllık kesintisiz eğitim modelinden Kesintili Eğitim Modeli'ne geçilmesinin beşeri sermayenin geliştirilmesi için eğitim sisteminde yapılan önemli bir değişim olduğunu belirttiği çalışmada, ülkemizdeki beşeri sermaye artırımına yönelik devlet desteği ile okul dışı alanlarda nitelik kazandırma etkinlikleri ile desteklendiğini belirtmiştir (Şimşek, 2014:160).

Saygın (2012)'ın girişimcilikte beşeri sermaye ile bilişim ve inovasyon arasındaki ilişkiler üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, girişimcilerin beşeri sermaye özellikleri bağlamında; işletmelerini kurmadan önce ve işletmeyi kurduktan sonraki düzeyler karşılaştırıldığında istatistiki bir artışın söz konusu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, girişimcilerin müşteri bilgisi, faaliyet gösterilen pazar bilgisi, teknoloji bilgisi ve ürün bilgisine ait artış meydana gelmektedir (Saygın, 2012:131).

2.4. Sosyal Sermaye Kavramı

Günümüzde bilginin giderek önemli hale gelmesi ile birlikte yaşanan toplumsal dönüşüm örgütlerde insan unsurunu ön plana çıkardığı gibi klasik anlamıyla insanların bilgi, birikim, yetenek vb. özelliklerini açıklamaya yarayan entelektüel sermaye kavramının da yetersizliğini ortaya koymuştur. Bu kavramın oluşturduğu boşluğu ise bireylerarası ilişkileri ifade eden sosyal sermaye kavramı doldurmuştur. Sosyal sermaye, “bireyin ya da grupların sahip olduğu sosyal ilişkilerden doğan mevcut veya potansiyel kaynakların toplamı” olarak ifade edilebilmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998:243; aktaran Karadal ve Akyazı, 2014:80).

Fukuyama (2000)’ya göre sosyal sermayenin kaynakları aile ve din kavramlarından oluşmaktadır. Ancak her iki kaynağın negatif etki yaratma olasılığından bahsedilmektedir. Buna göre, ailevi bağlılığın güçlü oluşu güven duygusunu sınırlandırabileceği gibi iş hayatında diğer riskleri de beraberinde getirebilecektir. Aynı şekilde dayanışma duygusunun da dayanışma dışında kalan diğer bireyler üzerinde dışlanma gibi negatif etkiler doğurabileceğini belirtmiştir. (Fukuyama, 2000:25).

Sosyal sermaye, iktisadi bir kavram olarak toplumsal yaşamın ekonomik faaliyetlere etkisini belirlemeyi amaçlayan sosyal içerikli kavramdır. Diğer bir tanımla kişi ve kurumlar arası güvene dayalı ilişkilerin ekonomik açıdan incelenmesi sosyal sermaye olarak tanımlanmaktadır (Karagül ve Masca, 2005:38). Putnam (1993), sosyal sermayeyi yarar sağlama faydası gözetilerek ağların, normların, işbirliğinin ve güvenin oluşturulduğu organizasyonların özelliği olarak ifade etmektedir (Putnam, 1993:167). Field (2006) bireylerin kendi aralarında oluşturdukları iletişim ağları aracılığıyla birbirlerine aktardıkları normların ve değerlerin bulunduğunu belirtmesi sosyal sermaye kavramının diğer sermaye türlerinden ayrıldığı yönünü de ifade etmektedir. Buna göre bireyler toplum içerisinde karşılıklı olarak aktarılan norm ve değerler aracılığıyla karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelme noktasında ayrıcalıklı olmaktadır (Field, 2006:1).

Adler ve Kwon (2002) alışmalarında sosyal sermayenin bireylerin iş fırsatlarını yakalamalarında ve kariyerlerinde ilerlemeleri noktasında etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir. Örgütlerin ise sosyal sermayeden daha fazla sayıda personele ulaşmada ve inovasyon, personel değişimi sürecinin kolaylaştırılmasında, tedarikçi ilişkilerinin iyileştirilmesi gibi örgütsel yeteneklerin geliştirilmesinde yararlanabileceklerini belirtmiştir (Adler ve Kwon, 2002: 17). Stiglitz (1999)'e göre sosyal sermayenin oluşturulması bireylerin sarf ettikleri çaba ile doğru orantılıdır ve bunun için zaman ayrılması gerekmektedir.

Coleman (1988), sosyal sermayenin tanımının işlevine bağlı olduğunu savunmaktadır. Sosyal sermaye tek bir unsurdan ziyade, iki ortak noktaya sahip farklı unsurları işaret etmektedir ki bu unsurlar ortak sosyal yapılardan oluşmakta ve birbirlerinin belirli eylemlerini kolaylaştırmaktadırlar. Diğer sermaye türleri gibi sosyal sermaye de başarıyı mümkün kılması bakımından üretkendir. Fiziksel ve beşeri sermaye gibi sosyal sermaye de tamamıyla geri ödenebilen bir sermaye türü değildir. Diğer sermaye türlerinin aksine sosyal sermaye doğası gereği bireyler arası ilişki yapılarını barındırmaktadır. (Coleman, 1988: 97-98).

Tymon ve Stumpf (2002)'a göre sosyal sermaye, ilişkiler vasıtasıyla erişilen kaynakları ifade etmektedir. Bilgi, fırsatlar, iyi niyet, güç, güven ve işbirliği gibi unsurlar bu kaynakları teşkil etmektedir. Bireylerin sahip oldukları bağlantılar ile sosyal sermaye arasındaki farkın kaynaklar noktasında ortaya çıktığını, bireysel bağlantıların sosyal sermaye olabilmesi için kaynağa dönüşmeleri gerektiğini ifade etmektedir (Tymon ve Stumpf, 2002:13).

Sosyal sermaye düzeyinin düşük olduğu toplumlarda kontrol mekanizması için ayrıca bir oluşum gerektiği için bu durum ilave işgücüne ve zamana neden olmaktadır. Sosyal sermayenin yüksek olduğu toplumlarda ise bürokrasi azalmakta demokratikleşme ve insan haklarında iyileşme ilerlemektedir. Bu durum, ekonomik işlemlerin daha düşük maliyetlerle gerçekleşmesine imkân sağlamaktadır (Akın, 2012: 88).

Sosyal sermaye çalışmalarının disiplinler arası düzeyde gerçekleştiriliyor oluşu genel geçer bir tanımlamanın yapılmasına engel teşkil etmektedir. Farklı alanlardaki çalışmaların kendi yöntem ve metodolojilerini uygulamaları sayesinde sosyal sermaye kavramı genişlemiş ve zenginleşmiştir. Ancak genel olarak anlam birliği sağlanan ifadeler incelendiğinde bunların güven, karşılıklılık, ağ kuramları, normlar ve birliktelikler olduğu görülebilmektedir (Tüylüoğlu, 2006:16). Sosyal sermayenin unsurlarından biri olan güvenin tesis edilmesi için öncelikli görev devletlere düşmektedir. Toplumlarda güvenin tesisi için kamu kurumlarının etkin çalışmaları önem arz etmektedir. Sosyal ilişkilerdeki güven anlamında adaletin ve gelir dağılımının adil olması bireyler arası güveni ve dolayısıyla iletişimi sağlıklı hale getirecektir (Portes ve Landolt, 2000:530).

Karadal ve Akyazı (2014), çalışmalarında diğer sermaye türleri ile sosyal sermaye arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları açıklamışlardır. Buna göre;

- Sosyal sermaye diğer sermaye türleri gibi fayda beklentisi yaratan bir duran varlıktır. Sosyal sermaye çoğaldığında bilgi, güç ve dayanışma elde edilmektedir.
- Sosyal sermaye diğer sermaye türleri gibi amaçlar doğrultusunda kullanılabilir ve dönüştürülebilmektedir. Aktörlerin elde ettikleri avantajlar diğer aktörlerin avantaj sahibi olmalarına imkân vermektedir.
- Sosyal sermaye diğer sermaye türlerine benzer biçimde tamamlayıcı olmakta, aktörlerce hissedilen eksiklikler bağlantılarla giderilmektedir. Ayrıca sosyal sermaye de devamlılık gerektirmektedir.
- Sosyal sermaye, farklı olarak özel mülkiyet barındırmamakta aksine kamu malı niteliğindedir.
- Sosyal sermaye bireylerarası ilişkilerde bulunması nedeniyle de diğer sermaye türlerinde tamamen farklıdır (Karadal ve Akyazı: 2014:81-82).

2.4.1. Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar

Bireylerin iletişim içinde bulunmalarını sağlayan sosyal ağlar, sosyal sermaye kavramının temel dayanaklarından birini oluşturmaktadır. Ağlar, bireyleri bir arada tutma özelliği ile topluma ait normlar ve değerlerin parçası olarak görülmektedir (Field, 2006:4). Ağlar,

bireylerin bilgisi dahilinde oluşabildiği gibi irade dışında da oluşabilmektedir. Bireylerin aile, din, cemaat gibi yapıların içerisinde olmasının yanı sıra kendi iradesi ile dahil olduğu müzik ve spor kulüpleri gibi sosyal etkinlik oluşumları bunlar arasında sayılabilmektedir (Akdoğan, 2002:29). Erselcan (2009) çalışmasında derneklerin ve birliklerin, iletişim daha sağlıklı hale gelmesinde ve enformasyon ile bilginin yayılmasında önemli payının olduğu ifade etmiştir. Buna göre dernekler ve birlikler dernekler ve birlikler bireylerarası ağ düzeneklerinin kurulmasında önem taşımaktadır (Erselcan, 2009:3).

Lin (2010), sosyal sermaye bağlamında ağların çeşitli işlevlerinin bulunduğuna dikkat çekmiştir. Buna göre, ağlar vasıtasıyla bireylerin ya da örgütlerin toplum içerisinde diğer bireylerle ya da örgütlerle bilgi paylaşımları ortaya çıkmaktadır. Stratejik konumda bulunan bireylerin ya da örgütlerin sahip oldukları bilgi ve deneyimlerin diğer bireylerle ya da örgütlerle paylaşılması üstünlük ve rekabet avantajını beraberinde getirmektedir. Ayrıca ağlar, bireysel ve örgütsel anlamda istihdam sürecinde önem taşımaktadır. Son olarak ağlar güven algısının oluşmasında etkiye sahip olmaktadır (Lin, 2010:177).

Fukuyama (2000), ağların iletişim sürecindeki muhtemel etkilerine değinerek gerekli iletişim ağına sahip bireylerin ya da örgütlerin iş süreçlerinde avantaj ve rekabet üstünlüğü elde edebileceğini ifade etmiştir. İletişim ağları sayesinde birbirini tanımayan bireylerin ya da örgütlerinde iletişim sürecinde aktör olabileceklerini bu durumun hiyerarşik düzeyin indirgenmesinde önemli olduğuna dikkat çekmiştir (Fukuyama, 2000:161-162). Cruickshank ve Rolland (2006)'a göre girişimcilerin sosyal ağlardan faydalanmaları önem arz etmektedir. Buna göre, aile ve arkadaşlarından edindikleri onay, manevi destek gibi sosyal ağ imkanlarından yararlanmaktadır. Bireyler arası sosyal ilişkiler girişimcilerin başarıyı yakalamaları ve rekabet edebilmeleri için önemli olduğu ve bu sosyal ağların sosyal sermayeyi ürettiğini ifade etmektedirler (Cruickshank ve Rolland, 2006: 76).

2.4.2. Örgütsel Ağ Yaklaşımları

Sözen ve Basım (2012) örgütsel ağ yaklaşımlarının dört kategoride ele alınabileceğini açıklamıştır. Buna göre, bireylerin bilgi üretme sürecinde merkezde konumlanma derecelerini ifade eden merkezilik yaklaşımı, bireylerin sosyal nitelikli bağlar oluşturmayı

hedefledikleri güçlü bağlar yaklaşımı, bireylerin mesafeli ilişkileri tercih ettikleri ve çok sayıda aktörün bulunduğu zayıf bağlar yaklaşımı ve bağlantısı bulunmayan bireyler arasında köprü vazifesi görev bireylerin oluşturduğu yapısal boşluklar yaklaşımı sayılabilmektedir (Sözen ve Basım, 2012:308).

Sosyal ağ kuramlarında bireyin merkezi konumu üzerinde sıkça durulmuştur. Ağ içerisinde merkezi konuma sahip bireylerin bilgiye erişimleri bakımından avantajlı konumda oldukları belirtilmektedir. Bağların güç ilişkisi ele alındığında ise güçlü bağın mı yoksa zayıf bağın mı bilgi yaratma sürecinde daha etkili olduğu konusunda tartışmalar bulunmaktadır. Zayıf bağlar aracılığıyla daha çok sayıda aktöre ulaşılması ve güçlü bağlar içerisinde birbirine benzeyen özelliklerde aktörlerin varlığı gibi sebepler dolayısıyla zayıf bağların bilgi yaratma sürecinde etkisi büyük olmaktadır (Özdemir, 2008: 87).

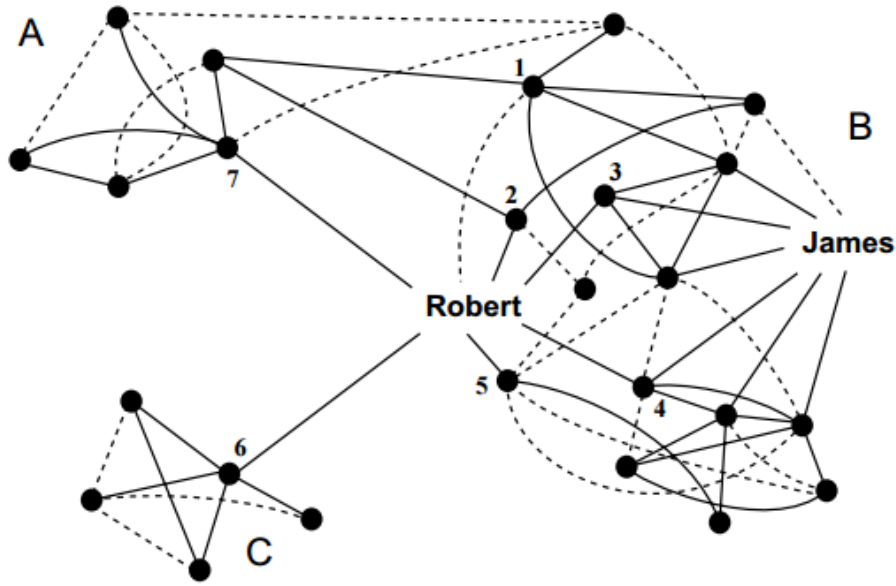
Literatürde merkezilik kavramı bireyler için olduğu kadar örgütler arası ilişkilerde de fazlaca ele alınan önemli bir kavramdır. Örgütler arası ilişkiler örgütlerin paydaşlarıyla çeşitli nedenlerde değişik zamanlarda kurduğu iletişim ve etkileşim olarak tanımlanabilmektedir. Buna göre örgütlerin içinde bulundukları karmaşık yapılar göz önüne alındığında, bu ilişkilerin incelenmesi ve belirlenmesinde merkezilik kavramının önem arz ettiği anlaşılmaktadır (Türker, 2012:2).

Chu (1996), ilişkilerin özelliklerini ele aldığı çalışmasında ağ düzeneklerinde olarak belirttiği üç temel boyuttan biri olan merkezilik kavramını bireylerin birbirlerine daha fazla bağlantı sağlayabildikleri ve bu sayede kaynaklara erişimin kolaylaştığı yapı olarak ifade etmektedir (Chu, 1996: 359). Merkezilik bireylerin sahip oldukları bağlantı sayılarıyla doğru orantılı olan bir kavramdır ve en fazla bağlantıya sahip olan birey daha merkezi konumlanmış olmaları sebebiyle daha fazla bilgiye erişme imkanı bulmaktadır (Sözen ve Basım, 2012:309; Karadal ve Akyazı, 2014: 84).

Yapısal boşluk yaklaşımı iki grup arasındaki sosyal uçurumu ifade etmektedir. Bu uçurumun kapatılması ile kaynaklara erişim imkanını beraberinde getirmektedir. Boşluğun bulunduğu iki grubu birbirine bağlayan bireylerin sosyal sermayeleri yüksek olmaktadır

(Acun, 2011: 66). Bu yaklaşıma göre bağlantıya sahip olmayan aktörler arasında köprü vazifesi gören bireyler bilgiye erişme noktasında avantajlı konuma geçmektedirler. Bu durum ise konumu gereği bireye katkı sağlamaktadır (Burt, 2001: 208).

Şekil 2.5 incelendiğinde A,B,C harfleri arkadaş grubu vb. kümelenmeleri, noktalar bireyleri, düz çizgiler güçlü bağları kesikli çizgiler ise zayıf bapları ifade etmektedir. Robert ve James'in benzer sayıda bağlantıya sahip olduğu görülmektedir. Her ikisi de altı güçlü bağ ve birer zayıf bağa sahiptir. James bu şekle göre B grubundaki bireylerle bağlantı halindedir ayrıca küme içerisindeki bağlantıların bağlantılarıyla da bilgilenebilmektedir. Robert da aynı şekilde B kümesinden bilgi edinebilmektedir. Ancak Robert isimli kişinin bir avantajı daha bulunmaktadır. 6 ve 7 no'lu bireylerle güçlü bağının oluşu A ve C gruplandırandan haberdar olmasını kolaylaştırmaktadır.



Şekil 2.5. Sosyal ağ düzeneği (Burt, 2001:208)

Şekil 2.5'e göre Robert'ın 7 no'lu bireyle ilişkisi bir ağ köprüsünü oluşturmaktadır ve tek doğrudan bağlantısı da bu 7 no'lu birey olmaktadır. Ancak 6 no'lu bireyle bağlantısı ise B ve C kümeleri arasındaki köprü niteliğindeki tek bağlantıyı oluşturmaktadır. Sonuç olarak Robert, daha fazla bilgiye ulaşabilmektedir çünkü daha fazla dolaylı bağlantıya yani zayıf

bağa sahiptir. Robert, bağlantıları bir araya getirebilen kişi olması sebebiyle girişimci olarak tanımlanabilmektedir çünkü parçaları bir araya getirip bütünü oluşturabilmek girişimciliğin esaslarındandır. Sonuç olarak Robert'ın sosyal sermayesi daha fazladır (Burt, 2001: 208-209).

2.4.3. Sosyal Sermaye ve Karşılıklılık

Bireyler amaçlarına ulaşma çabaları esnasında özellikle de hedeflerini gerçekleştirirken sürekli biçimde artmayı sürdüren bireylerarası ilişkilerinde güven ve karşılıklılık esasına dayalı düzen, ilişki kurma eğilimine girmektedirler (Coleman, 2000:302). Putnam (1993), bu durumu toplumsal olarak harekete geçme ve karşılıklılık ilkesinin toplum içerisinde ortak fayda yaratımında ve bireylerarası güvenin tesis edilmesinde büyük öneme sahip olduğunu belirterek açıklamıştır. Ayrıca, karşılıklılık ilkesinin bireylerarası rolü nedeniyle yüksek düzeyde sosyal sermaye yarattığını ve karşılıklılık durumunun bireylerin yarattığı işbirliği neticesinde ortaya çıktığını ifade ederek bu ilkeyi toplum içerisinde beklenti gözeterek davranma şeklinde açıklamaktadır (Putnam, 1993:163).

Coleman (1988) ise sosyal sermaye içerisinde karşılıklılık ilkesi hakkında bireylerin toplum içerisindeki ilişkilerinde beklentilerinin çok önemli olduğunu ve bu beklentilerin sosyal sermayeyi oluşturan asıl unsurlardan biri olduğunu belirtmiştir (Coleman, 1988: 95-96). Ancak bu durum Fukuyama (2005) tarafından başka bir açıdan değerlendirilmiş, bireylerin sahip olduğu ya da taşıdığı her eylemin mutlak çıkar ya da bir amaç ilişkisi içerisinde olamayacağı kastederek bireylerin bazı eylemlerinin salt çıkarıcılık üzerine kurulamayacağını yani başka duygu, düşünce ya da niyetlerin devreye girebileceğini ifade ederek bu ilkeyi değerlendirmektedir (Fukuyama, 2005:34-36).

Skidmore (2001) çalışmasında sosyal sermaye bağlamında beklentileri ifade eden karşılıklılık ilkesini iş süreçleriyle ilişkilendirmiştir. Buna göre karşılıklılık düzeyinin artmasıyla bireylerdeki güven algısının artacağına ve bu durumun da işlem maliyetlerinin ve bürokratik işlemlerin azalmasına neden olabileceğine dikkat çekmiştir (Skidmore, 2001: 59). Cohen ve Prusak (2001: 87)'a göre sosyal ağlar oluşturmak bireylerin tanıdıkları ile değil ağın parçası haline gelmekte açıklanabilmektedir. Bir ağın parçası olmak da enerjinin

ve duygu aktarımının aktarılması ve karşılıklılık potansiyelinin gözetilmesi anlamına gelmektedir.

2.4.4. Sosyal Sermaye ve Güven

OECD, sosyal sermaye tanımlaması yaparken bireyler arasındaki adalet, iyilik, arkadaşlık ve geleceğe duyulan güven tanımlamalarını yaparak maddi olmayan değerlerin toplumda yarattığı etkiyi ifade etmiştir (OECD, 2007, s.4). Woodhouse (2006), sosyal sermayeyi ifade etmek için iki temel düzeyde ele aldığı kavramı normlar ve sosyal yapılar olarak ele almıştır. Birinci düzeyi oluşturan sosyal yapılar içerisinde aile, iş, gayri resmi ve resmi ağlar bulunurken, ikinci düzey olan normlar içerisinde karşılıklılık, güven, bağlılık, hoşgörü ve yaptırımlar gibi unsurların varlığına dikkat çekmiştir (Woodhouse, 2006:85).

Fukuyama (2000)'ya göre sosyal sermaye içerisinde en önemli unsurlardan biri olan güven kavramı, günümüzde sürekli artan risk ortamına karşı toplumların sahip olması gereken bir özellik olarak belirtilmektedir. Bireylerin diğer bireylerce verilen sözlere ve davranışlara güvenmeleri işbirliğinin ortaya çıkmasında önemli bir etken olarak görünmektedir (Fukuyama, 2000:52).

Sosyal sermaye kavramı içerisinde güven algısı belirli kişilere güvenme duygusu ile birlikte diğer kişilere karşı güvensizlik olarak da ortaya çıkabilmektedir. Bu gibi durumlar, tedbirli davranmak olarak algılanan güven eylemi diğerleri için de dışlanma olarak algılanabilmektedir. Ancak yakın bağlara duyulan güven hissi değerli bir kaynak olarak ortaya çıkmaktadır (Field 2006:124).

Sargut (2006)'a göre güvenin oluşmaması sosyal sermayenin etkinliğinin azalmasına ve dolayısıyla işlem maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır. Bu durumda da mali kuruluşların etkin çalışmasının önüne geçilmekte ve düşük güvenli bir toplumun oluşmasına neden olunmaktadır (Sargut, 2006:107).

2.4.5. Sosyal Sermaye ve Normlar

Toplumlarda düzeni oluşturmaya odaklanarak davranış biçimlerinin kabul edilebilirlik ve uygunluklarını belirlemeye yarayan kurallar bütünü olarak ifade edilebilen normlar, olumlu ya da olumsuz yaptırımlarla desteklenebilmektedir. Resmi ya da gayri resmi biçimde desteklenen normlar hukuk sistemlerine dahil edilebildiği gibi toplum tarafından da davranışların onaylanması ya da onaylamaması şeklinde de yürütülebilmektedir (Haralambos ve Holborn, 2000:4-5).

Bu bağlamda etik kavramının ifade edilmesi yerinde olacaktır. Etik sıkça konuşulan ve günümüz popüler kavramlarından birisi olarak gerçek anlamı karmaşaya da yol açan bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütlerde iş süreçlerinde olduğu gibi bireysel karar alma mekanizmalarında da görülebilmektedir. Bazı durumlarda bireyler hangi davranışın etik olup olmadığı noktasında karmaşaya düşebilmektedirler. Bu doğrultuda her ne kadar etik kavramının tanımını yapmak da güçleşse de etik kavramının bireylerdeki ahlaki prensiplerle ve değerlerle ifade edilebileceği ortaya çıkmaktadır (Daft, 2010:112).

Mason (1995), bireysel amaçların çakıştığı noktada ve diğer bireylerin amaçlarını etkilemeye başladığında etik algısının dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Bu durumda çakışan etkilerin yararlı ya da iyi olarak adlandırıldığı noktada davranış etik olarak değerlendirilmekte, etki kötü ya da yanlış olarak düşünüldüğünde ise davranış etik dışı olarak düşünülmektedir (Mason, 1995:55).

Fukuyama (1998), bir toplum içerisinde sosyal sermaye düzeyinin artmasının ahlaki değerlerin, normların ve iyilik kavramlarının nesillere aktarımında etkiye sahip olabileceğini ifade etmektedir. Ancak burada ortaya çıkan durum sosyal sermayenin etkisiyle aktarılan her değerın ya da normun doğru bir biçimde uygulanacağını kesin olmayışı ve ayrıca ahlaki değerler ile normların toplumlara göre değişiklik gösterebileceğidir (Fukuyama, 1998: 38).

2.4.6. Sosyal Sermaye İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi

Akyazı (2014), tez çalışmasında girişimcilik sürecinde sosyal sermaye ve sosyal ağlar ileri iç girişimcilik ilişkisini incelemiş ve uygulamayı Aksaray ilinde vergi sıralamasına giren ilk yüz işletmeyi ele alarak gerçekleştirmiştir. Anket formuyla verilerin toplandığı çalışmada amaçlanan katılımcıların sosyal sermaye özelliklerini, güven düzeylerini ve ağ özelliklerini incelemektir. Çalışma sonuçlarına göre güven algısı ile iç girişimcilik arasında ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının girişimcileri/yöneticilerin sosyal ağ özelliklerinin bir parçası olduğu vurgulanmaktadır (Akyazı, 2014:130-131).

Akın (2012) tez çalışmasında kurumsal kalite ve sosyal sermayenin ekonomik kalkınma üzerine etkisini araştırdığı çalışmasında sosyal sermayenin ekonomik faaliyetlerin devamlılığını sağlayan mülkiyet hakları için önem taşıdığını ve güven düzeyinin düşük olduğu toplumlarda bu görevi gerçekleştirme işinin devletlere düştüğünü belirtmektedir (Akın, 2012:88). Çekiç (2009), sosyal sermayenin kalkınma üzerine olumsuz etkilerinin olabileceğini varsayan çalışmalara rağmen ilişki ağlarının kalkınmanın koşulu olarak tanımlandığını belirtmiştir. Çalışmaların çoğunda ilişki ağlarını temsil eden güven ve karşılıklılık ilkelerinin toplumların ekonomik kalkınmalarında büyük öneme sahip olduğunu vurgulamıştır (Çekiç, 2009:5).

Zhang vd. (2012), küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin küreselleşme süreçlerinde maddi olmayan sermaye türlerinin etkisini ele aldıkları çalışmalarında sosyal sermayenin öneminden bahsetmektedir. Buna göre, işletmeleri sosyal sermayeleri ve ağ kurma yetenekleri sayesinde daha fazla proaktif yaklaşım sergilemekte ve küresel pazarlara açılma noktasında daha etkin stratejiler izleyebilmektedir (Zhang vd., 2012: 206). Altun (2011), sosyal sermayenin suçluluk üzerine etkisini incelediği tez çalışmasında sosyal sermayenin pozitif yönlerini ele almış ve bu sayede suçluluk oranının azaltılabilmesi üzerine araştırmasını gerçekleştirmiştir. Araştırma sürecinde verileri üniversite öğrencilerinden ve çocuk-genç hükümlülerden elde edilmiştir. Araştırma sonucunda sosyal sermaye bileşenleri ile suçluluk arasında ilişki tespit edilmiştir (Altun, 2011:1-2).

Aydemir (2011) tez çalışmasında mekana dayalı toplumsal ilişkiler ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi irdelemiştir. Aynı mekanları paylaşan bireylerin hayat tecrübelerinin toplumsal ilişkileri geliştiren unsur olarak görülebileceğini belirtmiştir. Buna göre çalışmada topluluk duygusu ile sosyal sermaye arasındaki ilişki ele alınmıştır. Konya ilinde gerçekleştirilen çalışmada söz konusu ilde sosyal sermaye rezervlerinin düşük olduğu belirtilmekte ve Meram ilçe olarak en yüksek düzeyde sosyal sermaye rezervine sahip ilçe konumundayken Karatay ilçesi sıralamada en düşük sosyal sermaye ortalamasına sahip ilçe olarak belirlenmiştir (Aydemir 2011: 171).

Babacan (2012) sosyal sermaye ile katılımcıların sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında verileri üniversite öğrencilerinden elde etmiştir. Türkiye’den 62 üniversiteden sağlanan katılım ile gerçekleştirilen çalışmada bireylerin sosyal sermayelerini ağ ortamına taşıdıkları bilgisine yer verilmiştir. Ayrıca sosyal medya kullanım pratiklerinin değişken sonuçlar içermesi bakımından ileriki çalışmalarda daha derin ve kapsamlı analizlerin yapılması önerilerinde bulunulmuştur (Babacan, 2012:1-3).

Çalışkan (2010), yenilik kavramıyla sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında yenilikçilik kapasitelerinin ve kültürünün temelinde toplumsal güven algısının olup olmadığını belirlemeye çalışmıştır. Burdur ilinde gerçekleştirilen çalışmada ortaya çıkan sonuçlara göre yenilikçi işletmelerinin genel yapısı tecrübe ve bireysel çaba üzerine kuruludur ve yüksek güven, işbirliği kavramlarından bahsetmek mümkün değildir. Bölgede yükseköğretim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve yerel yöneticiler arasında sinerji oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Çalışkan, 2010: 1).

Eşki (2009) tez çalışmasında geçmişten farklı olarak günümüzde bireylerin bağlantılarının önemli hale geldiğini ifade etmiştir. Bu önemin ise bireylerde güven, başarı, mutluluk gibi algılarla desteklemesi gerektiğinden hareketle nitel olarak gerçekleştirilen çalışmada sosyal sermaye tanımlaması yapılmış, bu sermaye türünü üreten kurum ve kuruluşlara değinilmiş ve bağların, ilişkilerin bireysel başarıyı nasıl etkiledikleri incelenmiştir. Katılımcıların ağ yapıları ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişki incelendiğinde erkek katılımcıların sosyal ilişkilere daha fazla yatırım yapabildikleri sonucuna ulaşılmıştır (Eşki, 2009: 214).

Sosyal sermaye ile girişimcilik kavramlarını ele alan çalışmalarında Abell vd. (2001), bireylerin istihdam edilmelerinde ya da iş kurmalarında zayıf / güçlü bağların ilişkisini incelemiş ve zayıf bağların daha fazla etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Karadal ve Saygın (2013) sosyal sermaye, iş tatmini ve sanal kaytarma arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında sosyal sermayenin kişi ve örgütler arasındaki güvene dayalı ilişkileri esas alan bir olgu olduğunu belirtmişlerdir. İş tatmininin ise örgüt içerisinde çalışanların beklentilerinin karşılanması ve buna bağlı olarak motivasyonun artması anlamına geldiğini ifade etmişlerdir. Son olarak sanal kaytarma kavramının teknolojinin kullanım amacına uygun olmayan biçimde değerlendirilmesini ifade etmektedir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre sosyal sermaye, sanal kaytarma ve iş tatmini arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcılara ilişkin sosyal sermayenin artması iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca iş tatmininin artması da sanal kaytarmanın artmasına neden olmaktadır (Karadal ve Saygın, 2013:15).

Karadal vd. (2014), sosyal sermaye ile beşeri sermaye arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında yabancı dil kursu yöneticileri ile yapılan birebir görüşmeler neticesinde elde edilen verileri değerlendirmişler ve sosyal sermaye ile beşeri sermaye arasında istatistiki bir ilişki gözlemlenememiştir. Bu durumun bir nedeni olarak örneklem sayısının azlığı ve veri toplama yönteminin sadece anket formuyla sınırlı kalması olarak belirtmişlerdir (Karadal vd., 2014:9-16).

2.5. Girişimcilik ve Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimci kavramı eski Fransızca'da entreprendre kelimesinden türetilmiş üstlenmek anlamına gelen ve 1852 yılından itibaren işletmeyi yöneten anlamında kullanılmaya başlayan günümüzde ise yönetici ve kurucu anlamlarını barındıran kavramı ifade etmektedir (Etymology Dictionary, 2015). Aykan (2002)'ın çalışmasında Arapça müteşebbis kökünden türetildiği ve Türkçe'ye gir-mek kökünden hareketle girişmek anlamında türetildiğinden bahsedilmektedir (Aykan 2002:4-5).

Girişimci, risk alan ve yenilik yapan kişi olarak tanımlanmaktadır. Fırsatların gözlenmesi gerçekleştirilmesi girişimcinin temel özelliği olmaktadır. Girişimcilik ise girişimcilerin risk

alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır. Girişimcilik sürecinde yenilik kavramı bulunmaktadır. Yenilik, mevcut kaynakların yeni bileşimini, yeni bir üretim yöntemini, yeni bir pazarı, yeni bir hammadde kaynağının bulunmasını ve endüstrinin yeniden yapılandırılmasını içermektedir (TÜSİAD Basın Bülteni, 2003-1).

Girişimci kavramı farklı alanlarda farklı tanımlara sahip bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre ekonomi alanında girişimci kaynakların bir araya getirilmesi ve değeri yaratılması ile ilgiliyen psikoloji alanında var olan otoriteden uzaklaşıp yeni deneyimler elde etme olarak ifade edilmektedir. Ayrıca girişimciliğın bir örgüt ierisince muhtemel tehdit olarak algılanabileceğeri ve sıkı takip edilmesi gereken kişi olarak vurgulandığı görülmektedir (Ağca ve Yrk 2006:159).

Bajaro (1981)'ya göre gelecekleri için doğru bir seçim yaparak olarak girişimci olmaya karar veren bireyler, girişimciliğın ödüllendirici bir kariyer sunmasına karşın aynı zamanda zorlu ve heyecan verici bir macera olduğunu da unutmamalıdır. Girişimcilikte istemek ve yapmak farklı şeylerdir ancak başarmak daha da farklı bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Başarılı bir girişimci rneğeri bireyin kendini iyi tanımasından, kendine değeri vermesinden ve güçlü, zayıf yönlerini iyi bilmesinden geçmektedir. İşletme kurma sürecindeki tüm ekonomik yapılabilirlik çalışmalarını sürdürürken potansiyel girişimcilerin gözden kaçırdıkları husus işi başlatma ile işi sürdürme arasındaki farkı ortaya koyan Girişimcilik Ruhu olmaktadır. Bu ruh, Henry Ford ya da Colombus gibi potansiyelleri ve sınırlıklarını iyi bilen tüm gerçek girişimcilerde bulunmaktadır (Bajaro, 1981:2).

Girişimcilik toplumlarda gelişimi bakımından farklılık göstermektedir. Toplumsal dönüşümlerin girişimci bireyleri ortaya çıkarma noktasında etkili olduğu tarihsel süreç içerisinde görülebilmektedir. Ayrıca toplumların kültürel özelliklerinin, yaşam biçimlerinin, ekonomik koşullarının ve sunulan desteklerin girişimciliğın meydana gelmesinde etkisini olduğu görülmektedir. Günümüzde kadın girişimcilerin oranı erkek girişimcilere göre düşük kalmaktadır oysaki kadınların girişimci olma nedenleri ile erkeklerin nedenleri arasında bir farklılık bulunmamaktadır (Br, 2014:2).

Girişimcilerin iş kurma süreçlerinde planlama yapmaları organize olmaları en önemli kararlarını oluşturmaktadır. Girişimciler işletmelerini azami özen ve müzakere ile planlamalı ve organize etmelidirler. Yeni bir işin kurulması muhtemelen geri kazanımı uzun yıllar sürececek bir sermaye yatırımı anlamına gelmektedir. Geri kazanım süresi uzadıkça risk algısı da artacaktır. Bu bakımdan planlamada ya da organize olmada yapılacak hatalar ya da eksiklikler kişisel ve örgütsel varlıkların muhtemel kaybı anlamına gelmektedir. Öte yandan iyi hazırlanmış bir plana sahip olmak ve organize olabilmek yatırımların karlılık olarak dönüşüne imkan verecektir (Alvizo, 1981:36-37).

Girişimcilik çok boyutlu bir konu olarak sadece ekonomik anlamda değil aynı zamanda sosyal, politik ve kültürel boyutlara da sahip bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Kadınların ve gençlerin girişimcilik eğilimlerinin desteklenmesi gerekmektedir. Girişimcilik sürecindeki sermayedar kavramı sadece maddi konularla anılmamalı para sahipliği anlamına gelmemelidir. Girişimcilik niteliği olan kişiler etkin mekanizmalar tarafından desteklenmelidir. Ülkemizdeki istihdam arama eğiliminden istihdam yaratmaya geçiş de bu durumun en önemli kanıtlarındandır (Karadal, 2014:45-46).

Yönetim kavramı planlamayı, örgütlemeyi, yöneltmeyi ve belirlenen amaçları ulaşmak için kaynakları ve çalışanları kontrol altına almayı ifade etmektedir. Küçük bir işletme yönetmek sadece yönetim tekniklerinin anlaşılmasını değil aynı zamanda yönetim uygulamalarındaki büyüklükle alakalı farklılıkların da idrak edilmesini içermektedir. İşletme küçüklüğü ile alakalı olarak genel özellik işletmenin tek adam mantığında yönetilmesidir ki bu durum girişimcinin özel sorunlarla uğraşmasına neden olmaktadır ancak küçük işletmeler gelişen yönetim yetenekleri ile bu sorunların üstesinden gelebilmektedir (Lavador, 1981:69-70).

Teknolojide yaşanan değişim ve gelişim, imkanların artışı gibi etmenler nedeniyle geleceğini şekillendirmek isteyen bireyler girişimcilik olgusunu düşünmeye ve değerlendirme başlamışlardır. Statü kaygısı, içinde ilerleme arzusu, kendini geliştirme ve toplumsal fayda sağlama gibi istek ve beklentiler girişimciliğin bir kariyer alternatifi olarak görölmesine neden olmuştur. Tüm kesimlerin bu farkındalık düzeyine ulaşması ve

girişimciliğin yaygınlaşması için kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütlerinin girişimciliği görev olarak algılaması önem taşımaktadır (Akdemir, 2014: 141-142).

Türkiye'de girişimciliğin geliştirilmesi ve teşvik edilmesine yönelik birçok çaba ve uygulama bulunmaktadır. Bunlardan bazıları üniversitelerde okutulan Girişimcilik dersleri kapsamında ve sertifika programları sonucunda KOSGEB onaylı girişimcilik sertifikasının verilmesidir. Ancak bu uygulamaların avantajları olduğu gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Üniversiteler rgn eğitimde girişimcilik derslerine uygulamalı girişimcilik eğitimi içeriğini adapte ederek en az 54 saatlik ders kapsamında ömür boyu geçerli girişimcilik sertifikasını öğrencilerine kazandırmaktadır. Sertifika programlarında da ücret alınmaması fırsat eşitliği bakımından önem taşımaktadır. Bu durum bir farkındalığın oluşmasına vesile olmaktadır. Ancak müfredatın ve eğitimcilerin akredite edilmemesi, eğitimcilerin kısa süreli oluşları ve hazır bulunuşluk düzeylerinin farklı oluşu sorun teşkil etmektedir (Özdevecioğlu, 2014:10-12).

Br (2014), kadın girişimciliğinin istenen düzeyde olmamasının sebeplerini; kadınların girişimciliği istemelerine rağmen yapmamalarına, eř, aile isteklerinin bireysel isteklerin önünde olmasına, evdeki sorumlulukların ihmal edileceği düşüncesine, ailenin girişimcilikten meydana gelecek muhtemel ekonomik kayıplardan çekinmesine, kamu sektörünün kişiye sağladığı iş güvencesinin özel sektöre giriş fikrini alıkoymasına, yeterli finansman ve anlayış desteğinden mahrum olmalarına, yol, yöntem ve prosedürler hakkında yeterince bilgili olmamalarına ve genel ekonomik koşulların etkileyici olmasına bağlamaktadır (Br, 2014:4).

Girişimcilikte finansman ihtiyaının en zor karşılandığı dönem kuruluş aşaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu evrede kıt kaynakların en verimli biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir. Girişimciliğin sürdürülebilir faaliyetlere dönüşmesi için finansal analizin ve planlamanın önemi çok büyüktür. Finansman desteğinin öz kaynaklardan ya da borç olarak karşılanması tercihinde girişimcilerin iyi karar vermesi gerekmektedir. z kaynak kullanımı veya borç ile sağlanan kaynakların işletmenin geleceğine yapacağı etkilerin iyi bilinmesi girişimcilik sürecinin başarıya ulaşmasında etkili olmaktadır (Duman ve Yücenurşen, 2014: 252-253).

Girişimcilik sürecinde fırsatların önceden tanımlanması büyük önem taşımaktadır. Fırsat tanımlama, girişimcilik sürecinin tetikleyicisi konumundadır ve fırsattan yararlanmanın gerçekleşmesi için gerekli bir ön koşul olarak görülmektedir. Bir fırsatın girişimcilik sürecinin ilk aşamalarında tanımlanması, ileride gerçekleşebilecek potansiyel girişimcilik faaliyetlerinin sınırlarını belirleyebilmektedir (Schenkel 2004:41-42).

Girişimcilikte önemli bir kavram olan fırsat tanımlama girişimcilerin bireysel özellikleriyle ilişkisi bulunan bir kavramdır. Literatürde girişimci kavramı fırsatları algılayan ve iş kuran kişi olarak tanımlanmaktadır. Beşeri sermaye kavramı fırsat araştırmalarında giderek artan bir öneme sahip olmaktadır ancak çalışmaların çoğu bilgi kavramını harici olarak incelemektedir. Bilgi kavramı, girişimcinin enformasyonu tahmin etmesini, idrak etmesini, yorumlamasını ve uygulamasını içermektedir (Marvel ve Lumpkin 2007:810). Şekil 2.6’da girişim yaratma süreci sunulmaktadır.



Şekil 2.6. Girişimcilikte fırsat tanımlama (Marvel, 2006:2)

Şekil 2.6’da görüldüğü üzere, fırsat tanımlama kavramını girişim teşebbüsü ve ardından çıktı aşaması izlemektedir. Girişimcilik teşebbüsünden önce fırsatların algılanması ve bu fırsatlara yönelik girişimlerin yapılması önem taşımaktadır. Girişimciliğin oluşumunu ele alan araştırmalarda birçok farklı şekil ve model literatürde yer almasına rağmen, fırsat tanımlama kavramına bir şekilde değinmek durumunda kalmışlardır. Sonuç olarak fırsat tanımlama kavramı girişimcilikte büyük öneme sahip bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Marvel 2006:2).

2.5.1. Girişimcilik Türleri

Bu bölümde girişimcilik türleri bağlamında Kadın Girişimciliği, Eko Girişimcilik, Kurumsal Girişimcilik, Göçmen Girişimciliği, Stratejik Girişimcilik, İç Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik ve Teknik Girişimcilik türleri ele alınmaktadır.

Çabuk vd. (2014), kadın girişimcilerin iş yaşam süreçlerini ele aldıkları çalışmalarında kadın girişimci kavramını, girişimcilik tanımına uygun olarak işletme kuran, işletmesiyle ilgili olarak özel ve/veya kamu kuruluşlarıyla iletişime geçen, elde ettiği kazan üzerinde söz hakkı olan ve riski üstlenen kadın olarak ifade etmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin iş kurma süreçlerinde çeşitli zorluklarla karşı karşıya gelebildiklerine dikkat çekerek sermaye kaynaklarına erişme, işletmenin yönetimindeki bilgi ve becerideki eksiklikler, toplumsal anlayış yapısı ve normlar, profesyonel iş ağlarına katılmada yaşanan güçlükler ve aile üyeleri ile birlikte çalışma gibi durumların varlığından bahsetmiştir (Çabuk vd., 2014: 1226).

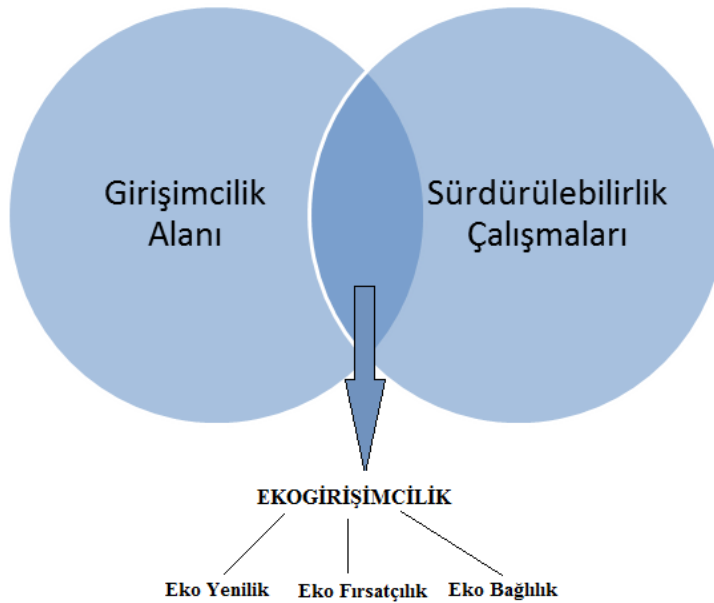
Karadal ve Kaygın (2014)'a göre ekonomik kalkınma noktasında öncü bir rol üstlenen girişimcilik kavramı sosyo-kültürel kalkınmanın da önemli bir unsuru olarak görülmektedir. Girişimcilik ise cinsiyet ayrımından öte erkek bireylerce olduğu kadar kadın bireylerce de önemsenmesi gereken bir olguyu oluşturmaktadır. Çalışmada, erkek girişimcilere kıyasla kadın girişimcilerin kâr elde etme arzusundan çok itibar üzerinde odaklandıkları görülmektedir. Ancak kadın girişimciliğin önünde engel olarak duran toplumsal algıların giderilmesinin gerektiği ifade edilmekte ve kadın girişimcilerin başarılı olabilecekleri konusunda bir algının yaratılmasının gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Karadal ve Kaygın, 2014:137).

Kadınların sosyal ve ekonomik hayata uyumlaştırılmasının yolu kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve teşvik edilmesi ile mümkün olabilecektir. Kadınların iş hayatına giriş aşamasında yaşadıkları zorluklara dikkat edilmesi gerekmektedir. Girişimcilikte cinsiyet ayrımcılığının olmamasına rağmen kadınlara yönelik motive edici unsurların geliştirilmesi gereklilik olarak önümüze çıkmaktadır (Özdevecioğlu, 2014:424).

Dünyada yaşanan küreselleşme işletmelere rekabet avantajı kazandırmaktadır ancak tüm bu ekonomik çabalar çevre kaygılarının da azalmasına neden olmaktadır. Bu sayede çevrede meydana gelen telafisi mümkün olmayan eylemler ekonomi ve çevrenin karşılıklı olarak değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu sürecin sonunda ortaya çıkan ve çevre odaklı kalkınmayı vurgulayan ekogirişimcilik olgusu işletmeler için önemli hale gelmiştir (Aykan, 2012:196).

Cingöz (2014)'e göre ekoloji ve girişimcilik kavramlarının bir arada kullanılmasıyla ortaya çıkan ekogirişimcilik kavramı ekonomik kazancın yanında çevresel unsurların gözetilerek çıktılarda elde edilmesi olarak değerlendirilmektedir. İş fırsatları araştırılırken çevreye verilen zararın da göz önünde bulundurularak bu etkinin azaltılması hususunda çalışmaların yapıldığı ekogirişimcilikte ekoloji ile ekonomi arasında denge unsuru gözetilmektedir. Dünya nüfusunun hızla artışı ve kıt kaynakların giderek azalması çevreyi dikkate almadan yapılan iş süreçlerinin yanında ekolojik olarak çevrenin ve paydaşların gözetildiği ekogirişimcilik kavramını önemli hale getirmiştir (Cingöz, 2014:357).

Aydın ve Çakar (2014) çalışmalarında ekogirişimcilik kavramını yenilikçi bakış açısına sahip olarak çevreye verilen zararların en alt düzeye indirgenmesi olarak ifade etmiş ve bu doğrultuda planlanan işletme türlerini işaret etmiştir. Buna göre çevresel unsurların gözetilerek değer yaratılması ve ekonomik kazancın sağlanması üzerinde odaklanan ekogirişimcilik kavramı uygulamaya dönüşebilen fikirlerin yaratılmasıyla doğru orantılıdır. Bu durumun sebebi ise ekogirişimcilerin bu fikirler sayesinde ayrıcalık kazanmalarıdır (Aydın ve Çakar, 2014:80). Şekil 2.7'de ekogirişimcilik kavramının genel çerçevesi sunulmaktadır.



Şekil 2.7. Girişimcilik genel çerçevesi (Kainrath, 2009:20)

İlgili şekil incelendiğinde ekogirişimcilik alanının girişimcilik ile sürdürülebilirlik çalışmalarının kesişim noktasında meydana geldiği görülebilmektedir. Ayrıca ekogirişimcilik bünyesinde yenilik çalışmalarının fırsatları elde etmenin ve ekolojik amaçlara bağlılığın sağlanmasının alt boyutlarca ortaya konduğu görülebilmektedir (Kainrath, 2009:20).

Şanal ve Özgen (2013) çalışmalarında kurumsallaşmanın işletmelerde yenilikçiliğin teşvik edilmesi noktasında önemli bir araç olduğunu ve bu yenilikçilik sürecinin işletmelere uyarlanmasında kurumsal girişimciliğin önem sahibi olduğunu vurgulamışlardır. Buna göre, kurumsal girişimcilik sayesinde çalışanların ve yöneticilerin işletme bünyesinde yenilikçilik davranışlarını sergilemelerine imkan verilmektedir (Şanal ve Özgen, 2013:24).

Kurumsal girişimcilik, uluslararası piyasaların giderek bütünleşmesi ve buna bağlı olarak rekabetin şiddetlenmesi neticesinde işletmeler için önemli bir kavram haline gelmiş ve 1980'lerin sonunda Literatürde artan bir öneme sahip olmaya başlamıştır (Erkocaoğlu ve Özgen, 2009:203).

Kurumsal girişimcilik, örgütler tarafından çevredeki fırsatları değerlendirmek amacıyla risk alma, yenilik yapma ve rekabetçiliğe yönelik eğilimlerin ve davranışların bütünü olarak tanımlanmakta, işletmenin karar alma biçimlerini, yöntemlerini ve girişimcilik özelliklerini sergileyen stratejik oryantasyon olarak karşımıza çıkmaktadır (Miller ve Fresen, 1978; Morris ve Jones, 1999 aktaran Bulut vd., 2008:1393).

Karadal ve Gülpınar (2014)'a göre girişimciliğin bireysel alandan kurumsal alana kavuşması örgütler rekabetçi bir avantajı elde etmelerini mümkün kılmaktadır. Kurumsal girişimciliğin; örgüte yeni imkanlar sağlayan risk alma, olası fırsatların elde edilmesini sağlayan proaktivite ve rakiplerin iyi izlenmesi sonucu oluşan rekabetçi agresiflik gibi unsurları bulunmaktadır. Sonuç olarak sürdürülebilir rekabet avantajını sağlamanın yolu kurumsal girişimcilikten geçmektedir bu sayede uzmanlaşmanın artması, riskin azalması ve girişimciler arasındaki iletişim artması beklenmektedir (Karadal ve Gülpınar, 2015:97).

Taş ve Çiftçi (2009:376) ülkemizin göç alan ve göç veren bir ülke olmasına rağmen göçmen girişimciliğinin yeteri kadar ve nitelikli olarak çalışılmadığını ifade etmektedir. Göçmenlerde bulunan özel bilgi, yetenek ve sosyal sermaye özellikleri sayesinde göç edilen ülkede yatırım yapma ve yenilikçi davranma konusunda avantaja sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca göç edilen ülkede göçmenlerde bulunan kendini kanıtlama isteğinin daha çok çalışmaya yönlendirdiği ve göçmen girişimcilerin başarıya ulaşmaya daha yakın oldukları belirtilmektedir (Waldinger, 1984; Rath, 2002, aktaran Taş ve Çiftçi, 2009:379).

Göçmen girişimci, yabancı bir ülkede kendi işini kuran girişimciler anlamına gelmektedir. Göçmen girişimciler daha önce göç etmiş kişilerle olan iletişimlerini kullanarak işlerini kurmak için çabalamaktadırlar. Yasin (2011)'in geliştirdiği tematik çerçeve göçmen girişimciliğinin unsurlarının anlaşılması bakımından önem arz etmektedir. Buna göre göçmen girişimciliği kültürel, yapısal ve karışık yerleşiklik kuramları ile ifade edilebilmektedir. Kültürel kuram, benzer etnik grup ile aile kaynaklarının kullanılması gibi konulara değinirken, yapısal kuram zorlayıcı faktörlerle ilişkilendirilmekte ve dışsal faktörlerin etkisini araştırmaktadır. Son olarak karışık yerleşiklik kuramı ile kültürel etkileri, piyasa ve konum bilgilerinin iş kurma sürecine etkilerini incelemektedir (İnal, Yasin ve Karadal, 2014:109).

Almanya'da KOBİ'lere destek vermek amacıyla faaliyete geçirilen Kamu Yatırım Bankası verilerine göre 2013 yılında kurulan her 5 işletmeden biri göçmen girişimciler tarafından kurulmaktadır. Buna göre göçmenlerce kurulan işletmelerin oranı %21 olarak belirlenmiştir. Türk girişimcilerin ilk sırada olduğu göçmen girişimcilikte ikinci sırayı Rus girişimcileri izlemektedir. Ancak istatistiklere göre Almanya'da göçmen girişimciliği yoluyla kurulan işletmeler diğer işletmelere oranla daha başarısız olmakta ve ortalama 3 yıl içerisinde başarısızlıkla sonuçlanmaktadır (Deutsche Welle, Erişim Tarihi: 10.08.2015).

Stratejik girişimcilik, giderek küreselleşen dünyada rekabet avantajının geliştirilmesi ve örgütsel yeniliklerin ortaya konulması anlamına gelmektedir. Griffin (1997)'e göre stratejik girişimciliğin strateji ve girişimcilik özelliklerinin bileşimi olduğunu, Hitt vd., (2001)'e göre ise girişimciliğin stratejik yönetim odaklı gerçekleştirilmesi anlamına geldiğini ifade edilmektedir (Yılmaz ve Görmüş, 2012:4484).

Ağca ve Baş (2014) iç girişimciliği işgörenlerin yeni fırsatların elde edilmesinde işletme içi kaynakları kullanarak yeni yöntemler geliştirmeleri olarak ifade etmişlerdir. Değişim ve gelişimlerden kaynaklı olumsuzluklardan işletmelerin nasıl korunabileceğinin cevabı olarak iç girişimciliğin işaret edildiği çalışmalarında, girişimcilik kadar iç girişimcilik olgusunun da işletmelerde verimliliği ve rekabetçiliği artıran unsurların başında geldiğini ifade etmişlerdir. İç girişimcilik, bir örgütte işgörenlerin yeni fırsatlar elde etmek için iç kaynakları kullanarak eski alışkanlıklarından vazgeçmeleri, yeni yöntemler geliştirmeleridir (Ağca ve Baş, 2014:379-380).

İşletme içerisinde girişimcilik olgusunun gelişmesi iş fikirlerinin hayata geçirilmesi ile alakalı olmaktadır. Yeni girişim süreçlerinin hedeflendiği bu aşamada etkin yönetim desteği büyük önem taşımaktadır (Arıkan, 2004:236-237). Hızla değişen iş dünyasında girişimcilik olgusu işletmeler için bir fırsat olarak görülmesi gereken bir araçtır. İç girişimcilik işletme bünyesinde karlılığın artmasında ve yenilenme sürecinde rol oynamaktadır. İç girişimcilik olgusu yenilik yapma ile ilgili olması bakımından uygulandığı işletmelerde rekabetçilik düzeyinin artmasında katkı sağlamaktadır. Buna göre, rekabetin şiddetli olduğu durumlarda yenilik yapmak işletmeler için vazgeçilmez bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Fiş ve Çetindamar, 2007:126).

2.5.2. Girişimci Kişilik Özellikleri

İnsan, kendine özgü kişilik özellikleri bağlamında evrenin en karmaşık mekanizmasına sahip olması sebebiyle dikkat çekmektedir. Sosyal bir varlık olan insanın niteliklerini belirlemek ve net bir tanımlamasını yapmak bu açıdan oldukça zordur. Bu durumun bir sonucu olarak kişilik çalışmalarında karşılaşılabilecek güçlükler ve karmaşıklıklar karşımıza çıkmaktadır. İnsanın bulunduğu ortamda kişilik yapısından bahsetmek ise mümkün olmaktadır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015:61).

Bajaro (1981), girişimcilerin iş süreçleri konusunda her zaman daha iyisinin ve daha yenisinin varlığına inandıklarını belirtmektedir. Ayrıca girişimcilerin mevcut iş süreçlerinden hiçbir zaman hoşnutsuz olmadıklarını aksine memnuniyeti artırma düşüncesinde olduklarını ifade etmektedir. Girişimciler, sadece sonuçla ilgilenmezler aynı

zamanda süreçle de ilgili olmayı sürdürürler. Bunun sonucu olarak performanslarını dikkate alırlar ve bir kez amaca yöneldiklerinde bu amaca tutkuyla takip ederler. İşletmelerinin kâr elde etmesi için çalışmak yerinde işletmelerinin büyüme potansiyelleri için çalışırlar. Girişimciler bu sayede kâr olgusunu işlerini ne kadar doğru yaptıklarının bir geri bildirimi olarak görürler (Bajaro, 1981:8-9).

Devletin ekonomik sorunların çözümünde daha az etkin olması ve yetki ve sorumlulukları girişimcilere bırakması daha etkili sonuçlar doğurabilecektir. Devletlerin girişimcilerin yasalara uygunluklarını denetlemeleri ve ekonomik ve sosyal gelişmeyi girişimciler aracılığıyla gerçekleştirmesi önem arz etmektedir. Girişimcilik makro ekonomik koşullar tarafından etkilenmektedir ancak aynı zamanda girişimcilik fırsatlarının ortaya çıkışında ekonomik krizlerin varlığıyla doğru orantılı olmaktadır. Girişimciliğin kriz döngülerinde bir faktör olmasının nedeni de budur (Ay, 2014: 145-146).

Girişimciliğin cinsiyete göre sınıflandırılması katma değer ortaya çıkarılmasında engel olarak ortaya çıkmaktadır. Kadınların girişimcilik eğilimlerindeki azalma çaresizlik olgusunu da beraberinde getirmektedir. Bu durum hem finansal hem de sosyal sermaye gelişimi için dezavantajlı bir sonuç doğurmaktadır. Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve cinsiyet ayrıştırılmasının ortadan kaldırılmasıyla değer üretilenilecektir (Börü, 2014:7).

Koh (1996) çalışmasında girişimcilerin belli başlı özelliklerinden söz etmiş ve bunları; girişimciliğin altında bir itici kuvvet olarak görülen “başarma ihtiyacı”, bireylerin hayatlarındaki ödül ve cezalara karşı algılarını ifade eden “kontrol odağı”, belirsiz durumlarda başarıyı elde etme inancı olarak tanımlanabilen “risk alma eğilimi”, belirsizliğin hakim olduğu durumlarda meydan okuyucu davranma ve bu durumun üstesinden gelebilme anlamındaki “belirsizliğe tolerans”, amaçlara ulaşma noktasında yeteneği ifade eden “kendine güven” ve girişimcilerle girişimci olmayanların ayrışma noktası olarak tanımlanabilen “yenilikçilik” olmak üzere 6 grupta ele almıştır (Koh, 1996: 14).

Özdevecioğlu (2014), girişimcileri risk almaya istekli ve fırsatları görebilen bireyler olarak ifade etmiştir. Özdevecioğlu ve Karaca (2015) çalışmalarında girişimcilik ile kişilik özelliklerini inceleyen araştırmaların sonuçlarına yer vermiştir. Buna göre, Gardner (1997) girişimci kişilik özelliklerine ilişkin bulguları bağlamında vizyon, odak, pratik zeka, beceriklilik, irade gücü, azim, tutku, güven ve sorumluluk gibi özelliklerin girişimcilerde bulunan en temel özellikler olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Bedi (1997)'nin çalışmasında ortaya çıkan özellikler, cesaret, içsel motivasyon, uygulamaya dönüklülük ve inanç olarak vurgulanmıştır. Son olarak Kets de Vries (1985)'in çalışmasında ise kontrole duyulan ihtiyaç, genel güvensizlik hissi, takdir edilme isteği, kişisel gariplik, yüksek dürtü ve enerji gibi özelliklerin girişimcilerde bulunması beklenen en temel özellikler arasında olduğu ifade edilmiştir (Özdevecioğlu, 2014: 10; Özdevecioğlu ve Karaca, 2015:83).

Karadal (2014)'a göre girişimcilerin ekonomik nabzın tutulmasında önemli olduğu ve toplumların yaşam standartlarının gelişmesinde kilit rol üstlendiklerinden hareketle çeşitli unsurları bir araya getiren ve risk alabilen bireyler olarak tanımlanmış ve girişimcilerin risk almaya yatkınlıkları vurgulanmıştır. Ayrıca bir yönetici ile girişimci arasındaki farklılık değerlendirirken yöneticinin risk alma konusunda temkinli olabileceği ancak girişimcinin risk almaktan tereddüt etmeyeceği ifade edilmektedir (Karadal, 2014:25).

TÜSİAD (2003) tarafından yayımlanan Türkiye'de Girişimcilik adlı rapora göre girişimcilerin sahip olması beklenen özellikler ifade edilmiştir. Buna göre girişimciler “hızlı düşünen, belirsizlik altında karar alan, kararlı ve azimli olan, güçlü, sezgi sahibi, iyi gözlemci, hayal gücü yüksek, kaynaklara ulaşabilecek ilişkiler ağına sahip, kaynaklar arasında özellikle insan kaynaklarını iyi yönetebilen, düşünme ve muhakeme yetenekleri güçlü, çok yönlü düşünebilen, yeninin kabul edilmesini sağlayacak ikna gücüne sahip olan, iyi iletişim kuran, bağımsız düşünebilen, esnek, yaratıcı, kendine güvenen, dayanıklı ve ısrarcı” kişilerdir. (TÜSİAD Basın Bülteni, 2003:2-3).

Bozkurt ve Erdurur (2013) girişimci kişilik özelliklerini ele aldıkları çalışmalarında başarıya ihtiyacı duyma, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçilik kavramlarını incelemiştir. Tablo 2.2.'de girişimci kişilik özellikleri sunulmaktadır.

Tablo 2.2 Girişimci Kişilik zellikleri

Girişimci Kişilik zelliği	Açıklama
Başarma İhtiyacı (McClelland 1961)	İnsan davranışının ardında bulunan itici güç, girişimcilik sürecinde etkili olan psikolojik bir faktör.
Kendine güven (Bowman, 1999)	İhtiyaç duyulan yeteneğe sahip olunduğuna dair inanç.
Yenilikçilik (Schumpeter, 1934)	Girişimciliğin odak noktası.
Kontrol Odağı (Zhao ve Chen, 2008)	Kişinin kendi eylemlerinin ve bu eylemlerin sonuçlarının arasındaki bağlantı gücü
Belirsizlik Toleransı (Teoh ve Foo, 1997)	Belirsiz durumlarda olumlu cevap verme yeteneği.
Risk Alma (Davidsson, 2010)	İstenmeyen sonuçlarla karşılaşma olasılığı

(Kaynak: Bozkurt ve Erdurur, 2013:66)

Literatürde girişimci kişilik özelliklerini farklı bakış açılarıyla ele alan yazarlara ilişkin bilgilendirme Tablo 2.3'te sunulmaktadır.

Tablo 2.3. Yazarlara Göre Girişimci Kişilik zellikleri

Yazarlar	Girişimci Kişilik zellikleri
Mill (1848)	Risk Alma
Weber (1917)	Resmi Yetkinin Kaynağı
Schumpeter (1934)	Yenilik, inisiyatif alma
Sutton (1954)	Sorumluluk tutkusu
Hartman (1959)	Resmi yetkinin kaynağı
McClelland (1961)	Risk alma, başarı ihtiyacı
Davids (1963)	Hırs, bağımsızlık arzusu, sorumluluk, kendine güven
Pickle (1964)	Yetenek, insan ilişkileri, iletişim yeteneği, teknik bilgi
Palmer (1971)	Risk ölçüsü
Winter (1973)	Güç ihtiyacı
Borland (1974)	İçyapı kontrolü
Gasse (1977)	Kişisel değer odaklı

Tablo 2.3 Devamı

Timmons (1978)	Kendine güven, amaç odaklı vizyon, risk alma, içyapı kontrolü, yaratıcılık
Sexton (1980)	Yüksek enerji, tutku, olaylara pozitif bakma
WelchveWhite (1981)	Kontrol ihtiyacı, araştırmacı sorumluluk, kendine güven, meydan okuma, kabul edilebilir risk alma
DunkelbergveCooper (1982)	Büyüme odaklılık, bağımsızlık odaklılık,
Heron (1992)	Yenilikçilik ve değişim odaklılık
Geisler (1993)	Risk alma ve yenilikçilik
Drucker (1998)	Risk alma ve yenilikçilik
Hisrich vd. (2005)	Yenilikçilik, değişim odaklılık, risk alma,
Hewison ve Badger (2006)	Yaratıcılık
Zakarevicius ve Zuperka (2010)	Duygusal zeka

(Kaynak: Carland vd.,1984:356; Çetinkaya-Bozkurt ve Alparslan, 2013:10 aktaran Koca-Ballı, 2014:20).

Tablo 2.3'te Koca-Ballı (2014:20) tarafından aktarılan bilgiler doğrultusunda girişimci kişilik özellikleri farklı yazarlar tarafından değişik açılardan ele alınmıştır. Risk alma, başarıma ihtiyacı, yenilik yapma arzusu, hırs, kendine güven, resmi yetkinin kaynağı, yüksek enerji, yetenek, insan ilişkileri gibi özellikler yazarlarca en çok vurgulanan girişimci kişilik özellikleri olarak ortaya çıkmaktadır. Çetinsaya-Bozkurt ve Alparslan (2013) çalışmalarında Türkiye'deki girişimci kişilik özelliklerine ilişkin çalışmalardan elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan sonuçları sunmuştur. Buna göre girişimci kişilik özellikleri yapılan çalışmalara göre;

- Risk alma,
- Kendine güven,
- Başarıma ihtiyacı,
- Yenilikçi olma,
- Yaratıcılık,
- İyi iletişim kurma,
- Problemleri kolayca çözebilme ve
- Duygusal zeka gibi özellikler etrafında yoğunlaşmaktadır (Çetinsaya-Bozkurt ve Alparslan; 2013:10-11).

2.5.3. Girişimcilik İle İlgili Çalışmaların İncelenmesi

Özdevecioğlu ve Karaca (2015) çalışmalarında girişimciliğin kişilik özellikleri tarafından etkilendiğı sonucuna ulaşmışlardır. Kişisel başarı için nevroklikliğin önemli bir özellik olduğu ancak girişimcilikle arasında negatif yönlü bir ilişki görüldüğü belirtilmiştir. Yeni deneyimleri açık olma ve yenilik yapma arzusu girişimcilik için büyük önem arz etmektedir. Girişimciler, fırsatların takip edilerek kara dönüştürülmesi noktasında emek harcamaktadırlar. Araştırma sonuçlarına göre yeniliklere açık olma davranışı akademik girişimciliğı, stratejik girişimciliğı ve ticari girişimciliğı etkilemektedir. Ayrıca uyumluluk davranışı girişimcilik sürecinde önem taşımakta ve elde edilen bulgular ışığında uyumluluk kişilik özelliğinin akademik ve stratejik girişimciliğe etki yaptığı belirtilmektedir. Öz denetim ve sorumluluk özelliklerinin kamu girişimciliğı ile ticari girişimcilik üzerinde etkiye sahip olduğu ancak dışadönüklük özelliğinin hiçbir girişimcilik türü üzerinde etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 134-137).

Çabuk vd. (2014), kadın girişimcilerin iş yaşam süreçlerini inceledikleri çalışmalarında Adana ilinde topladıkları veri aracılığıyla 15 girişimci kadına ön test uygulaması yapmışlar ve ticaret odası, sanayi odası, ticaret borsası ile esnaf ve sanatkarlar odasına kayıtlı girişimci kadınları katılımcı olarak belirlemişlerdir. Çalışmanın gerekçesi olarak her geçen gün artan kadın girişimci sayısını ve sosyal, endüstriyel değişimleri göstermişlerdir. Çalışmada amaçlanan kadın girişimci profillerinin belirlenmesi ve karşılaşılan engeller ile desteklerin tespitinde bulunmaktadır. Buna göre 100 kadın girişimci ile çalışma gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlara göre yaşanan en büyük sorunların duygusal gerginlik olduğu ardından aile baskınının ve iş süreçlerinde yalnız kalmanın olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. İş kurma sebebi olarak en önemli nedenin ekonomik kazanımlar olduğunun belirtildiğı çalışmada ileriki çalışmalar için örneklem büyüklüğü ile farklı sonuçlara erişilebileceğı ifade edilmiştir (Çabuk vd., 2014: 1228-1231).

Cingöz (2014) girişimcilik türlerinden ekoloji ile ekonomik amaçların bir arada tutulduğu ekogirişimcilik kavramını ele aldığı çalışmasında iş süreçleri gözetilirken doğal çevrenin korunmasının önemine değinmektedir. Çalışmada yeni bir iş kurmanın yanı sıra mevcut işletmelerde de çevresel etkilerin gözetilmesinde katkı sunan ve bu tür fırsatları araştıran

kişilerin de ekogirişimci olarak adlandırılabileceği belirtilmiştir. Ekolojinin dikkate alınmasının girişimcilik bağlamında yeni iş fırsatlarının da bulunması üzerine katkıda bulunabileceği ve bu durumun da rekabet üstünlüğü sağlayabileceği ifade edilmiştir (Cingöz, 2014:373-374).

Aydın ve Çakar (2014) ekogirişimcilik ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi geri dönüşüm sektörü üzerinde ele aldığı çalışmasında İzmir ilinde bulunan beşten fazla işletmeye sahip ilçeler dikkate alınmıştır. Veri toplama formuyla elde edilen veriler aracılığıyla bireysel yaratıcılık ile ekogirişimcilik arasında pozitif bir ilişkinin varlığı ifade edilmiştir. Çalışmada ekogirişimciliğin toplumsal dönüşüm nedeniyle önemli bir konu hale geldiği, çevresel duyarlılığın giderek artmasının ekogirişimcilik kavramına olan ilgiye de artırdığı ifade edilmiştir (Aydın ve Çakar, 2014:87).

Aykan (2012) çalışmasında ekogirişimciliği girişimcilik olgusunun değişen yüzü olarak ele almış ve ekolojik ve girişimcilik kavramlarının bir araya gelmesiyle ortaya çıkan ekogirişimcilik kavramının açıklanmasını amaçlamıştır. Hızla ilerleyen teknolojinin ve ticaretin gelişmesinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinden bahsedilmiştir. Kalkınma süreçlerini sürdürürken bireylerin ve örgütlerin çevre konularında bilinçlenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca işletme bünyesinde çevre politikalarının bulunmasının gerekliliği ifade edilmiştir (Aykan, 2012:195).

Aydın ve Çakar (2014) bireysel yaratıcılığın işletmelerde inovasyona yol açacak yetenekler olduğundan hareketle işletmelerin girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmek için yenilikçilik yeteneklerine ihtiyaç duydukları ifade edilmiştir. Ancak ülkemizde ekolojik faaliyetlerin yeteri kadar yayılmamış olması işletmelerin ekolojiyi dikkate alan yenilikler yapmalarının önünde engel olarak durmaktadır. Bireysel yaratıcılık ile ekogirişimcilik arasındaki ilişkiyi irdeleyen çalışmada İzmir ilinde beş ya da daha fazla işletmeye sahip olan ilçelerin geri dönüşüm sektör temsilcilerinden veriler elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre bireysel yaratıcılık ile ekogirişimcilik düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (Aydın ve Çakar, 2014:77-78).

Şanal ve Özgen (2013) kurumsallaşmanın kurumsal girişimcilik üzerine etkisini araştırdıkları çalışmalarında aile işletmelerini incelemiş ve sosyal sorumluluk ve profesyonelleşme unsurlarının risk ve proaktiflik üzerindeki etkilerini ölçmek istemişlerdir. Verileri anket formu aracılığıyla toplamış ve istatistiki programlar aracılığıyla analiz etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre kurumsallaşmanın profesyonelleşme düzeyinin cinsiyete göre değişim gösterdiğini belirlemişlerdir. Sosyal sorumluluk boyutu ile proaktiflik boyutu arasında pozitif bir ilişkiye rastlanırken risk boyutu ile negatif bir ilişki tespit edilmiştir.

Ülker (2004), göçmen girişimciliğini ele aldığı tez çalışmasında Berlin’de bulunan göçmenlerin sosyal ilişki ağları çerçevesinde nasıl esnek kimlikler sergilediklerini belirlemek istemiştir. Buna göre çalışmada girişimci göçmenlerin çeşitli yasalar, işgücü piyasası kuralları, politikalar ve düzenlemeler karşısında ne tür manevralar ve stratejiler geliştirdiklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Yılmaz ve Görmüş (2012:4484) çalışmalarında stratejik girişimcilik kavramını ele almış ve örgütsel destek ile öğrenme arasındaki ilişkileri incelemiştir. Çalışma tekstil sektöründe gerçekleştirilmiş ve veriler 138 katılımcıdan elde edilmiştir. 8 büyük işletmenin dahil edildiği çalışmada elde edilen bulgulara göre stratejik girişimciliği oluşturan akıl seti, girişimcilik kültürü, girişimci liderlik ve kaynakların stratejik yönetimi alt boyutlarının örgütsel destek ve örgütsel öğrenme üzerine pozitif düzeyde etkisinin olduğunu belirtmişlerdir.

Onay (2010), işletmelerde girişimcilik özelliğini etkileyen faktörler bağlamında iç girişimciliği ele aldığı çalışmada değişimin yaşamı belirleyen temel kurallardan biri olduğunu belirtmektedir. İşletmelerin de bu değişimden uzak durmalarının imkanı olmadığını ifade etmektedir. Çalışmada İzmir ve Manisa illerinde üç farklı sektörde faaliyet gösteren işletmeler incelenmiş olup iç girişimciliğin örgütlerin faaliyetlerine olumlu anlamda destek olduğu ve işletmelere dinamizm kattığı ifade edilmektedir. İç girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesinin yenilik yapma ile ilgili olduğu ve bu durumun örgütlerin temel amaçları arasında olmasının gerekliliği belirtilmektedir (Onay, 2010:58-59).

Demirel ve Özbezek (2015) işletmelerde iç girişimcilik ile yenilik ilişkisini inceledikleri çalışmalarında işletmelerin sahip oldukları fiziksel varlıklarla rekabet düzeylerini korumalarının imkansız hale geldiği ve bu nedenle beşeri kaynakların da dikkate alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. Buna göre çalışanların sahip oldukları bilgi, yetenek ve deneyimleri ile girişimcilik ve yenilik yapabilme yeteneklerinin artırılması gerekmektedir. İç girişimciliğin çalışanlar tarafından sahip olunan bağımsız iş süreci geliştirme eylemi olarak ifade edildiği çalışmada iç girişimcilik sayesinde hedef kitlenin beklentilerinin en etkin biçimde karşılanabileceği belirtilmektedir (Demirel ve Özbezek, 2015:129).

Gürel (2012), işletmelerin rekabet düzeyi yüksek bir ortamda varlıklarını sürdürdüklerini ve bu değişken, belirsizliğin hakim olduğu durum içerisinde fırsatların da elde edilmesinin yüksek olasılık dahilinde olduğunu ifade etmektedir. İç girişimciliğin böyle bir ortamda önemli hale geldiğini ve varlığını sürdürmek isteyen işletmelerin girişimcilik ruhu ile hedef kitle beklentilerini karşılayabilecekleri belirtilmektedir. İç girişimciliğin örgütte ortaya çıkışının kolay olmadığı ifade edilen çalışmada, gönüllülük esasına dayalı ilişkilerin hakim olduğu ve katılımcı yönetim anlayışına sevk eden tutumların bulunduğu iş ortamlarında iç girişimciliğin gelişmesi için elverişli bir ortam haline geldiği vurgulanmaktadır (Gürel, 2012:73).

Ağca ve Baş (2014) iç girişimciliğin fırsatları kollama, risk alma ve yenilik yapma gibi boyutlarının olduğunu ve girişimcilikteki gibi işletme verimliliğine olumlu etki yaptığını ifade ettikleri çalışmalarında iç girişimciliğin mevcut bir işletme içerisinde ortaya çıkışı sebebiyle girişimcilikten farklı olduğunu belirtmişlerdir. Örgütlerin yeni üretim metotları ve iş süreçleri ile desteklenmesi anlamına da gelen iç girişimcilik faaliyetlerindeki artış örgüte rekabet avantajı olarak geri dönmekte ve bu durumun ortaya çıkması için yeniliklerin teşvik edilmesi, potansiyel iç girişimciler belirlenmesi ve desteklenmesi gerekmektedir (Ağca ve Yörük, 2014:388).

BÖLÜM III

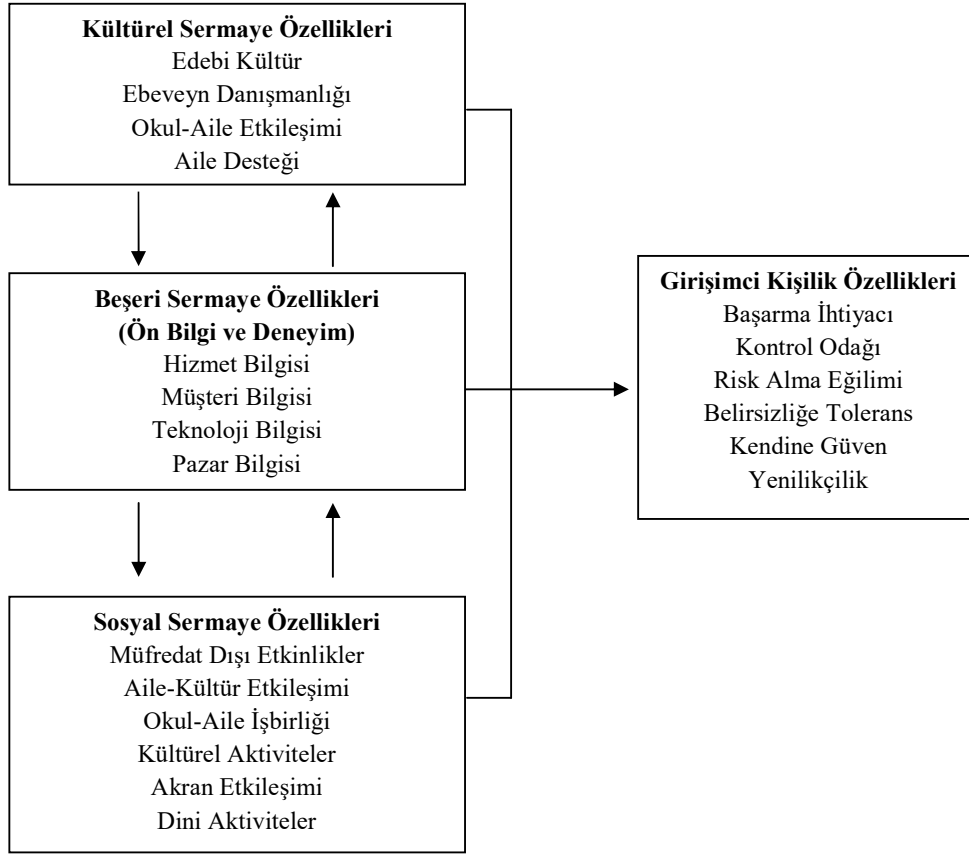
YÖNTEM

Tez çalışmasının yöntem bölümünde, araştırmanın modeli ve değişkenleri, araştırma konusuna ilişkin araştırma soruları, araştırma hipotezleri, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları, araştırmada kullanılan örnekleme yöntemine ilişkin bilgiler ve veri toplama yöntemleri açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri

Çalışmada literatür taramasından elde edilen bulgular ışığında kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye unsurlarının girişimci kişilik özelliklerini etkiledikleri varsayımıyla araştırma sürecinde uygulanan araştırma modeli Şekil 3.1'deki gibi tasarlanmıştır.

Araştırma modeli dikkate alındığında araştırma sürecinde kullanılan ölçeklere ilişkin alt boyutlar görülebilmektedir. Buna göre, kültürel sermaye özellikleri dört alt boyuttan oluşmaktadır ve edebi kültür, ebeveyn danışmanlığı, okul aile etkileşimi ve aile desteği olarak sunulmaktadır. Sosyal sermaye özellikleri alınan eğitim bağlamında müfredat dışı etkinliklerden, aile kültür etkileşiminden, okul aile işbirliğinden, akran etkileşiminden ve dini faaliyetlerden oluşmaktadır. Bir diğer boyut olan beşeri sermaye özellikleri ise girişimcilerin, hizmet bilgisi, müşteri bilgisi, teknoloji bilgisi ve pazar bilgisinden oluşmaktadır. Araştırma modelinin bağımlı değişkenini oluşturan girişimci kişilik özellikleri; başarıma ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçilik alt boyutlarından oluşmaktadır.



Şekil 3.1 Araştırma modeli

3.2. Araştırma Soruları ve Hipotezleri

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için araştırma soruları ve araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Hipotezlerin test edilmesi amacıyla çeşitli istatistikî analizlerden yararlanılmış ve niceliksel olarak ilişkiler test edilmiştir. Temel hipotezler bağlamında her bir değişkene ait alt hipotezler ayrıca sunulmuştur. Çalışmada yararlanılan araştırma soruları altı temel soru etrafında şekillenmekte ve değişkenler arasındaki ilişkiyi irdelemektedir. Buna göre araştırma soruları aşağıda belirtildiği gibidir:

- Kültürel Sermaye Özellikleri ile Beşeri Sermaye Özellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- Kültürel Sermaye  zellikleri ile Girişimci Kişilik  zellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Beşeri Sermaye  zellikleri ile Girişimci Kişilik  zellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Beşeri Sermaye  zellikleri ile Sosyal Sermaye  zellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Sosyal Sermaye  zellikleri ile Girişimci Kişilik  zellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Çalışmanın amaçları, araştırma soruları ve literatür incelemesi dikkate alınarak oluşturulan araştırma hipotezleri ise aşağıdaki gibidir:

Kültürel Sermaye ile Girişimci Kişilik  zellikleri İlişkisi

H_1 : Kültürel Sermaye  zellikleri ile Girişimci Kişilik  zellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{1a} : Kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{1b} : Kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{1c} : Kültürel sermaye özelliklerinden okul aile etkileşimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{1d} : Kültürel sermaye özelliklerinden aile desteğı ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Beşeri Sermaye ile Girişimci Kişilik  zellikleri İlişkisi

H_2 : Beşeri Sermaye  zellikleri ile Girişimci Kişilik  zellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2a} : Beşeri sermaye özelliklerinden hizmet bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2b} : Beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2c}: Beşeri sermaye özelliklerinden teknoloji bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2d}: Beşeri sermaye özelliklerinden pazar bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Sosyal Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi

H₃: Sosyal Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3a}: Sosyal sermaye özelliklerinden müfredat dışı etkinlikler ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3b}: Sosyal sermaye özelliklerinden aile-kültür etkileşimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3c}: Sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliği ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3d}: Sosyal sermaye özelliklerinden kültürel aktiviteler ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3e}: Sosyal sermaye özelliklerinden akran etkileşimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3f}: Sosyal sermaye özelliklerinden dini aktiviteler ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Kültürel Sermaye, Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermaye Özellikleri İlişkisi

H₄: Kültürel Sermaye Özellikleri ile Beşeri Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₅: Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₆: Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₇: Beşeri Sermaye Özelliklerinden Ön Bilgi Düzeyi ile Deneyim Düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Sosyo-Demografik Özellikler ile Ölçekler Arasındaki İlişki

H₈: Sosyo-Demografik özellikler ile Kültürel Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₉: Sosyo-Demografik özellikler ile Beşeri Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₁₀: Sosyo-Demografik özellikler ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₁₁: Sosyo-Demografik özellikler ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Veri toplama formunda katılımcılardan istenen verilerin tamamen gizli tutulacağı ve cevapların bilimsel bir araştırmaya yönelik kullanılacağı bilgisi verilmiştir. Verilerin başka kişi ve kurumlarca kullanılması gibi katılımcılara zarar verecek herhangi bir durumun oluşmayacağı konusunda gerekli ön bilgilendirmeler yapılmıştır. Bu bağlamda, katılımcıların veri toplama formundaki ifadeleri doğru algılayıp, yorumladıkları ve sorulara içtenlikle yanıt verdikleri varsayılmaktadır.

Veri toplama formları İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyetlerini sürdüren Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi Üyeleri olan girişimciler tarafından doldurulmuştur. İlgili formu cevaplandıran katılımcıların veri toplama formundaki ifadeleri algılama ve değerlendirme becerisine sahip oldukları varsayılmaktadır. Veri toplama formunun sadece İç Anadolu Bölgesinin Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi üyelerince cevaplandırılmış olması istatistiki analizler neticesinde elde edilen bulguların sadece katılımcılardan alınan verilerle sınırlı olması sonucunu doğurmaktadır.

Ayrıca araştırmanın diğer sınırlılıkları ise;

- Araştırmanın sadece İç Anadolu Bölgesi illerinde yapılması,
- Veri toplama formunun tüm girişimciler yerine sadece Genç Girişimciler Kurulları İcra Komitesi üyelerince cevaplandırılması,
- Anket metodunun mülakat yöntemiyle desteklenmesine karşın gözlem, odak grup vb. yöntemlerle desteklenmemesi,
- Ölçülmek istenen konunun veri toplama formundaki sorularla ve mülakatlarda sorulan sorularla sınırlı olması,
- Verilen cevapların deneklerin algısına dayalı olması,
- Nitel araştırma yöntemleri bölümündeki fenomenolojik araştırma deseninin genel bir kısıtı olan veri toplama tekrarlanabilirliğinin düşük olmasıdır.

3.4. Örneklem Süreci

Evren, araştırma sonuçlarının genellenebildiği unsurları içermektedir. Örneklem ise belli bir evrenden belli kurallara göre seçilmiş olan çalışma evrenine kıyasla daha az sayıda elemandan oluşmuş küçük bir topluluk, bir alt kümeyi ifade etmektedir. Dolayısıyla örneklem yöntemi evrenin daha küçük bir parçası tarafından temsil edilmesi anlamına gelmektedir (Arlı ve Nazik 2010:73). Nicel araştırma yöntemlerine ek olarak nitel araştırma yöntemlerinin de tercih edildiği çalışmada ana kütleyi oluşturan katılımcılar TOBB İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi üyeleridir. Araştırmada evren büyüklüğünün belirlenmesi için TOBB Genç Girişimciler Kurulu teşkilat yapısından faydalanılarak gerekli veri elde edilmiştir.

Buna göre, TOBB İl Genç Girişimciler Kurulu İle TOBB İl Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesinin Kuruluş, Çalışma Usul ve Esasları'nda belirtildiği üzere; her il bünyesinde on yedi icra kurulu üyesi bulunmakta, bu üyelerin ikisi yedek üye olarak görev almaktadır. Dolayısıyla Genç Girişimciler Kurulu İcra Komiteleri her il bünyesinde 18-40 yaş arasında bulunan 1 kurul başkanı ve 14 kurul üyesinden oluşmaktadır (TOBB, GGK Usul ve Esaslar, 2015).

Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesinden biri olan İç Anadolu Bölgesi'nde 13 il bulunmaktadır. Bu iller, Aksaray, Ankara, Çankırı, Eskişehir, Karaman, Kayseri, Kırıkkale, Kırşehir, Konya, Nevşehir, Niğde, Sivas ve Yozgat'tır. On üç ilin TOBB Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi üyelerinin sayısı her ilde 15 kişilik icra komitesi üyesi olduğu düşünüldüğünde araştırma süreci 195 kişiden oluşmaktadır.

Araştırma sürecinde evrene ulaşılmasının zaman ve maliyet anlamında güçlük oluşturması örneklem yönteminin tercih edilmesini sağlamıştır. Basit tesadüfi örneklem, olasılıklı örneklem türü olarak eşit seçilme şansı olan elemanların oluşturduğu ve kombinasyonlarda seçilme olasılıklarının aynı olduğu örneklem türünü ifade etmektedir (Arlı ve Nazik 2010:75). Buna göre, örneklem türleri içerisinde basit tesadüfi örneklem yöntemi tercih edilmiş ve ayırım gözetmeksizin, tabaka oluşturmada ve sınıflandırmaya tabii tutmadan her bir ile ait icra komitesi üyelerine ulaşılmaya çalışılmıştır.

Örneklem büyüklüğünün saptanması araştırmacıların en çok zorlandıkları konulardan biridir. Bu durumun sebebi araştırmanın evren ve yapısının kendine has özellikler barındırmasıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 84). Örneklem büyüklükleri Tablo 3.1'de belirtilmektedir.

Tablo 3.1. Örneklem Büyüklükleri

Anakütle Büyüklük	+ 0.03 örneklem hatası (d)			+ 0.05 örneklem hatası (d)			+ 0.10 örneklem hatası (d)		
	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3
	q=0.5	q=0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50

Bilimsel çalışmalarda genellikle 0.01 ve 0.05 değerleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Sosyal bilimlerde gerçekleştirilen çalışmalarda ise çoğunlukla 0.05 anlamlılık düzeyi yeterli olmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 88-89). Dolayısıyla 0.05 anlamlılık düzeyinde ± 0.03 örnekleme hatası ile 195 katılımcıdan 131 katılımcıya ulaşılmış olması örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Araştırma sürecinde 195 katılımcının tümüne ulaşılması hedeflenmiş ancak fiziki olarak ulaşamayan, anket formunu doldurmak istemeyen ve/veya katkıda bulunmak istemeyen katılımcılar düşünüldüğünde sonuç olarak 140 katılımcıya ulaşıldığı görülmüştür. Elde edilen veriler ön incelemeden geçirildiğinde veri toplama formundaki eksiklikler ve hatalı işaretlemeler nedeniyle 9 katılımcının verileri çalışmaya dahil edilmemiştir. Böylece araştırma süreci 131 katılımcıdan elde edilen verilerle sürdürülmüştür.

3.5. Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

Araştırma sürecinde veriler elde edilirken çalışmanın güvenilirliğini ve geçerliğini artırmak, yönetim literatüründe daha önce kullanılmamış güncel bir araştırma yöntemi kullanmak, çalışmanın esas konusunu oluşturan girişimciliğe ilişkin daha özgün yorumlarda bulunmak ve sadece sayısal değerlerden oluşan saptamalardan kaçınmak amacıyla nicel araştırma yöntemleri ile elde edilen verilere nitel araştırma yöntemleri ile elde edilen veriler ilave edilmiştir. Araştırmada veri toplama formundaki sırasıyla beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri ölçekleri yardımıyla elde edilen veriler sayısal değerlerle açıklanmıştır. Belirtilen kavramlara yönelik açık uçlu sorular ve birebir görüşmelerle elde edilen mülakat çıktıları yardımıyla nitel veriler elde edilmiş ve niceliksel verilerin desteklenmesi amacıyla kullanılmıştır. Buna göre araştırma sürecinde yararlanılan nicel ve nitel araştırma yöntemlerine uygulanan usul ve prosedürlere değinmek yerinde olacaktır.

3.5.1. Nicel Araştırma Deseni

Sosyal bilimler alanında araştırmacıların sıklıkla kullandığı bir veri toplama tekniği olan anket yöntemi, önceden belirlenmiş katılımcılardan bütünü temsil niteliğindeki hedef kitleye açık-kapalı uçlu soruların yöneltilmesi ve cevapların bu form aracılığıyla

toplanmasını ifade etmektedir (Kaya ve Şahin, 2013: 50). Çalışmada verilerin toplanması amacıyla anket ve birebir görüşme yöntemleri tercih edilmiştir.

Araştırma sürecinde veri toplama formları, süreç yanlılığı oluşturmamak amacıyla hem internet ortamında dijital hale getirilmiş hem de basılı kopya olarak hazırlanmıştır. Böylece, katılımcıların tercihlerine göre veri toplama formunu doldurabilmeleri sağlanmıştır. Veriler çoğunlukla yüz yüze görüşme yöntemiyle basılı anket formları aracılığıyla toplanmış, fiziki olarak ulaşılmayan bazı katılımcılardan ve anket formunu özellikle internet ortamında tamamlamak isteyen katılımcılardan veriler dijital olarak elde edilmiştir. Dijital anket formları veri toplama konusunda birçok araştırmacı tarafından tercih edilen “surveey.com” isimli web sitesinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Sonuç olarak, her iki biçimde elde edilen veriler istatistiki analiz yazılımında birleştirilmiş ve analize hazır hale getirilmiştir.

Veri toplama formlarının başlangıç kısımlarına açıklayıcı bilgilerin sunulması, katılımcı ile doğrudan ilişki kurulmasının zor olduğu süreçlerde büyük önem taşımaktadır. Başyazı çok uzun olmamalıdır ve hitapla başlayarak, araştırmanın amacını ifade etmelidir. Cevaplamaların nasıl yapılacağını belirtmeli ve bilgilerin gizliliği konusunda güvence vermelidir (Arlı ve Nazik, 2010:63) Buna göre, veri toplama formunda başyazı eklenmiş ve hitapla başlayarak, çalışmanın amacını, verilerin ne amaçla toplandığını ve veri gizliliği ifade edilmiştir. Veri toplama formunun başyazı aşağıda belirtildiği gibidir:

“Değerli Girişimci, bu anket formu DOKTORA tezi için hazırlanmıştır. Her bir soru için size en çok uyan sadece bir seçenek işaretlenmelidir. Cevaplarınız GİZLİ TUTULACAKTIR. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.”

2014 yılının Kasım ayından başlamak kaydıyla sekiz aylık süreçte İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi üyesi olan katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bunun için tez çalışmasının gerçekleştirildiği il olan Aksaray ili İcra Komitesi Başkanlığı’ndan İç Anadolu Bölgesi İl Başkanlıklarının iletişim bilgileri edinilmiştir. Bu sayede, Aksaray İl Başkanlığı aracılığıyla diğer illerle temasa geçilmesi sağlanmıştır. Aksaray ili dışındaki diğer 12 il başkanlığı ile telefon ve e-posta aracılığıyla yapılan ön görüşmelerde; tez çalışmasının amacı, verilerin ne amaçla toplanacağı, ne tür verilerin

istendiği ve elde edilecek verilerle ilgili etik değerler gibi ön bilgiler il başkanlarına sunulmuş ve icra komitesi üyelerinden veri toplanabilmesi için gerekli izinler alınmıştır. Ayrıca, veri toplama formu kurul üyelerine uygulanmadan önce yine aynı şekilde her bir katılımcıya verilerin toplanma nedeni hakkında gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır.

Çalışmanın amaçlarına en üst düzeyde ulaşmak için veri toplama aracı olarak düşünülen anket formundaki değişkenlerin her biri dikkatle hazırlanmıştır. Bu değişkenler; kültürel, beşeri ve sosyal sermaye ile girişimci kişilik özelliklerini esas alan literatür taramasından faydalanılarak oluşturulmuştur. Veri toplama formundaki ifadeler, güvenilirlik ve geçerliliği kanıtlanmış ve kolay anlaşılır nitelikte sorulardır. Veri toplama formundaki ölçeklerin araştırma sürecinde kullanılabilmesi için ölçekleri geliştiren ve çalışmalarında yer veren ilgili yazarlara e-posta yöntemi ile gerekli izin taleplerinde bulunulmuş ve akademik etik ilkeler doğrultusunda sorumlu yazarlara bilgilendirmeler yapılarak gerekli izinler alınmıştır.

Anket formlarının dezavantajları düşünüldüğünde uygulayan kişilerden veya uygulama şeklinden meydana gelen hatalar olabilmektedir. Soruların anlaşılabilmesi, samimi olunmaması veya ilgisiz kişilerce doldurulması gibi sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Kaya ve Şahin, 2013:57). Girişimciye ilişkin bilgiler kısmındaki yaş parametresi içerisinde “41-45” ve “46 ve üzeri” değişkenleri, veri toplama formunda meydana gelebilecek uygulama ve algılama hatalarını tespit etmek amacıyla yerleştirilmiştir. Araştırmanın katılımcılarının genç girişimciler oluşturduğu düşünüldüğünde bu değişkenlerin işaretlenmemiş olması beklenmektedir. Bu durumun sebebi ise genç girişimci olarak tanımlanan bireylerin 18-40 yaş grubunda bulunmalarındır (TOBB, GSK Usul ve Esaslar, 2015). 129 değişkenden oluşan veri toplama aracının birinci bölümündeki katılımcılara ilişkin Sosyo-Demografik Özellikler bağlamında “Girişimciye İlişkin Bilgiler” başlığı altındaki kısımda; girişimcinin yaşı, cinsiyeti, medeni hali, eğitim düzeyi, baba mesleği, yabancı dil bilip bilmediği belirlenmek istenmiştir. İlgili kısım Şekil 3.2’de gösterilmektedir.

Girişimciye İlişkin Bilgiler						
Yaşınız:	1()18-25	2()26-30	3()31-35	4()36-40	5()41-45	6()46-+
Cinsiyetiniz:	1()Kadın	2()Erkek				
Medeni Haliniz:	1()Bekar	2()Evli ise Çocuk Sayısı.....			3()Diğer	
Eğitim Düzeyiniz:	1()İlköğretim	2()Lise&Dengi	3()Önlisans	4()Lisans	5()Lisansüstü	
Babanızın Mesleği:	1()Girişimci/İşadamı/ Esnaf	2()İşçi/Memur/Emekli	3()Çiftçi	4()Diğer.....		
Hangi yabancı dili iyi düzeyde bilmektesiniz:	1()İngilizce	2()Almanca	3()Diğer.....			

Şekil 3.2 Girişimciye ilişkin değişkenler

Birinci bölümün içerisinde bulunan “İşletmeye İlişkin Bilgiler” ve “Girişimcilik Hakkında Bilgiler” kısmında işletmeyi kimlerin yönettiği, faaliyet gösterilen sektör, işletmede çalışan sayısı ve işletmenin faaliyet süresi sorgulanmıştır. “Girişimcilik Hakkında Bilgiler” kısmında ise katılımcının kaçınıcı kuşak girişimci olduğu, girişimci tarafından kurulan işletme sayısı, girişimciliğe başlama nedeni ve girişimciliğe motive eden en önemli neden sorgulanmıştır. İlgili kısım Şekil 3.3’te gösterilmektedir.

İşletmeye ilişkin Bilgiler					
İşletmeyi kim(ler) yönetmektedir: 1()Girişimci 2()Aile Fertleri 3()Ortaklar 4()Profesyonel Yöneticiler					
İşletmeniz hangi sektörde faaliyet göstermektedir:					
1()Metal 2()Makine 3()Madencilik 4()Gıda 5()Plastik 6()İnşaat Malz&Yapı					
7()Mobilya 8()Tekstil 9()Otomotiv Yan Sanayi 10()Diğer					
Faaliyet süresi: 1()2 yıldan az 2()2-5 3()6-10 4()11-150 5()16-20 6()20'den fazla					
Toplam çalışan Sayısı: 1()9'dan az 2()10-49 3()50-99 4()100-150 5()151-250 6()250'den fazla					
Girişimcilik Hakkında Bilgiler					
Kaçınıcı kuşak girişimcisiniz: 1()1. Kuşak 2()2. Kuşak 3()3. Kuşak 4()Daha Fazla					
Bu kurduğunuz kaçınıcı işletme: 1()İlk 2()2. 3()3. 4()4. ve üzeri					
Girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni: 1()Konuyla İlgili Bilgim/Tecrübem 2()Aldığım Eğitim					
3()İş Fırsatlarını Algılamam 4()Aile/Arkadaş Desteği 5()Devlet Teşviki 6()Diğer					
Sizi girişimciliğe motive eden en önemli neden: 1()Prestij Kazanmak 2()Ekonomik Güç Kazanmak					
3()Bağımsız Çalışmak 4()Topluma Hizmet Etmek 5()İstihdam Sağlamak 6()Diğer.....					

Şekil 3.3. İşletmeye ve girişimciliğe ilişkin değişkenler

Veri toplama aracının ikinci bölümünde katılımcıların beşeri sermaye özelliklerini belirlemek için Marvel ve Lumpkin (2007)’in çalışmasından yararlanılarak oluşturulan “Beşeri Sermaye Ölçeği” (HCS – Human Capital Scale) kullanılmıştır. Beşeri sermaye ölçeği, sunulan hizmete ilişkin bilgi, müşterilere ilişkin bilgi, teknoloji ve son olarak pazara ilişkin bilgi şeklinde 4 alt boyuttan ve 20 maddeden oluşmaktadır. Veri toplama formundaki ifadeler, “çok düşük” ten (1 olarak kodlanmıştır), “çok yüksek”e doğru (5 olarak kodlanmıştır) 5’li Likert ölçeği ile oluşturulmuştur.

Beşeri sermaye ölçeği girişimcilerin iş fikrine sahip oldukları andaki ve iş fikrini gerçekleştirdiği ve işletmelerini kurduklarındaki özellikleri sorgulaması bakımından önemlidir. Burada amaçlanan, beşeri sermaye özellikleri belirlenirken aynı zamanda bu özelliklerdeki değişimin de belirlenebilmesidir. Ayrıca, işletmeyi kurmayı düşündüğü tarih ile kurulunun tamamlandığı süre arasında geçen mesafenin bilinmesi girişimcilik fikrinin hayata geçirilmesi noktasında istatistiki veri sunabilecektir. Beşeri sermaye ölçeğinde ilk beş değişken hizmet bilgisi boyutunu, sırasıyla diğer beş değişken müşteri bilgisi boyutunu ve 11, 12, 13, 14, 15 no'lu değişkenler teknoloji bilgisi ve 16, 17, 18, 19, 20 no'lu değişkenler pazar bilgisi boyutlarını oluşturmaktadır (Marvel ve Lumpkin, 2007:816). Beşeri sermaye özellikleri ölçeğinin kullanılarak girişimcilerde beşeri sermaye özellikleri ve inovasyon yetenekleri arasındaki ilişkinin incelendiği Saygın (2012)'a ait çalışmada elde edilen bulgulara göre girişimcilerde işletmeyi kurmadan önceki ön bilgi düzeylerinin yüksek olması işletmeyi kurduktan sonraki deneyim sürecinde yani beşeri sermaye boyutlarında artışın olması anlamına gelmektedir. Beşeri sermaye ölçeğinde bulunan değişkenler Ek 1'de sunulmaktadır.

Üçüncü bölümde katılımcıların sosyal ve kültürel sermaye özelliklerini belirleyebilmek için Khodadady ve Zabihi (2011) tarafından geliştirilen ve 35 madde ile 10 alt boyuttan oluşan “Sosyal ve Kültürel Sermaye Ölçeği” (SCCQ-Social and Cultural Capital Questionnaire) kullanılmıştır. Bu bağlamda ilgili ölçekte kültürel sermaye özelliklerini ölçen 11 değişken bulunmaktadır. Ayrıca sosyal sermaye özelliklerini belirlemek için 24 değişken bulunmaktadır. Sosyal ve Kültürel Sermaye Ölçeği, Dika and Singh (2002) and Laureau and Weininger (2003)'ın çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Ayrıca, ilgili ölçekte Khodadady ve Natanzi (2012) tarafından geliştirilen Kültürel Sermaye Ölçeği'nden de faydalanılmıştır. Orijinal ismi Cultural Capital Scale (CCS) olan ölçeğin son haline, kültürel sermayenin ölçülmesi için daha önce literatürde yaygın biçimde kullanılmış olan Khodadady and Zabihi (2011) ile Khodadady, Alaei and Natanzi (2011)'ye ait ölçeklerin geliştirilmesi neticesinde ulaşılmıştır. Belirtilen ifadeler, “kesinlikle katılmıyorum” dan (*1 olarak kodlanmıştır*), “kesinlikle katılıyorum” a doğru (*5 olarak kodlanmıştır*) 5'li Likert ölçeği ile oluşturulmuştur.

Sosyal ve Kültürel Sermaye ölçeğinde 11 değişken kültürel sermaye ile ilgili olurken geriye kalan 24 değişken sosyal sermayenin ölçümünde kullanılmaktadır. Buna göre 2, 5, 7, 8 no'lu değişkenler edebi kültür boyutunu, 30, 31, 23, 24, 26, 29 no'lu değişkenler ebeveyn danışmanlığı boyutunu, 12, 18, 25, 29 no'lu değişkenler okul aile etkileşimi boyutunu, 15, 17, 19, 23, 25, 29, 32 no'lu değişkenler aile desteği boyutunu, 27 ve 28 no'lu değişkenler müfredat dışı etkinlikler boyutunu, 34, 35 no'lu değişkenler aile ilişkileri boyutunu, 9, 10, 22, 21, 23 no'lu değişkenler okul aile işbirliği boyutunu, 4, 5, 6, 11 no'lu değişkenler kültürel aktiviteler boyutunu, 19, 20, 33 no'lu değişkenler akran etkileşimi boyutunu ve 13, 14 no'lu değişkenler dini aktiviteler boyutunu oluşturmaktadır (Khodadady ve Zabihi, 2011 70-72).

Türkçe literatürde Avcı ve Yaşar (2014) tarafından kültürel sermaye çalışmaları ele alınmış ve kültürel sermaye ölçeğine yönelik güvenirlik ve geçerlik analiz çalışması gerçekleştirilmiştir. Avcı ve Yaşar (2014), kültürel sermaye kavramının ülkede yeni tartışılan bir konu olduğunu belirtmiş literatür taramasının ardından altmış maddelik bir form oluşturmuştur. Gerekli görüşler alındıktan sonra ön testte elli bir madde olarak belirlenen kültürel sermaye ölçeğinin 30 değişkenden oluştuğu ve dört boyuta sahip olduğu ayrıca kabul edilebilir uyum düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmada yararlanılan ölçeklerden biri de Khodadady ve Natanzi (2012)'nin geliştirdikleri kültürel sermaye ölçeğidir.

Veri toplama aracının Likert 5'li sistemde hazırlanan son bölümünde, girişimci kişilik özelliklerini belirlemek için Koh (1996) tarafından geliştirilen ve 36 ifadeden oluşan Girişimci “Kişilik Özellikleri Ölçeği” kullanılmıştır. Söz konusu ölçekte Başarma İhtiyacı, Kontrol Odağı, Risk Alma Eğilimi, Belirsizliğe Tolerans, Kendine Güven ve Yenilikçilik kavramlarını içeren 6 alt boyut bulunmaktadır. Girişimci kişilik özelliklerine ilişkin ifadeler, “kesinlikle katılmıyorum” dan (*1 olarak kodlanmıştır*), “kesinlikle katılıyorum” a doğru (*5 olarak kodlanmıştır*) 5'li Likert ölçeği ile oluşturulmuştur.

Araştırma sürecinde verilerin elde edilmesinde yararlanılan Koh (1996) tarafından geliştirilmiş girişimci kişilik özellikleri ölçeği, Türkçe literatürde Bozkurt ve Erdurur (2013)'un çalışmalarında girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik özellikleri arasındaki

ilişkinin belirlenmesi amacıyla kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre girişimciliği etkileyen bir aile, kültür, rol model, inanç, yaş gibi çok faktör bulunmaktadır ve girişimci kişilik özellikleri bu faktörler arasında önemli bir yere sahiptir. Ayrıca, Bakan vd. (2012)'nin çalışmalarında yararlanılan girişimci kişilik özellikleri ölçeği ile girişimcilik ve yenilikçilik arasındaki ilişki belirlenmek istenmiştir. Bulgulara göre serbest meslek sahipleri arasında girişimci kişilik özelliği sergileyenlerin yenilikçilik kapasitelerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinde altı psikolojik özellik bulunmaktadır. 6 değişkenden oluşan başarıma ihtiyacı boyutu, 7 değişkenden oluşan kontrol odağı boyutu, 6 değişkenden oluşan risk alma eğilimi boyutu, 6 değişkenden oluşan belirsizliğe tolerans boyutu, 6 değişkenden oluşan kendine güven boyutu ve 5 değişkenden oluşan yenilikçilik boyutu bulunmaktadır (Koh, 1996:18-19). Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinde 2, 5, 9, 19, 29, 32, 34 ve 36 no'lu değişkenler ters kodlanmıştır. Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeğinin Türkçe'ye uyarlamasını ve geçerlik çalışmasını yapan Bozkurt (2006:106) çalışmasında 6 boyuta ulaştığını ve ölçek maddelerinden 23,35,24,18,31,30,29,26,34 no'lu değişkenlerin Belirsizliğe Tolerans Boyutunu, 4,3,16,19,32,11,33,5,28 no'lu değişkenlerin Başarıma İhtiyacı boyutunu, 6,17,12,27,21,9,1 no'lu değişkenlerin Risk Alma boyutunu, 20,8,15,14 no'lu değişkenlerin Kontrol Odağı boyutunu, 7,13,2 no'lu ifadelerin yenilikçilik boyutunu ve 36,25,10,22 no'lu değişkenlerin Kendine Güven boyutunu oluşturduğunu belirtmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinde bulunan değişkenler Ek 1'de sunulmaktadır.

3.5.2. Nitel Araştırma Deseni

Araştırma sürecinde veri toplama formu ile elde edilen verilerin SPSS yazılımı ile analiz edilmesine ek olarak açık uçlu sorular yardımıyla katılımcıların konuya ilişkin düşünceleri belirlenmek istenmiştir. Veri toplama formunun son bölümünde nitel değişkenler bağlamında Santos vd. (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan yararlanılarak oluşturulan ifadeler katılımcılara yöneltilmiş ve elde edilen cevaplar istatistiki nicel analiz sonuçlarını desteklemek amacıyla kullanılmıştır.

Açık uçlu soruların yöneltildiği bu kısımda içerik analizinden ve katılımcılarla yapılan birebir görüşmelerden elde edilen görüşme kayıtlarının incelenmesinde fenomenolojik araştırma deseninden yararlanılmıştır. Fenomenoloji “en önemli şeyleri ortaya çıkarmak” anlamına gelmektedir. Buna göre bireylerin sahip oldukları bilginin esas kaynağı olan hislerinin, düşüncelerinin ve tecrübelerinin doğru ve tarafsız olarak ele alınması olarak ifade edilmektedir. Fenomenolojik araştırmada bilinmesi gereken en önemli husus bireylerin deneyimlerinin kendileri için anlamlı olduğu ve anlam ifade ettiğinin bilinmesidir (Güler vd., 2013: 234-236).

Araştırmada katılımcıların girişimcilerden oluşması ve katılımcılara yöneltilen sorularda nasıl girişimci olduklarının, kendileri için en önemli unsurun ne olduğunun ve girişimcilik sürecinde maddi kaynaklar dışında nelerin gerektiğinin sorgulanması, girişimcilerin kendi deneyimlerini ilgilendirmesi ve gelecekteki girişimci adayları üzerinde fenomen yaratabilmesi bakımından önem taşımaktadır.

Bu kısımda katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda belirtildiği gibidir:

- Sizi girişimciliğe sevk eden en önemli neden nedir?
- Girişimci olmak için neler gereklidir?
- Girişimci olmak için maddi kaynakların dışında nelere ihtiyaç duyulur?

Buna göre, katılımcılara, girişimciliğe sevk eden en önemli nedenin ne olduğu, girişimci kişilik özelliklerinin neler olduğu soruları yöneltilmiştir. Ayrıca, girişimcilikte maddi kaynaklar dışında nelere ihtiyaç duyulduğu, girişimcilik sürecinde kişisel birikimlerin, kültürel geçmiş ve kişilerarası ilişkilerin önemi sorgulanmıştır. Açık uçlu sorulara ek olarak katılımcılar ile yapılan birebir görüşmelerden elde edilen görüşme kayıtları, fenomenolojik araştırma deseni içerisinde araştırmacı önyargılarının arındırılması, önemli ifadelerin tespitinin, temaların oluşturulması ve betimlemelerin yapılması gibi analiz aşamalarından geçirilerek incelenmiştir. Bu bağlamda fenomenolojik araştırma desenine değinmek yerinde olacaktır.

3.5.2.1. Fenomenolojik Araştırma Yöntemi

Fenomenoloji mimari alanda algılamının bütüncül oluşu ve yapı malzemelerinin duyuşal özellikleri ile ilgili olurken arkeoloji alanında kültürel varlıkların duyuşal açıdan anlaşılmasına odaklanmakta, psikolojide öznel deneyimleri açıklarken fizik alanında yüksek enerjili deney teorileri ile ilintili iken felsefe alanında Husserl (1859-1938) tarafından kurulan bir felsefi akımı ifade etmektedir. Genel olarak bilimde ise gözlemlenebilen olguları ifade etmektedir (Wikipedia, Erişim Tarihi: 01.10.2015). Türk Dil Kurumu'na göre "görüngü bilimi" olarak ifade edilen (TDK, Erişim Tarihi: 08.10.2015) fenomenoloji bünyesinde yapılan araştırmalarda verilerin toplanması görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmekte ve genelde yüz yüze olabildiği gibi ilerleyen teknoloji sayesinde internet üzerinden veya e-posta aracılığıyla da yürütölmektedir. Fenomenolojik araştırma kapsamında öncelikle bir fenomen belirlenmekte ve bu fenomen herhangi bir olay olabileceği gibi bir obje ya da herhangi bir somut olay da olabilmektedir. Ardından bu fenomenin tecrübe eden bireyler belirlenmesi ve verilerin görüşme yöntemiyle elde edilmesi gerekmektedir. Toplanan veriler ise analiz sürecinden geçirilmektedir. Bu süreç, ilgili fenomeni tecrübe eden bireylerin neyi nasıl deneyimlediklerinin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Güler vd., 2013: 234-236).

Cope (2003)'a göre girişimcilik üzerine yapılan fenomenolojik araştırmalar hala emekleme dönemini yaşamaktadır. Bu nadir çalışmaların bir örneği olarak Cave vd., (2001) tarafından Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'de bulunan girişimcilerin girişimcilik hatalarını ele alınmıştır. Genellikle fenomenolojik görüşmeler nicel araştırma yöntemleri ile elde edilen verileri güçlendirmek ve desteklemek için kullanılmaktadır ancak bahsi geçen bu çalışmada fenomenolojik bulgular nicel veriler tarafından desteklenmektedir. Sonuç olarak, fenomenolojik görüşmeler yapmak araştırmacıya zorlu ancak zengin ve eşsiz bakış açılarını barındıran oldukça ödüllendirici metodoloji sunmaktadır (Cope, 2003:11).

Berglund (2006)'a göre girişimcilik teorik olarak kişisel anlam ve yorumlamalarla anlam kazanmaktadır. Fenomenolojik araştırma ise beklentiler ve ihtiyaçlar göz önüne alındığında alanın henüz yeni oluşu, kavramsal tanımlamalarla yapılan mücadeleler ve

araştırma yönteminin amacı hakkında yüzleşilen sorular nedeniyle girişimcilik araştırmalarında uygun bir yöntem olarak görünmektedir (Berglund, 2006:90).

Araştırmadaki fenomen girişimciliktir ve araştırmanın katılımcılarının birer girişimci olmaları sebebiyle de veri toplama sürecinde girişimcilik olgusu ile ilgili deneyimleri ve görüşleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Buna göre katılımcılar, girişimciliğin oluşmasında katkısı olduğu düşünülen maddi olmayan sermaye türlerine ilişkin duygu, düşünce ve deneyimlerini paylaşmışlardır. Araştırma sürecine katılan tüm girişimcilerin açık uçlu sorulara ve mülakat sorularına verdiği cevaplar değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca, yapılan birebir görüşmelerden elde edilen fenomenolojik araştırma verileri ile durum temelli yaklaşımlar yapılmıştır.

Fenomenolojik araştırmalarda kullanılan yöntemlerden biri önemli ifadelerin listesinin çıkarılması ve gereksiz ifadelerin elenmesi olarak belirtilmektedir. Buna göre, araştırma sorusu ile ilgili olduğu düşünülen ifadeler listelenmektedir. Bir diğer yöntem ise ifadelerin temalar altında kümelenmesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Güler vd., 2013: 248-249). Araştırmada kullanılan fenomenolojik araştırma yöntemi, Moustakas (1994) tarafından önerilen araştırma süreçlerini içermektedir. Fenomenolojik araştırma sürecinde izlenmesi gereken adımlar aşağıdaki gibi ifade edilmiştir (Creswell, J.W., 2015: 81-83):

- Problemin fenomenolojik yaklaşıma uygunluğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Bir fenomenle ilgili ortak deneyimlerin anlaşılmasına çalışılması en uygun problem türünü oluşturmaktadır.
- İlgili fenomen belirlenmeli ve araştırmacı kendi deneyimlerini önyargılarından arındırmalıdır.
- Veriler fenomen ile ilgili deneyimi olan bireylerden toplanmalıdır. Sayıları 5-25 arasında değişen katılımcılardan mülakat yoluyla veriler elde edilmelidir.
- Katılımcılara genel olarak fenomenle ilgili yaşanan deneyimler ve hangi durumlar fenomenle ilgili deneyimi etkilemiştir şeklinde iki soru yöneltilmelidir.
- Önemli açıklamalar, cümleler ve alıntılar, anahtar ifadelerin listelenmesi gerçekleştirilir.
- Oluşturulan temalar katılımcıların deneyimlerine ilişkin betimlemelerde kullanılır.

Fenomenolojik araştırma sürecinde dikkat edilmesi gereken hususlardan biri araştırmacının veri analizi öncesinde askıya alma anlamına da gelen *Epoche* kavramıdır. *Epoche*, araştırmacının mümkün olduğu kadar etkisizleştirilmesi anlamına gelmekte ve fenomene ilişkin kendi deneyimlerinden arınmasını ifade etmektedir. Yani araştırma konusu olan fenomene ilişkin duygu, düşünce ve önyargılar askıya alınmak durumundadır (Güler vd., 2013: 240-243; Creswell, J.W., 2015: 81).

Çalışmada SPSS analizlerinden elde edilen sonuçlarda ölçeklerin faktör yükleri tespit edilmiştir. Fenomenolojik araştırmadan yararlanılarak oluşturulacak ifadelerin listelenmesi ve temalar altında gruplandırılması ile iki analiz yönteminden elde edilen sonuçların karşılaştırması ve desteklenmesi sağlanabilmektedir. Araştırmada fenomenolojik araştırma sürecinde tematik gruplandırma amacıyla yararlanılan yöntemlerden olan Semantik Haritalama, bilgilerin görsel olarak aktarılmasını sağlayan bir tekniktir. Semantik Haritalamanın fikir üretme, değerlendirme, fikirleri düzenleme gibi birçok kullanım alanı vardır. Bugün eğitsel çalışmalarda kullanılmak üzere birçok bilgisayar yazılımı da bulunmaktadır. Bir tür bilginin sunum şeklidir. Çizgilerle kavramlar arası ilişkileri gösteren, kavramları hiyerarşiye sokan bir sistemdir (Kılınç, 2007). Çalışmada fenomenolojik araştırma deseninde veri madenciliği yazılımları arasında önemli bir yer tutan Voyant Tools yazılımı ile birlikte çevrimiçi semantik haritalar oluşturmaya yarayan çeşitli uygulamalar da kullanılmıştır. Tablo 3.2’de araştırmanın bütününe ilişkin veri toplama formunun içeriği sunulmaktadır.

Tablo 3.2. Veri Toplama Formunun İçeriği

Bölüm	Bölüm Sorularının İçeriği	Değişken Sayısı	Ölçek Türü
I	Sosyo-Demografik Özellikler	14	-
II	Beşeri Sermaye Özellikleri	20	Likert 5’li Sistem
III	Sosyal ve Kültürel Sermaye Özellikleri	35	Likert 5’li Sistem
IV	Girişimci Kişilik Özellikleri	36	Likert 5’li Sistem
V	Açık Uçlu Sorular	3	-
Ek	Birebir Görüşme - Mülakat Verileri	-	-

3.6. Analiz Öncesi Verilerin Taranması

Elde edilen verilerin güvenilir ve geçerli olmasını sağlamak adına öncelikle eksik veriler araştırma sürecine dahil edilmemiştir. Elde edilen anket formlarından 9'u elenmiş ve değerlendirmeye alınmamıştır. Böylece değerlendirmeye alınan katılımcı sayısı 131 olarak tespit edilmiştir. Ardından çapraz tablolar analizi kullanılarak veri uyumsuzlukları an aza indirgenmiştir. Buna göre, anket formunda katılımcılara yöneltilen sosyo-demografik özellikler dikkatle incelenmiş ve aralarındaki dağılım değerlendirmeye alınmıştır. Yaş değişkeninde 40 yaşın üzerinde olan katılımcı olup olmadığı gözlenmiştir çünkü katılımcıları oluşturan grubun 18-40 yaş aralığında olması beklenmektedir.

Ayrıca katılımcılardan deneyim süreleri, yaş değişkeni ve eğitim bilgileri arasındaki uyumsuzluklar incelenmiştir. Örneğin kurduğu işletme sayısı "1" olan katılımcının, işletmesi girişimci tarafından yönetiliyorsa, deneyim süresi 20'den fazla ise ve yaş değişkeninde 18-25 yaş aralığı seçilmiş ise bu anket formunun çelişkiler sebebiyle dikkate alınmaması gerekmektedir. Sonuç olarak katılımcılardan elde edilen verilerde herhangi bir uyumsuzluğa rastlanmamıştır.

Elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediği belirlenmek istenmiştir. Buna göre ölçeklere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Değerlerin ± 1 arasında olması dağılımın normalden sapma olmadığı yönünde yorumlanmaktadır (Nakip, 2006:176). Sonuçlara göre ölçeklerin ± 1 arasında değerlere sahip olduğu ve parametrik testlerin uygulanmasında sakınca olmadığı görülmüştür.

3.7. Pilot Uygulama

Araştırma sürecinde oluşabilecek hataların önceden tespit edilmesi ve giderilmesi amacıyla ön uygulama yapılmıştır. Buradaki amaç zaman ve maliyet kısıdını önlemek ve muhtemel hatalara karşı önlem alabilmektedir. Veri toplama formunda tasarımdan veya fiziki şartlardan kaynaklı hasarların, sorunların giderilmesi amacıyla ön uygulama yapılmasına karar verilmiştir. Ayrıca veri toplama formundaki ifadelerin anlaşılır olup olmadığının belirlenmesine yarayan pilot uygulama sayesinde araştırma süreci öncesinde gerekli

düzenlemeler yapılabilir. Buna göre Silifke ilçesinde Kadın Girişimciler Derneği üyelerinden 30 girişimciye anket formu ulaştırılmış ve doldurmaları istenmiştir.

Katılımcıların anket formunu doldururken ortalama olarak 9 dakika harcadıkları gözlenmiş ve asıl uygulama sürecinde katılımcılara anketin muhtemel süresi hakkında bilgi verilmiştir. Anket formuna yönelik ve ifadelerin anlaşılabilirliğine yönelik herhangi bir düzeltme önerisi gelmemiştir. Elde edilen veriler ışığında anket formunun pilot uygulamasında güvenilirlik analiz sonuçları anket formunun yüksek derecede güvenilir olduğu sonucunu ortaya koymuştur.

3.8. Güvenirlik Analizleri

Veri toplama araçlarının güvenilirliği, ölçülmek istenenin doğru ölçülmesi, güvenilir olması, aynı yolla tekrar ölçüldüğünde benzer sonuçları vermesini ifade etmektedir (Arlı ve Nazik, 2010:56). Güvenirlik korelasyon katsayısı ile belirlenmekte ve 0 ile 1 arasında değer almaktadır. İlgili değer 1'e yaklaştıkça güvenilirliğin yüksek olduğu kanısına varılmaktadır (Kaya ve Şahin, 2013:91).

Güvenirlik kavramı ölçülmek istenen özelliklerin doğru olarak ölçülmesini ifade etmektedir. Güvenirliğin yüksekliği, çalışma geçerliliğinin sağlanması konusunda ön koşul olarak karşımıza çıkmaktadır. Cronbach's Alfa katsayısının düşük değeri içsel olarak ilişkili olmadığını göstermektedir. Yeni geliştirilen ölçekler için kabul edilebilir Cronbach's Alfa katsayısı 0.50 ile 0.60 arası iken, Cronbach's Alfa katsayısının 0.70'ten büyük olması içsel tutarlılığın yüksek olduğunu ifade etmektedir (Bülbül 2003:216). Tablo 3.3'te belirtildiği üzere ölçeklerin bir bütün olarak ele alındıklarında güvenilirlik katsayıları .716 ile .937 arasında değişmektedir. Bu katsayılardan kullanılan ölçeklerin yüksek düzeyde güvenilir oldukları ve araştırmaya elverişli oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 3.3. Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

Ölçek	Ölçüm Aralığı	Değişken Sayısı	Cronbach's Alpha	(n)
Beşeri Sermaye Özellikleri	5'li ölçek	40	.895	131
Sosyal – Kültürel Sermaye Özellikleri	5'li ölçek	35	.937	131
Girişimci Kişilik Özellikleri	5'li ölçek	36	.716	131

Araştırma sürecinde girişimcilerin işletmelerini kurmadan önceki beşeri sermaye özellikleri ile işletmelerini kurduktan sonraki beşeri sermaye özellikleri aynı değişkenler bağlamında ele alınmıştır. Buradaki amaç beşeri sermaye özelliklerinde olası bir artışın olup olmadığının gözlenmek istenmesidir. Buna göre güvenirlilik analiz sonuçlarına göre beşeri sermaye özellikleri 40 değişkeniyle birlikte .895 Cronbach's Alpha değerine sahip ve yüksek derecede güvenilirlerdir. Ancak değişkenlerin 20+20 olacak şekilde gruplanmış olması ve katılımcılara iki alt boyut olarak sunulmuş olması nedeniyle beşeri sermaye özelliklerinin kendi içerisinde güvenirlilik analiz sonuçlarının sunulması yerinde olacaktır. Buna göre, Tablo 3.4'te beşeri sermaye özelliklerinin işletmeyi kurmadan önceki durumu ile işletmeyi kurduktan sonraki dönemi kapsayan değişkenlerine ilişkin Cronbach's Alpha sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 3.4. Beşeri Sermaye Ölçeğinin Güvenirlik Katsayıları

Ölçek	Ölçüm Aralığı	Değişken Sayısı	Cronbach's Alpha	(n)
İşletmeyi Kurmadan Önce	5'li ölçek	20	.910	131
İşletmeyi Kurduktan Sonra	5'li ölçek	20	.854	131

Tablo 3.4 incelendiğinde beşeri sermaye özelliklerini belirlemeye yarayan ölçeğe ilişkin Cronbach's Alpha değerlerinin yüksek derecede güvenirliliği sağladığı yorumu yapılabilmektedir. Ancak bu bölümdeki güvenirlilik analiz sonuçlarının ölçeklerin yapı geçerliği öncesi bir bütün halinde ele alınmasıyla elde edildiğini belirtmek yerinde olacaktır. Faktör analizi neticesinde elde edilen ölçeklere ilişkin güvenirlilik analiz sonuçları, ortalama ve standart sapma değerleri bölüm sonunda sunulmaktadır.

3.9. Geçerlilik Analizleri

Veri toplama araçlarının geçerliği isteneni ölçmesi ile ilgili olmaktadır. Geçerlik, araştırılmak istenen konuyla ilgili uygun tepkilerin elde edilmesi anlamına gelmektedir. Veri toplama aracı geçerli bulunmadığı sürece güvenilir olması beklenememektedir (Arlı ve Nazik, 2010:56). Araştırma sürecinde verilerin elde edilmesine yarayan veri toplama formunda nicel ve nitel verilerin bir arada bulunması ve veri toplama yöntemlerinin çeşitli olması sebebiyle çalışmayı ilgilendiren geçerlik konusu iki boyutta incelenecektir. Öncelikle nitel araştırmalar için geçerlik konusuna değinilecek ve ardından nicel geçerlik açıklamaları yapılacaktır.

Nitel araştırmalar tasarlanırken uygulamaya konması gereken bazı tasarım ilkeleri bulunmaktadır. Çalışmaya başlanırken yorumlayıcı bakış açısı sağlayan varsayımlar kabul edilerek başlanmalıdır. Öncelikle literatür taraması yapılmakta ardından çalışılması gereken bir problem ya da sorunun var olduğu belirtilmektedir. Bu problem gerçek hayat içerisinde olabildiği gibi literatürde eksikliği hissedilen bir sorunu da oluşturabilmektedir. Araştırmacı titizlikle veri toplama prosedürlerini izlemeli ve çalışmayı nitel yaklaşımının karakteristik özellikleri çerçevesinde yürütmelidir. Katılımcıların söylediklerinin doğru bir yansımayla sahip olması amacıyla, açıklamalar çeşitli kaynaklarla teyit edilmeli ve diğer araştırmacıların kullanılan prosedürü incelemesi gibi birden fazla geçerlik stratejisi ile yapılandırılmalıdır (Creswell, 2013:50-52).

Akran incelemesi, uzun süreli katılım ve sürekli gözlem yöntemleri nitel araştırmalarda geçerlik stratejileri bağlamında ifade edilmektedir. Nitel araştırmalarda araştırmacıların elde ettikleri bulguların doğruluğunu kanıtlamaları için belirtilen geçerlik stratejilerini benimsemeleri gerekmektedir (Creswell, 2013:250). Buna göre, çalışmanın nitel verilerini içeren fenomenolojik araştırma yöntemi ile incelenen kısmı için bu bağlamda geçerliğinin sağlandığı söylenebilmektedir. Çalışmanın açık uçlu nitel verileri sorgulayan kısmı, veri toplama formunun nicel verileri elde etmeye yarayan kısımlarından elde edilecek istatistiki analiz sonuçları ile karşılaştırılmış olması çalışmanın geçerliği için önem arz etmektedir. Ayrıca verilerin 8 aylık uzun bir dönem içerisinde toplanmış olması ve katılımcıların akranları olarak nitelendirilen aynı konumdaki ve benzer sosyo-demografik özelliklerdeki

katılımcılarla desteklenmesi geçerliğin sağlanması noktasında benimsenen yöntemleri oluşturmaktadır.

Geçerliğin yüksek olması ölçülmek istenen kavramın gözlenebilir nitelikte tasarlanan değişkenlerle ifade edilebilmesiyle alakalı olmaktadır. Ayrıca bir ölçümün geçerli olmasının ilk şartı da o ölçümün güvenilir olarak atfedilmesidir. Ancak güvenilirlik düzeyi geçerlik için bir ön koşul oluştursa da geçerliği garanti altına alan bir sonuç teşkil etmemektedir. Geçerlik 3 düzeyde gerçekleşmekte; içerik, uygulama ve yapı geçerliği olarak adlandırılmaktadır. İçerik geçerliği ölçümde faydalanılan değişkenlerin ölçme amacına uygunluğunu ifade etmekte olup uzman görüşü ile saptanmaktadır (Kaya ve Şahin, 2013:95). Buna göre araştırma sürecindeki ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlik çalışmalarının yapılmış olması ve söz konusu ölçeklerdeki değişkenlerin alanında uzman kişilerce incelenip onaylandıktan sonra verinin toplanması, araştırma sürecinde içerik geçerliğinin sağlandığını göstermektedir.

Bir diğer geçerlik türü olan uygulama geçerliği ölçüm ile ölçülen şeyin gerçek hayattaki karşılaştırmalarında elde edilen uyumu ifade etmektedir. Uygulama geçerliği en az yanılma payına sahip geçerlik türü olmasına rağmen uygulamada karşılaşılan sorunlarla da güçlüğü hissedilmektedir. Bu durumun sebebi uygulamadaki beklentilerin gözlenebilir kavramlarla ifade edilmesindeki güçlükten kaynaklanmaktadır. Yapısal geçerlik, kuramsal olarak ölçmenin dayandığı temel kuramların geçerliği ile ilgili olmakta ve faktör analizi tekniği ile sağlanabilmektedir. Faktör analizindeki amaç değişkenlerin az sayıda gruba indirgenmesidir. Bu gruplar ölçmedeki kuramsal yapıyı ifade etmektedir (Kaya ve Şahin, 2013:96). Araştırma sürecinde katılımcılara yöneltilen değişkenler, katılımcıların yani girişimcilerin sıklıkla karşılaştığı kavramlarda oluşması ve algılama hatasının bu bakımdan en alt düzeyde olduğunun varsayılması uygulama geçerliğinin sağlandığını göstermektedir. Ayrıca soyut kavramlar yeri çoğunlukla girişimcilerin işleri ile ilgili sorgulamaların yapılmış olması da uygulama geçerliğinin sağlandığının göstergesi olmaktadır.

Araştırma sürecinde yararlanılan veri toplama formunun çeşitli aşamalardan geçirilerek geliştirilmiş olması, literatürde sıkça kullanılmış olması, veri toplama formundaki ölçeklerin alanında uzman kişilerce incelenmiş olması ve öneriler ışığında düzenlenmesi,

sadelik ve anlam karmaşası bakımından incelenmiş olması, taslak veri toplama formunun ön test uygulaması ile anlaşılabilirlik testinden geçirilmesi ve veri toplama aşamasında katılımcılara birebir ulaşılması, verilerin faktör analizine uygun olması gibi olumlu etkenler sebebiyle araştırma sürecinde veri geçerliğinin içerik, uygulama ve yapı düzeylerinde sağlandığı söylenebilmektedir.

3.9.1. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizleri

Faktör analizi, çalışmada yapı geçerliğinin sağlanması yönünde kullanılan analiz yöntemlerinden biri olarak görülmektedir (Büyüköztürk vd., 2011:119). Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin faktör yapısı belirlenirken temel bileşenler analizi ve eksen döndürme yöntemi olarak dik döndürme yöntemlerinden “varimax” yöntemi seçilmiştir. Ölçekler, faktör analizine uygunlukları konusunda KMO ve Barlett Küresellik Testi ile incelenmiştir. Faktör analizinde KMO değerleri ve Barlett Küresellik Testi veri setini uygunluğuna işaret etse de değişkenlerin toplam çözüme katkı sağlayıp sağlamadıklarının ayrıca belirlenmesi gerekmektedir.

Anti Image Korelasyon Matrisinin de incelenmesi, değişkenlerin köşegen değerlerden her hangi birinin 0.5’ten küçük olup olmadığı belirlenmesi gerekmektedir (Altunışık vd., 2010:291-293). Bu bakımdan her bir ölçeğe ilişkin Anti Image Korelasyon Matrisi incelenerek 0.5’ten küçük değere sahip değişkenler analizden çıkartılmış bu doğrultuda oluşan KMO ve Barlett Küresellik Testi sonuçları sunulmuştur. Ayrıca, ölçeklerdeki her bir faktörün toplam faktör yükünü ne kadar etkilediğini belirlemek adına faktör analiz sonuçlarında Communualities tabloları incelenmiş ve .30’un altında bulunan faktörler analiz süreçlerinden çıkartılmıştır. Altunışık vd., (2010:272)’e göre ölçeklere ilişkin faktör analizi süresince faktör sayısının belirlenmesine yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlar özdeğerlere, “scree test” kriterine ve açıklanan varyansa göre olmaktadır. Bir diğer faktör sayısı belirleme yöntemi ise faktörlerin araştırmacı tarafından belirlenmesidir. Araştırmacı teorik olarak ve araştırma modeli çerçevesinde analiz neticesinde çıkması istenen faktör sayısına kendisi karar verebilmektedir. Buna göre, çalışmada evrenin ve dolayısıyla örneklemin azlığıyla doğru orantılı olarak değişkenlerin fazlalığı nedeniyle faktör sayısının araştırmacı tarafından belirlenmesi kriteri izlenmiştir.

3.9.1.1. Beşeri Sermaye Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 3.5'te Beşeri Sermaye Özellikleri Ön Bilgi Düzeyi ölçeğine ilişkin KMO ve Barlett Küresellik Testleri sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 3.5. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) KMO ve Barlett Testi Sonuçları

Açıklanan Toplam Varyans (%)	66.621
Hizmet Bilgisi Boyutu (%)	20.258
Teknoloji Bilgisi Boyutu (%)	18.737
Pazar Bilgisi Boyutu (%)	16.258
Müşteri Bilgisi Boyutu (%)	11.369
K-M-O	.869
Yaklaşık Ki-Kare	1543.376
Bartlett Küresellik Testi	df: 190; p: .000

Tablo 3.5'e göre beşeri sermaye özellikleri ön bilgi düzeyi ölçeğine ilişkin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) değeri .869 olarak belirlenmiş ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Bartlett küresellik testi yaklaşık ki-kare değeri 1543.376 ve serbestlik derecesi 190 olup anlamlıdır ($p=0.00$, $p<0.05$). Buna göre test sonuçları faktör analizinin veri seti üzerinde uygulanabileceğini göstermektedir. Beşeri Sermaye Ön Bilgi düzeyi ölçeğinin 4 boyutu toplam varyansın %66.621'ini açıklamaktadır. Tablo 3.6'da beşeri sermaye özellikleri bağlamında hizmet bilgisi boyutuna ilişkin faktör analizi sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo 3.6. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Hizmet Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Ürettiğim mal/hizmetin üretim yöntemleri hakkındaki bilgi düzeyim	.803
Ürettiğim mal/hizmet hakkındaki bilgi düzeyim	.803
Ürettiğim mal/hizmetin taşıdığı standartlar hakkındaki bilgi düzeyim	.792
Ürettiğim mal/hizmeti geliştirme süreci hakkındaki bilgi düzeyim	.786
Yeni bir mal/hizmet geliştirme deneyimim	.678
Özel müşteri sorunları hakkındaki bilgi düzeyim	.560
Müşterilerle olan etkileşimim	.499
Açıklanan Varyans: (%) 20.258	

Tablo 3.6'ya göre beşeri sermaye ön bilgi düzeyi ölçeğinin hizmet bilgisi boyutunda 7 değişken bulunmaktadır. Değişkenler toplam varyansın %20.258'ini açıklamaktadır. Değişkenlerin faktör yükleri .499 ile .803 arasında değişmektedir. Veri toplama formunda

(1), (2), (3), (4), (5), (7) ve (10) no'lu değişkenler hizmet bilgisi boyutu altında toplanmaktadır. Tablo 3.7'de teknoloji bilgisi verileri sunulmaktadır.

Tablo 3.7. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Teknoloji Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Özel teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.800
İşimin merkezinde bulunan teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.761
Farklı teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.757
Yaygın olmayan teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.603
İşimde önemli olan teknoloji ile ilgili deneyimim	.579
Açıklanan Varyans (%) 18.737	

Tablo 3.7'ye göre teknoloji bilgisi boyutunda 5 değişken bulunmaktadır. Değişkenler toplam varyansın %18.737'sini açıklamaktadır. Faktör yükleri .579 ile .800 arasında değişmektedir. Veri toplama formunda (11), (12), (13), (14), (15) no'lu değişkenler teknoloji bilgisi boyutu altında toplanmaktadır. Tablo 3.8'de pazar bilgisi boyutuna ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 3.8. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Pazar Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Pazardaki diğer üreticiler hakkındaki bilgi düzeyim	.837
Bilinmeyen pazarlar hakkındaki bilgi düzeyim	.801
Pazarın işleyişi hakkındaki bilgi düzeyim	.762
Pazardaki tedarikçiler hakkındaki bilgi düzeyim	.730
Pazardaki deneyimim	.592
Açıklanan Varyans (%) 16.258	

Tablo 3.8 incelendiğinde pazar bilgisi boyutunda 5 değişkenin olduğu görülmektedir. Değişkenlerin faktör yükleri .592 ile .837 arasında değişmektedir. Pazar bilgisi boyutu toplam varyansın %16.258'ini açıklamaktadır. Veri toplama formunda (16), (17), (18), (19), (20) no'lu değişkenler pazar bilgisi boyutu altında toplanmaktadır. Tablo 3.9'da müşteri bilgisi boyutuna ilişkin değişkenler açıklanmaktadır.

Tablo 3.9. Beşeri Sermaye (Ön Bilgi) Ölçeği Müşteri Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Hedef müşteriler hakkındaki bilgi düzeyim	.722
Farklı müşterilerin tiplerinin sorunları hakkındaki bilgi düzeyim	.716
Müşterilerin mal/hizmeti kullanma biçimleri hakkındaki bilgi düzeyim	.608
Açıklanan Varyans (%) 11.369	

Tablo 3.9'daki veriler incelendiğinde müşteri bilgisi boyutunun 3 değişkenden oluştuğu ve faktör yüklerinin .608 ile .722 arasında değiştiği görülmektedir. Müşteri bilgisi boyutu toplam varyansın %11.369'unu açıklamaya yardımcı olmaktadır. (6), (8), (9) no'lu değişkenler müşteri bilgisi boyutu altında toplanmaktadır. Faktör analizi sonuçlarına göre beşeri sermaye ön bilgi düzeyi ölçeğinde 4 adet alt boyut ortaya çıkmaktadır. Hizmet Bilgisi olarak adlandırılan 1 no'lu faktörde 7 adet değişken bulunmakta olup bu faktör toplam varyansın %20.258'ini açıklamaktadır. 2 no'lu Teknoloji Bilgisi boyutunun ise toplam varyansın %18.737'sini açıklamaktadır. 3 no'lu Pazar Bilgisi boyutunun toplam varyansın %16.258'ini açıkladığı ve 4 no'lu faktör olan Müşteri Bilgisinin toplam varyansın %11.369'unu açıkladığı görülmektedir. 4 Faktör toplam varyansın %66.621'ini açıklamaktadır. Tablo 3.10'da Beşeri Sermaye Özellikleri Deneyim Bilgisi ölçeğine ilişkin KMO ve Barlett küresellik testleri sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 3.10. Beşeri Sermaye (Deneyim) KMO ve Barlett Testi Sonuçları

Açıklanan Toplam Varyans (%)	60.856
Müşteri Bilgisi Boyutu (%)	21.445
Pazar Bilgisi Boyutu (%)	15.782
Teknoloji Bilgisi Boyutu (%)	14.350
Hizmet Bilgisi Boyutu (%)	9.279
K-M-O	.865
Yaklaşık Ki-Kare	1199.403
Bartlett Küresellik Testi	df: 171; p: .000

Beşeri Sermaye ölçeğinin Deneyim Düzeyi'ne ilişkin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) değeri .865 olarak belirlenmiş ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Barlett Küresellik Testi ki-kare değeri 1199.403 ve serbestlik derecesi 171 olup anlamlıdır ($p=0.00$, $p<0.05$). Buna göre test sonuçları faktör analizinin veri seti üzerinde uygulanabileceğini göstermektedir. Tablo 3.11'de beşeri sermaye özellikleri bağlamında işletmeyi kurduktan sonraki bilgi düzeylerine ilişkin faktör analizi sonuçlarına yer verilmektedir. Analiz neticesinde ortaya çıkan 4 alt boyut tablolar halinde sunulmaktadır. Buna göre beşeri sermaye deneyim bilgisi ölçeğinin müşteri bilgisi boyutuna ilişkin değişkenler ve faktör yükleri Tablo 3.11'de gösterilmektedir. Veri toplama formundaki 2 no'lu "Ürettiğim mal/hizmetin taşıdığı standartlar hakkındaki bilgi düzeyim" değişkeni communalities verilerinde 0.3'ün altında değer alması bakımından analiz sürecinden çıkartılmıştır.

Tablo 3.11. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Müşteri Bilgisi Boyutu

Değişkenler.	Faktör Yükleri
Hedef müşteriler hakkındaki bilgi düzeyim	.715
Yeni bir mal/hizmet geliştirme deneyimim	.705
Müşterilerle olan etkileşimim	.663
Ürettiğim mal/hizmeti geliştirme süreci hakkındaki bilgi düzeyim	.658
Özel müşteri sorunları hakkındaki bilgi düzeyim	.655
Müşterilerin mal/hizmeti kullanma biçimleri hakkındaki bilgi düzeyim	.651
Ürettiğim mal/hizmetin üretim yöntemleri hakkındaki bilgi düzeyim	.574
Farklı müşterilerin tiplerinin sorunları hakkındaki bilgi düzeyim	.476
Açıklanan Varyans (%) 21.445	

Tablo 3.11'e göre müşteri bilgisi boyutu 8 değişkenden oluşmaktadır ve veri toplama formunda bu değişkenler sırasıyla (3), (4), (5), (6), (7), (8), (9), (10) olarak ortaya çıkmıştır. Müşteri bilgisi boyutunda en düşük faktör yükü .476 iken en yüksek faktör yükü .715 olarak tespit edilmiştir. Pazar bilgisi boyutuna ilişkin değişkenler ve faktör yükleri Tablo 3.12'de sunulmaktadır.

Tablo 3.12. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Pazar Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Bilinmeyen pazarlar hakkındaki bilgi düzeyim	.742
Pazardaki tedarikçiler hakkındaki bilgi düzeyim	.660
İşimin merkezinde bulunan teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.620
İşimde önemli olan teknoloji ile ilgili deneyimim	.517
Açıklanan Varyans (%) 15.782	

Tablo 3.12'ye göre Pazar Bilgisi boyutunda yer alan değişkenler veri toplama formunda (13), (15), (17) ve (19) no'lu değişkenler olarak ortaya çıkmıştır. Pazar bilgisi boyutunda en düşük faktör yükü .517 olurken en yüksek faktör yükü .742 olarak belirlenmiştir. Tablo 3.13'te Teknoloji Bilgisi boyutuna ilişkin ölçekler ve faktör yükleri belirtilmiştir.

Tablo 3.13. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Teknoloji Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Özel teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.819
Yaygın olmayan teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.744
Pazarın işleyişi hakkındaki bilgi düzeyim	.582
Farklı teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim	.552
Açıklanan Varyans (%) 14.350	

Tablo 3.13'te Teknoloji Bilgisi boyutuna ilişkin değişkenler ve faktör yükleri incelendiğinde veri toplama formunda bulunan (11), (12) ve (14) ve (16) no'lu

değişkenlerin yer aldığı görülmektedir. Ayrıca faktör yükleri .552 ile .819 arasında değişmektedir. Tablo 3.14'te hizmet bilgisi boyutu açıklanmaktadır.

Tablo 3.14. Beşeri Sermaye (Deneyim) Ölçeği Hizmet Bilgisi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Pazardaki diğer üreticiler hakkındaki bilgi düzeyim	.740
Ürettiğim mal/hizmet hakkındaki bilgi düzeyim	.664
Pazardaki deneyimim	.607
Açıklanan Varyans (%) 9.279	

Hizmet Bilgisi boyutuna ilişkin değişkenler incelendiğinde 3 değişkenin yer aldığı boyutta faktör yükleri .607 ile .740 arasında değişmektedir. Ayrıca veri toplama formunda (1), (18) ve (20) no'lu değişkenlerin bu boyut içerisinde bulunduğu görülmektedir.

3.9.1.2. Sosyal ve Kültürel Sermaye Ölçekleri Faktör Analiz Sonuçları

Sosyal ve Kültürel Sermaye ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) değeri .834 olarak belirlenmiş ve anlamlı bulunmuştur. Barlett Küresellik Testi ki-kare değeri 3042.846 ve serbestlik derecesi .561 olup anlamlıdır ($p=0.00$, $p<0.05$). Buna göre test sonuçları faktör analizinin veri seti üzerinde uygulanabileceğini göstermektedir. Tablo 3.15'te Sosyal ve Kültürel Sermaye ölçeğine ilişkin KMO ve Barlett küresellik testleri sonuçları ile ortaya çıkan boyutlara ilişkin istatistiki veriler sunulmaktadır.

Tablo 3.15. Sosyal/ Kültürel Sermaye KMO ve Barlett Testi Sonuçları

Açıklanan Toplam Varyans (%)	76.486
Edebi Kültür (%)	16.645
Ebeveyn Danışmanlığı (%)	12.853
Okul Aile Etkileşimi (%)	8.003
Aile Desteği (%)	8.683
Müfredat Dışı Etkinlikler (%)	6.052
Aile-Kültür Etkileşimi (%)	4.213
Okul Aile İşbirliği (%)	5.574
Kültürel Etkinlikler (%)	4.748
Akran Etkileşimi (%)	4.846
Dini Aktiviteler (%)	4.868
K-M-O	.834
Yaklaşık Ki-Kare	3042.846
Bartlett Küresellik Testi	df: 561; p: .000

Tablo 3.15'teki veriler incelendiğinde sosyal ve kültürel sermaye özellikleri ölçeğinin toplamda 10 boyuttan oluştuğu görülmektedir. Boyutlar toplam varyansın % 76.486'sını açıklamaktadır. Sosyal ve kültürel sermaye boyutlarından müfredat dışı etkinlikler boyutu toplam varyansın %6.052'sini, okul aile etkileşimi % 8.003'ünü, okul-aile işbirliği boyutu % 5.574'ünü, kültürel aktiviteler boyutu %4.748'ini, akran etkileşimi boyutu % 4.846'sını ve dini aktiviteler boyutu toplam varyansın 4.868'ini açıklamaktadır. Ayrıca edebi kültür boyutu toplam varyansın %16.545'ini, ebeveyn danışmanlığı boyutu % 12.853'ünü, aile desteği boyutu % 8.683'ünü ve aile kültür etkileşimi boyutu %4.213'ünü açıklamaktadır. Tablo 3.16'da edebi kültür boyutuna ilişkin değişkenler görülmektedir.

Tablo 3.16. Kültürel Sermaye Ölçeği Edebi Kültür Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Kitaplar hakkında çok şey bilirim.	.855
Sık sık müzeleri ve tiyatroları ziyaret ederim.	.852
Sık sık kitap satın alırım/ödünç alırım.	.840
Çocukluğumda ailem kitap okumam için beni cesaretlendirdi.	.700
Okumaktan genel olarak zevk alırım.	.666
Bütün ünlü müzisyenleri bilirim.	.665
Ailem okul uygulamaları hakkında söz sahibiydi.	.555
Çocukluğumda ailem günlük aktivitelerime dahil olurdu.	.454
Açıklanan Varyans (%) 16.645	

Edebi kültür boyutu 8 değişkenden oluşmakta ve değişkenlerin faktör yükleri .454 ile .855 arasında değişmektedir. Veri toplama formunda (4), (5), (6), (7), (8), (9), (15), ve (32) no'lu değişkenler edebi kültür boyutunda toplanmaktadır. Edebi kültür boyutu toplam varyansın %16.645'ini açıklamaktadır. Tablo 3.17'de ebeveyn danışmanlığı boyutunda bulunan değişkenler açıklanmaktadır.

Tablo 3.17. Kültürel Sermaye Ölçeği Ebeveyn Danışmanlığı Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Çocukluğumda ailem nerede ne yaptığımı bilirdi.	.805
Eğitim hayatım boyunca ailem ödevlerimi takip ederdi.	.730
Çocukluğumda ailem gelişimimi izlerdi.	.645
Çocukluğumda ailem arkadaş çevremi bilirdi.	.616
Çocukluğumda ailem ödevlerimi yapmamda yardımcı olurdu.	.586
Çocukluğumda ailem arkadaşlarımdan ailesini tanırdı.	.574
Ailemin diğer insanlarla yakın bağları vardı.	.558
Açıklanan Varyans (%)12.853	

Ebeveyn danışmanlığı boyutunda 7 değişken bulunmaktadır. Değişkenler .558 ile .805 arasında değişen faktör yüklerine sahiptirler. Ayrıca ebeveyn danışmanlığı boyutu toplam varyansın %12.853'ünü açıklamaktadır. Veri toplama formunda (17), (23), (24), (25), (26), (29) ve (34) no'lu değişkenler ebeveyn danışmanlığı boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.18'de okul aile etkileşimi verileri açıklanmaktadır.

Tablo 3.18. Kültürel Sermaye Ölçeği Okul Aile Etkileşimi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Çocukluğumda annem okuldaki veli toplantılarına sürekli olarak katılırdı.	.739
Çocukluğumda meslekler hakkında diğer insanlarla konuşurdum.	.673
Açıklanan Varyans (%) 8.003	

Okul aile etkileşimi boyutunda bulunan 2 değişken .673 ve .739 faktör yükleri ile toplam varyansın %8.003'ünü açıklamaktadır. Veri toplama formunda (18) ve (31) no'lu değişkenler okul aile etkileşimi boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.19'da aile desteği boyutu açıklanmaktadır.

Tablo 3.19. Kültürel Sermaye Ölçeği Aile Desteği Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Samimi bir aile ortamımız vardı.	.751
Eğitim hayatımda okul aktivitelerine düzenli olarak katılırdım.	.708
Çocukluğumda akranlarımla yakın bağlarım oluştu.	.538
Açıklanan Varyans (%) 8.683	

Aile desteği boyutunda 3 değişken bulunmaktadır. Değişkenlerin faktör yükleri .538 ile .751 arasında değişmektedir. Aile desteği boyutu toplam varyansın açıklanmasında %8.683'lük bir paya sahip olmaktadır. Veri toplama formunda (27), (33) ve (35) no'lu değişkenler aile desteği boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.20'de sosyal sermaye ölçeği müfredat dışı etkinlikler boyutu incelenmektedir.

Tablo 3.20. Sosyal Sermaye Ölçeği Müfredat Dışı Etkinlikler Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Eğitim hayatım boyunca müfredat dışı etkinliklerde bulundum.	.702
Dil bilgimi kullanma konusunda yetkin olduğumu düşünüyorum.	.572
Çocukluğumda meslekler hakkında ailemle konuşurdum.	.506
Açıklanan Varyans (%) 6.052	

Müfredat dışı etkinlikler boyutunda bulunan 3 değişken .506 ve .702 arasında değişen faktör yüklerine sahiptir. Ayrıca toplam varyansın %6.052'sini açıklamaktadır. Veri toplama formunda (22), (28) ve (30) no'lu değişkenler müfredat dışı etkinlikler boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.21'de aile kültür etkileşimi boyutuna ilişkin veri sunulmaktadır.

Tablo 3.21. Sosyal Sermaye Ölçeği Aile-Kültür Etkileşimi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Klasik müzik dinlemekten hoşlanırım.	.848
Eğitim hayatımda okul dışında sanat ya da müzik dersleri alırdım	.391
Açıklanan Varyans (%) 4.213	

Aile-kültür etkileşimi boyutundaki değişkenlerin faktör yükleri .391 ve .848 olarak belirlenmiştir. Aile-kültür etkileşimi boyutunun toplam varyansın %4.213'ünü açıkladığı görülmektedir. Aile Kültür etkileşimi boyutu literatürde aile ilişkileri olarak adlandırılmaktadır. Ancak çalışmada kültür boyutundan ve aile ilişkileri boyutundan maddelerin birlikteliği aile kültür etkileşimi isimlendirmesinin yapılmasını gerektirmiştir. Veri toplama formunda (1) ve (11) no'lu değişkenler aile kültür etkileşimi boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.22'de okul aile işbirliği boyutu açıklanmaktadır.

Tablo 3.22. Sosyal Sermaye Ölçeği Okul Aile İşbirliği Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Annem ilkokul eğitimime sürekli katkı sağladı.	.661
Yüksek kalitede mükemmel okullarda okudum.	.579
Çocukluğumda evimizde fazla sayıda kitabımız vardı.	.522
Açıklanan Varyans (%) 5.574	

Okul aile işbirliği boyutunda bulunan 3 değişken .522 ile .661 arasında değişen faktör yüklerine sahip ve toplam varyansın %5.574'ünü açıklamaktadır. Veri toplama formunda (10), (12) ve (21) no'lu değişkenler okul aile işbirliği boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.23'te kültürel etkinlikler boyutuna ilişkin veri sunulmaktadır.

Tablo 3.23. Sosyal Sermaye Ölçeği Kültürel Etkinlikler Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Kültürlü bir insanım.	.830
Kitap okumaktan zevk alırım.	.632
Açıklanan Varyans (%) 4.748	

Kültürel etkinlikler boyutunda bulunan iki değişken .632 ve .830 faktör yüklerine sahiptir. Kültürel etkinlikler boyutu toplam varyansın %4.748'ini açıklamaktadır. Veri toplama

formunda (2) ve (3) no'lu değişkenler kültürel etkinlikler boyutunda toplanmaktadır. Tablo 3.24'te akran etkileşimi boyutu sunulmaktadır.

Tablo 3.24. Sosyal Sermaye Ölçeği Akran Etkileşimi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Güçlü bir yardımlaşma ağının olduğunu düşünüyorum.	.453
Gençler için düzenlenen aktivitelerde yer almaktan hoşlanırım.	.773
Açıklanan Varyans (%) 4.846	

Akran etkileşimi boyutunda bulunan iki değişken .453 ve .773 faktör yükleri ile toplam varyansın %4.846'sını açıklamaktadır. Veri toplama formunda (13) ve (19) no'lu değişkenler akran etkileşimi boyutunda toplanmaktadır. Sosyal sermaye özellikleri bağlamında son boyutu oluşturan dini aktiviteler boyutu iki değişkenden oluşmakta ve .654 ile .743 faktör yüklerine sahiptir. Tablo 3.25'te dini aktiviteler boyutu sunulmaktadır.

Tablo 3.25. Sosyal Sermaye Ölçeği Dini Aktiviteler Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Arkadaşlarımla haftada bir kez görüşürüm.	.743
İbadetimi sürekli olarak yerine getiririm	.654
Açıklanan Varyans (%) 4.868	

Dini aktiviteler boyutu toplam varyansın %4.868'ini açıklamaktadır. Veri toplama formunda (20) ve (14) no'lu değişkenler akran etkileşimi boyutunda toplanmaktadır. Sosyal ve Kültürel sermaye ölçeğinin 16 no'lu değişkeni "aile bireylerimi haftada bir kez görürüm" Anti Image Korelasyon Matrisinde 0.5'ten az faktör yüküne sahip olması nedeniyle analiz sürecinde çıkarılmıştır.

3.9.1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) değeri .725 olarak belirlenmiş ve anlamlı bulunmuştur. Barlett Küresellik Testi ki-kare değeri 2423.497 ve serbestlik derecesi 595 olup anlamlıdır ($p=0.00$, $p<0.05$). Buna göre test sonuçları faktör analizinin veri seti üzerinde uygulanabileceğini göstermektedir. Tablo 3.26'da girişimci kişilik özellikleri ölçeğine ilişkin KMO ve Barlett küresellik testleri sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 3.26. Girişimci Kişilik Özellikleri KMO ve Barlett Testi Sonuçları

Açıklanan Toplam Varyans (%)	56.670
Belirsizliğe Tolerans (%)	14.624
Başarı İhtiyacı (%)	14.161
Risk Alma Eğilimi (%)	7.836
Kendine Güven (%)	6.943
Yenilikçilik (%)	6.577
Kontrol Odağı (%)	6.529
K-M-O	.739
Yaklaşık Ki-Kare	2314.544
Bartlett Küresellik Testi	df: 595; p: .000

Bu bağlamda, Anti Image Korelasyon matrisi incelenmiş ve ölçek formunda bulunan 12 no’lu değişken olan “benim için iş güvenliği önemlidir” (.439) değişkeni 0.5’in altında değer alması bakımından analiz sürecinden çıkartılmıştır. Tablo 3.27’de girişimci kişilik özellikleri bağlamında belirsizliğe tolerans boyutu sunulmaktadır.

Tablo 3.27. Girişimci Kişilik Özellikleri Belirsizliğe Tolerans Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Ücret iyi olduğu sürece rutin ve sıkıcı işlerde çalışmaktan kaçınmam	.791
Başarının kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğunu düşünürüm.	.693
İnsanları işe alırken beceri esasına göre değil bağılılıklarına göre alırım.	.634
Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım var.	.598
Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum.	.593
Yetenekli, hırslı ve çalışkan olsam da param olmadığı sürece iş kuramam.	.588
Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebileceğimden şüpheliyim.	.576
Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirler üretmekte zorlanırım.	.541
İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınırım.	.522
Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım.	.505
İnsanların mutsuz durumları kötü şanslardan kaynaklanır.	.481
Yeterince kâr ediyorsam işle ilgili belirsiz koşullarda çalışmaktan rahatsız olmam	.479
Açıklanan Varyans (%)	14.624

Tablo 3.27’ye göre belirsizliğe tolerans boyutunu oluşturan 12 değişken bulunmakta ve faktör yükleri .479 ile .791 arasında değişmektedir. Belirsizliğe tolerans boyutunu oluşturan değişkenler veri toplama formunda (2), (5), (10), (15), (18), (21), (22), (23), (27), (29), (32), (34) no’lu maddelerden oluşmaktadır. Tablo 3.28’de başarıma ihtiyacı boyutuna ilişkin faktör yükleri sunulmaktadır.

Tablo 3.28. Girişimci Kişilik Özellikleri Başarı İhtiyacı Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Zekam ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim.	.751
Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik etmeyi severim.	.747
Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım.	.723
Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim birşeyler yaparım.	.705
Karar ve eylemlerimin olumu veya olumsuz sonuçlarına razı olurum.	.633
Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretli de olsa o işi yapmaktan hoşlanmam.	.619
Hisselerinin kâr edeceğini bildiğim bir ortaklığa yatırım yapmaktan çekinmem	.556
İşin sürekli ve güvenli olması benim için kardan daha önemlidir.	.453
Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.	.441
Bana göre iyi iş neyin nasıl yapılacağının açık talimatlarla ifade edildiği iştir.	.396
Açıklanan Varyans (%) 14.161	

İlgili tabloda başarıma ihtiyacı boyutunu oluşturan değişkenler ve faktör yükleri görülmektedir. İlgili değişkenlerden en yüksek faktör yükü .751 olarak belirlenmiştir. Başarma ihtiyacı boyutunu oluşturan değişkenler veri toplama formunda (6), (11), (14), (16), (20), (24), (28), (30), (33), (35) no'lu maddelerden oluşmaktadır. Tablo 3.29'da risk alma eğilimi boyutuna ilişkin faktör yükleri sunulmaktadır.

Tablo 3.29. Girişimci Kişilik Özellikleri Risk Alma Eğilimi Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır.	.754
Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez.	.692
Hakkında bir şey bilmediğim görevi üzerime almaktan çekinirim.	.550
Açıklanan Varyans (%) 7.836	

Risk alma eğilimi boyutunu oluşturan değişkenler veri toplama formunda (1), (9), (19) olarak sıralanmıştır. Risk alma boyutunun faktör yükleri .550 ile .754 arasında değişmektedir. Risk alma boyutunda üç değişken bulunmaktadır. Tablo 3.30'da kendine güven boyutuna ilişkin bilgi sunulmaktadır.

Tablo 3.30. Girişimci Kişilik Özellikleri Kendine Güven Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Hassasiyetle takip etmeye çalıştığım bir iş programım var.	.693
Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar.	.693
Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim.	.558
Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım	.546
Açıklanan Varyans (%) 6.943	

Tablo 3.30 incelendiğinde kendine güven boyutunun veri toplama formunda (25), (8), (26) ve (31) olarak sıralandığı görülmektedir. 4 değişkenden oluşan kendine güven boyutunun faktör yükleri .546 ile .693 arasında değişmektedir. Tablo 3.31’de yenilikçilik boyutunu oluşturan değişkenler sunulmaktadır.

Tablo 3.31. Girişimci Kişilik Özellikleri Yenilikçilik Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim.	.719
Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm.	.582
Diğer insanlar çevrede olağan dışı bir şeyle görmediği halde işle ilgili fırsatları algılayabilirim.	.535
Açıklanan Varyans (%) 6.577	

Tablo 3.31’e göre yenilikçilik boyutunda 3 değişken bulunmakta ve faktör yükleri .535 ile .719 arasında değişmektedir. İlgili değişkenler veri toplama formunda (3), (4) ve (7) no’lu maddelerde bulunmaktadır. Son olarak kontrol odağı boyutuna ilişkin değişkenler Tablo 3.32’de sunulmaktadır. Tablo 3.32’ye göre kontrol odağı boyutu üç değişkenden oluşmakta ve faktör yükleri .495 ile .677 arasında değişmektedir. İlgili değişkenler veri toplama formunda (13), (17) ve (36) no’lu maddelerde bulunmaktadır.

Tablo 3.32. Girişimci Kişilik Özellikleri Kontrol Odağı Boyutu

Değişkenler	Faktör Yükleri
Çakışan iş talimatlarının vermem beni rahatsız eder.	.677
Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanırım.	.538
Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum.	.495
Açıklanan Varyans (%) 6.529	

Faktör analizi neticesinde elde edilen boyutlara ilişkin güvenilirlik analiz sonuçları Tablo 3.33’te sunulmaktadır. Tablo 3.33’e göre faktör analizi neticesinde elde edilmiş olan yeni boyutlara ilişkin güvenilirlik analiz sonuçları değerlendirildiğinde ölçeklerin yüksek

derecede güvenilir oldukları sonucuna ulaşılabilir. Güvenirlik değerleri incelendiğinde veri toplama formundaki ölçeklerin en düşük seviyedeki Cronbach's Alpha skoruna sahip ölçeğin Sosyal sermaye özellikleri ölçeğindeki aile-kültür etkileşimi boyutu olduğu, en yüksek skora sahip ölçeğin ise kültürel sermaye özellikleri ölçeğinin edebi kültür boyutu olduğu görülmektedir. Ölçeklere ilişkin ortalama değerler incelendiğinde en düşük ortalamaya sahip ölçeğin beşeri sermaye özellikleri ön bilgi ölçeğindeki hizmet bilgisi olduğu görülmektedir ($\bar{x}$ =2.5158). En yüksek ortalama değer ise beşeri sermaye özellikleri deneyim ölçeğindeki müşteri bilgisi ölçeğinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3.33. Ölçeklerin Güvenirlik Analiz Sonuçları

Beşeri Sermaye Özellikleri (Ön Bilgi)	Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı	Ölçüm Aralığı	Ortalama	Std. Sapma
Hizmet Bilgisi Boyutu	.882	7	5'li ölçek	2.5158	.78538
Teknoloji Bilgisi Boyutu	.871	5	5'li ölçek	3.1542	.83004
Pazar Bilgisi Boyutu	.863	5	5'li ölçek	3.1463	.86923
Müşteri Bilgisi Boyutu	.735	3	5'li ölçek	2.5242	.80387
Beşeri Sermaye Özellikleri (Deneyim)	Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı	Ölçüm Aralığı	Ortalama	Std. Sapma
Hizmet Bilgisi Boyutu	.872	8	5'li ölçek	4.0941	.57923
Teknoloji Bilgisi Boyutu	.765	4	5'li ölçek	4.2290	.61632
Pazar Bilgisi Boyutu	.798	4	5'li ölçek	4.2118	.60086
Müşteri Bilgisi Boyutu	.610	3	5'li ölçek	4.2710	.54688
Kültürel Sermaye Özellikleri	Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı	Ölçüm Aralığı	Ortalama	Std. Sapma
Edebi Kültür	.902	8	5'li ölçek	3.4523	.90172
Ebeveyn Danışmanlığı	.895	7	5'li ölçek	3.6652	.88628
Okul Aile Etkileşimi	.665	2	5'li ölçek	3.7519	1.01598
Aile Desteği	.776	3	5'li ölçek	3.8499	.87042
Sosyal Sermaye Özellikleri	Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı	Ölçüm Aralığı	Ortalama	Std. Sapma
Müfredat Dışı Etkinlikler	.736	3	5'li ölçek	3.5852	.92366
Aile-Kültür Etkileşimi	.459	2	5'li ölçek	3.3893	1.01960
Okul Aile İşbirliği	.745	3	5'li ölçek	3.5394	.99868
Kültürel Etkinlikler	.520	2	5'li ölçek	3.8969	.78866
Akran Etkileşimi	.461	2	5'li ölçek	4.0382	.81481
Dini Aktiviteler	.525	2	5'li ölçek	3.8931	.86159
Girişimci Kişilik Özellikleri	Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı	Ölçüm Aralığı	Ortalama	Std. Sapma
Belirsizliğe Tolerans	.735	12	5'li ölçek	3.0548	.38300
Başarı İhtiyacı	.847	10	5'li ölçek	3.7076	.71925
Risk Alma Eğilimi	.546	3	5'li ölçek	2.8499	.57914
Kendine Güven	.629	4	5'li ölçek	3.8473	.69446
Yenilikçilik	.639	3	5'li ölçek	3.6921	.76417
Kontrol Odağı	.652	3	5'li ölçek	3.4809	.48948

(n)=131

BÖLÜM IV

BULGULAR

Araştırmanın bulgular bölümünde katılımcılara ilişkin sosyo-demografik özellikler, kültürel, beşeri ve sosyal sermaye özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri SPSS 20 yazılımı ile analiz edilmiş ve sonuçlarına yer verilmiştir. Ayrıca açık uçlu sorulara verilen yanıtlar ve İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi Başkanları ile yapılan birebir görüşmelerden ortaya çıkan veriler nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik araştırma deseni bağlamında değerlendirmelere tabii tutulmuş ve değerlendirilmiştir.

4.1. Katılımcıların Sosyo Demografik Özellikleri

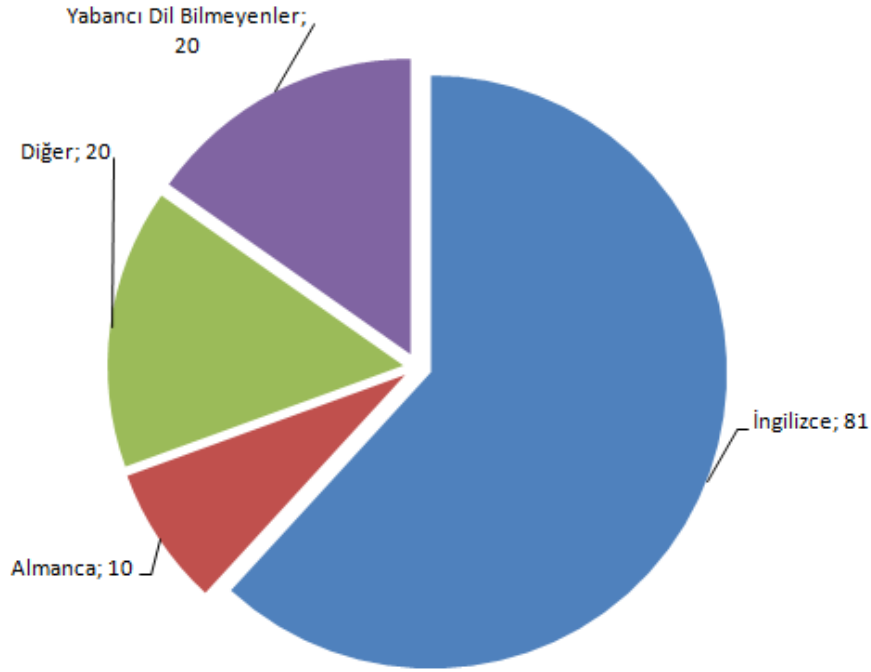
Katılımcılara ilişkin sosyo-demografik özellikler bağlamında “Girişimciye İlişkin Bilgiler” bölümüne yer verilmiştir. Buna göre Tablo 4.1’de katılımcıların yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, medeni hali, baba mesleği ve Şekil 4.1’de ise hangi yabancı dili iyi durumda bildikleri verisi sunulmaktadır.

Tablo 4.1. Sosyo-Demografik Özellikler - Girişimciye İlişkin Bilgiler

	Sayı	%		Sayı	%
Yaş Aralığı			Cinsiyet		
18-25	22	16.8	Kadın	23	17.6
26-30	40	30.5	Erkek	108	82.4
31-35	48	36.6	Medeni Hal		
36-40	21	16.0	Bekar	44	33.6
Eğitim Düzeyi			Evli	87	66.4
İlköğretim	11	8.4	Baba Mesleği		
Lise&Dengi	20	15.3	Girişimci/İşadamı/Esnaf	96	73.3
Önlisans	22	16.8	İşçi/Memur/Emekli	16	12.2
Lisans	72	55.0	Çiftçi	14	10.7
Lisansüstü	6	4.6	Diğer	5	3.8

(n)=131

Tablo 4.1 incelendiğinde araştırma sürecine dahil olan katılımcıların %16.8'i (22) 18-25 yaş aralığında, %30.5'i (40) 26-30 yaş aralığında, %36.6'sı (48) 31-35 yaş aralığında ve %16'sının (21) 36-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu 31-35 yaş aralığında bulunmaktadır. Araştırma metodolojisi kısmında açıklandığı üzere genç girişimciler kurul üyelerinin 40 yaş ve altında olmaları gerekmektedir. Veri toplama formunda bulunan 40 yaş üzeri değişkenlerin işaretlenmemiş olması katılımcıların tutarlı cevaplar verdiğinin ve analiz sürecinde hatalı veri sebebiyle veri silme işlemine gerek duyulmadığının bir göstergesi olmaktadır. Sosyo-demografik değişkenler bağlamında girişimciye ilişkin bilgiler kısmında katılımcılara yöneltilen bir diğer değişken hangi yabancı dili iyi derecede bildikleridir. Buna göre Şekil 4.1'de katılımcıların yabancı dil bilgilerine ilişkin veri sunulmaktadır.



Şekil 4.1. Katılımcıların yabancı dil bilgileri / (n)=131

Şekil 4.1 incelendiğinde katılımcıların %61.8'i (81) İngilizce dilini iyi bildiklerini belirtmişlerdir. Almanca dilini iyi bilenlerin oranı %7.6 (10) olarak belirlenmiştir. Diğer dilleri bildiklerini belirten katılımcıların oranı ise %15.3 (20) olarak belirlenmiştir. Yabancı dil bilmediklerini belirten katılımcılar ise araştırma katılan tüm katılımcıların %15.3'ünü (20) oluşturmaktadır.

4.2. İşletmelere İlişkin Bilgiler

Tablo 4.2’de katılımcılara ait sosyo-demografik özellikler bölümünde bulunan ikinci kısım olan işletmeye ilişkin bilgiler sunulmaktadır. İşletmeyi kimlerin yönettiği, işletmenin faaliyet gösterdiği sektör, faaliyet süreleri ve işletmede çalışan kişi sayısı belirlenmek istenmiştir. Tablo 4.2’de işletmeye ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Tablo 4.2. Sosyo-Demografik Özellikler - İşletmeye İlişkin Bilgiler

Sayı		%	Sayı		%
İşletmeyi kim(ler) yönetmektedir			Çalışan Sayısı		
Girişimci	57	43.5	9'dan az	48	36.6
Aile Fertleri	56	42.7	10-49	52	39.7
Ortaklar	13	9.9	50-99	14	10.7
Profesyonel Yöneticiler	5	3.8	100-150	6	4.6
Sektör Bilgisi			151-250	6	4.6
Metal	6	4.6	250'den fazla	5	3.8
Makine	11	8.4	Faaliyet Süresi		
Madencilik	19	14.5	2 yıldan az	9	6.9
Gıda	22	16.8	2-5	42	32.1
Plastik	12	9.2	6-10	28	21.4
İnşaat Malz&Yapı	32	24.4	11-15	25	19.1
Mobilya	6	4.6	16-20	5	3.8
Tekstil	7	5.3	20'den fazla	22	16.8
Diğer	16	12.2	(n)=131		

Veri toplama formunun ilk bölümünde sosyo-demografik özellikler bağlamında işletmeye ait özellikler belirlenmek istenmiştir. Buna göre öncelikle işletmenin kim(ler) tarafından yönetildiği sorusu yöneltilmiştir. Elde edilen verilere göre işletmelerin %43.5’i (57) işletmeyi kuran girişimciler tarafından yönetilmektedir. Aile fertleri tarafından yönetilen işletmelerin sayısı da girişimcilerle hemen hemen aynı düzeyde bulunmuş olup tüm işletmelerin %42.7’sini (56) oluşturmaktadır. Ortaklar %9.9 (13) oranıyla üçüncü sırada gelirken profesyonel yöneticilerin bulunduğu işletme sayısı ise sadece 5 olarak belirlenmiştir. İşletmelerin büyük çoğunluğu %24.4 oranıyla inşaat malzeme ve yapı sektöründe bulunurken metal ve mobilya sektöründe bulunan işletmelerin oranı %4.6 olarak tespit edilmiştir.

Araştırma sürecine dahil olan işletmelerin %36.6'sı (48) 9'dan az çalışana sahip olurken %39.7'si (52) 10-49 arasında çalışana sahiptirler. 10-49 çalışan sayısı araştırma sürecinde elde edilen en yüksek oranı da temsil etmektedir. Çalışan sayısına göre 250'den fazla çalışana ile büyük işletme olarak sınıflandırılabilen işletmelerin oranı ise yalnızca %3.8 (5) olarak belirlenmiştir. Son olarak, işletmelerin faaliyet süreleri belirlenmek istenmiştir. Buna göre işletmelerin büyük çoğunluğu %32.1 oranıyla (42) 2-5 yıl arasında faaliyet süresine sahiptir. 2 yıl içerisinde kurulmuş olan işletmelerin sayısı 9 iken 20 yıldan fazla faaliyet süresi olan işletmeler araştırma sürecindeki tüm işletmelerin %16.8'sini (22) oluşturmaktadır.

4.3. Katılımcıların Girişimcilik Özellikleri

Tablo 4.3'te sosyo-demografik özellikler bağlamında girişimcilik özellikleri sunulmaktadır. Buna göre, katılımcıların kaçınıcı kuşak girişimci oldukları öğrenilmek istenmiştir. Ayrıca, şimdiye dek kaç işletme kurdukları, girişimciliğe başlama nedenleri ve kendilerini girişimciliğe motive eden nedenler belirlenmek istenmiştir.

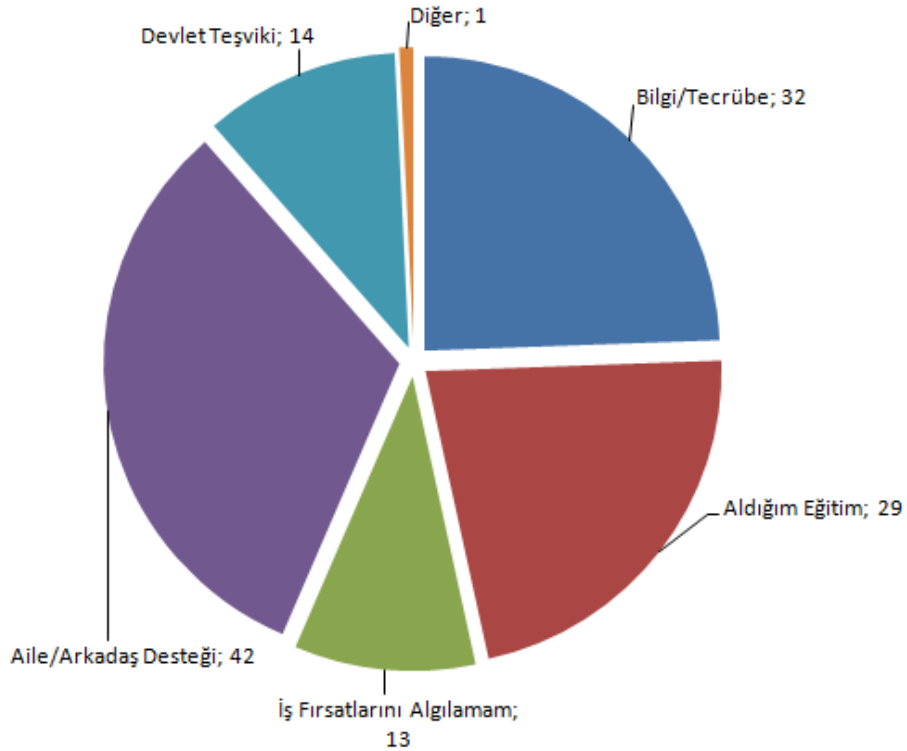
Tablo 4.3. Sosyo-Demografik Özellikler – Girişimcilik Özellikleri

	Sayı	%		Sayı	%
Kaçınıcı Kuşak Girişimcisiniz			Girişimciliğe Başlama Nedeni		
1. Kuşak	53	40.5	Bilgi/Tecrübe	32	24.4
2. Kuşak	60	45.8	Aldığım Eğitim	29	22.1
3. Kuşak	17	13.0	İş Fırsatlarını Algılamam	13	9.9
Daha Fazla	1	.8	Aile/Arkadaş Desteği	42	32.1
Girişimcilik Motivasyon Kaynağı			Devlet Teşviki	14	10.7
Prestij Kazanmak	24	18.3	Diğer	1	.8
Ekonomik Güç	34	26.0	Bu Kurduğunuz Kaçınıcı İşletme		
Bağımsız Çalışmak	20	15.3	İlk	43	32.8
Topluma Hizmet Etmek	21	16.0	2.	54	41.2
İstihdam Sağlamak	32	24.4	3.	18	13.7
(n)=131			4. ve üzeri	16	12.2

Tablo 4.3'te girişimciliğe ilişkin veriler sunulmaktadır. Katılımcıların kaçınıcı kuşak girişimci oldukları belirlenmek istenmiştir. 1. kuşak girişimciler %40.5 (53) orana sahip olurken 2. kuşak girişimcilerin oranı %45.8 (60), 3. kuşak girişimciler ise %13 (17) olarak belirlenmiştir. Girişimcilerin kurdukları kaç işletme oldukları sorusu yöneltildiğinde, ilk

işletmesini kuranların %32.8 (43) ikinci işletmesini kuranların %41.2(54) oranıyla en fazla olduğu, üçüncü işletmesini kuranların ise %13.7 (18) düzeyinde oldukları gözlenmiştir.

Ayrıca, girişimcilerin işletme kurma yani girişimciliğe başlama nedenleri belirlenmek istenmiştir. Elde edilen verilere göre, aile ve arkadaş desteği %32.1 (42) oranıyla en fazla etkiye sahip olan unsur olarak görülmektedir. İkinci olarak bilgi/tecrübe %24.4 (32) ve üçüncü unsur olarak alınan eğitim %22.1 (29) oranıyla en büyük etkiye sahip unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimciliğe motive eden unsurlar ele alındığında ise en yüksek düzeyin ekonomik güç kazanmak (%26) olduğu, istihdam sağlamanın ve prestij kazanmanın ise ardından geldiği görülmektedir. Ortaya çıkan tüm nedenler benzer oranlara sahip olsa da en düşük düzeyde bulunan bağımsız çalışma isteği %15.3 (20) ile sonuncu sırada yer almıştır. Topluma hizmet etme amacı ise %16'lık (21) orana sahip olmuştur. Şekil 4.2'de girişimcilerin iş kurmasında etkili olan unsurlar sunulmuştur.



Şekil 4.2. Girişimcilerin iş kurmasında etkili olan unsurlar / (n)=131

Şekil 4.2 incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu iş kurma süreçlerinde etkili olan unsurun aile/arkadaş desteği olduğunu belirtmiştir. Bir diğer önemli unsurun ise bilgi ve tecrübe olduğu görülmektedir. Sosyo-demografik özellikler bağlamında elde edilen veriler

incelendiğinde sonuç olarak bazı yorumlamaların yapılabileceği açıktır. Buna göre, katılımcıların büyük çoğunluğu aile ve arkadaş desteği sayesinde girişimci olmuşlardır. Devlet teşviki ile iş kuranların oranı ise katılımcılar göz önüne alındığında düşüktür. Girişimcilerin büyük çoğunluğu ilk işletmelerini kurmuşlar ve girişimciliğe başlama nedenlerinden en önemlisi ekonomik güç elde etmek olmuştur.

4.4. Sosyo Demografik Özelliklere Göre Çapraz Tablolar Analizleri

Tablo 4.4'te katılımcıların eğitim durumlarına göre girişimcilik özellikleri ele alınmıştır. Buna göre girişimciliğe başlama ve iş fikrinin oluşma nedenleri ile eğitim durumları arasındaki dağılım incelenmiştir. Tablo 4.4'e görüldüğü üzere girişimciliğe başlama nedeni olarak bilgi ve tecrübesini vurgulayan katılımcıların çoğu lisans (18) mezunudur. Lisans mezunu olan katılımcılar (20) aldıkları eğitimin iş fikri oluşturmada etkili olduklarını belirtmektedir.

Tablo 4.4. Eğitim Durumu İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi

		İlköğr.	Lise	Önlisans	Lisans	Lisansüstü
Girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni?	Bilgi/Tecrübem	3	5	4	18	2
	Aldığım Eğitim	4	3	2	20	0
	İş Fırsatlarını Algılamam	1	2	2	7	1
	Aile/Arkadaş Desteği	3	6	13	17	3
	Devlet Teşviki	0	3	1	10	0
	Diğer	0	1	0	0	0
Sizi girişimciliğe motive eden en önemli neden?	Prestij Kazanmak	1	5	2	15	1
	Ekonomik Güç Kazanmak	2	6	4	20	2
	Bağımsız Çalışmak	0	4	6	10	0
	Topluma Hizmet Etmek	3	2	2	13	1
	İstihdam Sağlamak	5	3	8	14	2

Ayrıca girişimciliğe sevk eden neden belirlenmek istendiğinde katılımcılardan prestij kazanmak değişkeni belirtenlerin çoğu yine lisans mezunu olarak karşımıza çıkmaktadır. En fazla seçimin yapıldığı değişken ise ekonomik güç kazanmak olarak karşımıza çıkmış ve lisans mezunları bu değişkendeki en büyük orana sahip grubu oluşturmuştur. Tablo 4.5'te girişimcilik ile cinsiyet arasındaki dağılıma yer verilmiştir.

Tablo 4.5. Cinsiyet İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi

		Kadın	Erkek	Top.
Girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni?	Bilgi/Tecrübem	4	28	32
	Aldığım Eğitim	9	20	29
	İş Fırsatlarını Algılamam	1	12	13
	Aile/Arkadaş Desteği	6	36	42
	Devlet Teşviki	3	11	14
	Diğer	0	1	1
Sizi girişimciliğe motive eden en önemli neden?	Prestij Kazanmak	5	19	24
	Ekonomik Güç Kazanmak	5	29	34
	Bağımsız Çalışmak	1	19	20
	Topluma Hizmet Etmek	9	12	21
	İstihdam Sağlamak	3	29	32

Tablo 4.5'te girişimcilik özellikleri ile cinsiyet değişkeni arasındaki dağılım görülmektedir. Katılımcıların büyük bölümü girişimciliğe başlama nedeni olarak aile/arkadaş desteğini belirtmektedir. Aile, arkadaş desteği erkek katılımcılarda 36 iken kadın katılımcılarda bu sayı 6 olarak tespit edilmiştir. Girişimciliğe motive eden sebep belirlenmek istendiğinde en önemli unsurun ekonomik güç kazanmak olduğu görülmektedir. Ekonomik güç kazanma değişkeninde kadın katılımcıların sayısı 5 iken erkek katılımcıların sayısı 29 olarak gösterilmiştir. Topluma hizmet etme değişkeni kadın katılımcılar tarafından en fazla tercih edilen motivasyon kaynağı olmuştur. Tablo 4.6'da yaş değişkeni ile girişimcilik özellikleri arasındaki dağılım görülmektedir.

Tablo 4.6. Yaş İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi

		18-25	26-30	31-35	36-40	Top.
Girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni?	Konuyla İlgili Bilgi/Tecrübem	3	8	11	10	32
	Aldığım Eğitim	8	10	10	1	29
	İş Fırsatlarını Algılamam	2	3	7	1	13
	Aile/Arkadaş Desteği	6	14	15	7	42
	Devlet Teşviki	3	5	4	2	14
	Diğer	0	0	1	0	1
Sizi girişimciliğe motive eden en önemli neden?	Prestij Kazanmak	6	6	11	1	24
	Ekonomik Güç Kazanmak	4	13	12	5	34
	Bağımsız Çalışmak	0	6	11	3	20
	Topluma Hizmet Etmek	6	3	6	6	21
	İstihdam Sağlamak	6	12	8	6	32

Tablo 4.6'ya göre en büyük grup yine aile, arkadaş desteğinde görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (42) aile arkadaş desteğinin girişimciliğe başlama noktasında en önemli nedeni olduğunu belirtmiş ve 31-35 yaş aralığındaki katılımcılar bu değişkenin en büyük grubunu oluşturmuştur. Konuyla ilgili tecrübenin ileriki yaşlarda arttığı görülmektedir. Ancak alınan eğitimin girişimciliğe başlamadaki etkisi 36-40 yaş aralığında en düşük sayıda karşımıza çıkmıştır. Girişimciliğe motive eden nedenler incelendiğinde en büyük grubun yine ekonomik güç kazanmak olduğu görülmektedir. Prestij kazanmanın önemli olduğunu belirten katılımcıların çoğu 31-35 yaş aralığındadır. İstihdam sağlamanın en önemli unsur olduğunu belirten katılımcıların çoğunluğu ise 26-30 yaş aralığındadır.

4.5. Değişkenlerin Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının Analizi

Sosyo demografik değişkenlerin ölçeklere göre farklılıklarının tespiti için değişkenler varyans analizine tabii tutulmuştur. Ölçeklerdeki değerlerin sosyo-demografik değişkenlere göre farklılıklarının araştırılmasında iki grup içeren değişkenler için bağımsız grup t-testi, ikiden fazla grup içeren değişkenler için Anova testi uygulanmıştır. Buna göre gruplar arası farklılığın olup olmadığı belirlenmektedir. Hangi grupta farklılıkların olduğu ise post-hoc testleri ile analiz edilmekte ve farklılığın olduğu değişkenlere ait Scheffe analiz sonuçları sunulmaktadır.

Beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri ölçeklerinin alt boyutlarının yaş, baba mesleği değişkenlerine göre farklılıkları Anova testi aracılığıyla incelendiğinde değişkenler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri ölçeklerinin alt boyutları ile eğitim düzeyi ve yabancı dil ilgisi değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Eğitim düzeyi değişkenine ilişkin Anova sonuçları Tablo 4.7'de sunulmuştur.

Tablo 4.7. Ölçekler ile Eğitim Düzeyi Arasındaki Farklılıkların Analizi

		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
BS Deneyim Müşteri Bilgisi	Gruplar Arası	1.528	4	.382	1.288	.278
	Gruplar İçi	37.352	126	.296		
	Toplam	38.880	130			
BS Deneyim Pazar Bilgisi	Gruplar Arası	1.506	4	.376	1.044	.387
	Gruplar İçi	45.428	126	.361		
	Toplam	46.934	130			
BS Deneyim Teknoloji Bilgisi	Gruplar Arası	.409	4	.102	.263	.901
	Gruplar İçi	48.971	126	.389		
	Toplam	49.380	130			
BS Deneyim Hizmet Bilgisi	Gruplar Arası	.594	4	.149	.435	.783
	Gruplar İçi	43.022	126	.341		
	Toplam	43.617	130			
KS Edebi Kültür	Gruplar Arası	17.976	4	4.494	6.455	.000
	Gruplar İçi	87.726	126	.696		
	Toplam	105.702	130			
KS Ebeveyn Danışmanlığı	Gruplar Arası	8.263	4	2.066	2.774	.030
	Gruplar İçi	93.850	126	.745		
	Toplam	102.113	130			
KS Okul-Aile Etkileşimi	Gruplar Arası	15.486	4	3.872	4.110	.004
	Gruplar İçi	118.701	126	.942		
	Toplam	134.187	130			
KS Aile Desteği	Gruplar Arası	3.069	4	.767	1.013	.403
	Gruplar İçi	95.423	126	.757		
	Toplam	98.492	130			
SS Müfredat	Gruplar Arası	7.358	4	1.840	2.238	.069
	Gruplar İçi	103.551	126	.822		
	Toplam	110.909	130			
SS Aile-Kültür Etkileşimi	Gruplar Arası	6.760	4	1.690	1.659	.164
	Gruplar İçi	128.385	126	1.019		
	Toplam	135.145	130			
SS Okul Aile İşbirliği	Gruplar Arası	19.985	4	4.996	5.740	.000
	Gruplar İçi	109.673	126	.870		
	Toplam	129.657	130			
SS Kültürel Etkinlikler	Gruplar Arası	1.916	4	.479	.764	.550
	Gruplar İçi	78.943	126	.627		
	Toplam	80.859	130			
SS Akran Etkileşimi	Gruplar Arası	3.199	4	.800	1.212	.309
	Gruplar İçi	83.110	126	.660		
	Toplam	86.309	130			
SS Dini Akt.	Gruplar Arası	4.038	4	1.009	1.375	.246
	Gruplar İçi	92.466	126	.734		
	Toplam	96.504	130			

Tablo 4.7. Devamı

Ent Belirsizliğe Tolerans	Gruplar Arası	.232	4	.058	.388	.817
	Gruplar İçi	18.837	126	.150		
	Toplam	19.069	130			
Ent Başarma İhtiyacı	Gruplar Arası	2.691	4	.673	1.313	.269
	Gruplar İçi	64.562	126	.512		
	Toplam	67.252	130			
Ent Risk Alma Eğilimi	Gruplar Arası	1.950	4	.487	1.474	.214
	Gruplar İçi	41.653	126	.331		
	Toplam	43.603	130			
Ent Kendine Güven	Gruplar Arası	1.090	4	.273	.557	.694
	Gruplar İçi	61.606	126	.489		
	Toplam	62.697	130			
Ent Yenilikçilik	Gruplar Arası	2.362	4	.591	1.012	.404
	Gruplar İçi	73.553	126	.584		
	Toplam	75.915	130			
Ent Kontrol Odağı	Gruplar Arası	2.194	4	.549	2.387	.055
	Gruplar İçi	28.952	126	.230		
	Toplam	31.147	130			

Tablo 4.7'deki Anova testi sonuçlarına göre eğitim düzeyleri ile Kültürel Sermaye Edebi Kültür Boyutu ($F=6.455$, Sig: .000) Kültürel Sermaye Okul Aile Etkileşimi Boyutu ($F=4.110$, Sig: .004) ve Sosyal Sermaye Aile Okul İşbirliği Boyutu ($F=5.740$, Sig: .000) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Scheffe testi sonuçlarına göre farklılıkların olduğu gruplar Tablo 4.8, Tablo 4.9 ve Tablo 4.10'da sunulmaktadır.

Tablo 4.8. KS Edebi Kültür ile Eğitim Düzeyi Çoklu Karşılaştırma

Eğitim Düzeyi	Eğitim Düzeyi	Ortalama Farkı	Std. Hata	p
Önlisans	İlköğretim	1.10795*	.30813	.015
	Lise&Dengi	1.16080*	.25780	.001
	Lisans	.51010	.20327	.185
	Lisansüstü	.30871	.38430	.957

Edebi kültür değişkeni ile eğitim düzeyleri arasındaki farklılıklar incelendiğinde Scheffe sonuçlarına göre önlisans mezunları ile ilköğretim ve lise-dengi okul mezunları arasında anlamlı farklılıklar olduğu söylenebilmektedir ($p<0.05$). Başka bir deyişle önlisans mezunu katılımcılar ilköğretim ve lise-dengi mezunu katılımcılara oranla daha fazla edebi kültür eğilimi göstermektedirler. Tablo 4.9'da eğitim düzeyi ile okul aile etkileşimi boyutuna ilişkin Scheffe sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 4.9. KS Okul Aile Etkileşimi ile Eğitim Düzeyi Çoklu Karşılaştırma

Eğitim Düzeyi	Eğitim Düzeyi	Ortalama Farkı	Std. Hata	p
Lisans	İlköğretim	1.10480*	.31421	.018
	Lise&Dengi	.48889	.24533	.414
	Önlisans	.35480	.23644	.690
	Lisansüstü	.76389	.41243	.491

Tablo 4.9 değerlendirildiğinde lisans mezunları ile ilköğretim mezunları arasında anlamlı farklılık olduğu gözlenmektedir ($p<0.05$). Lisans mezunu katılımcılar ilköğretim mezunu katılımcılara göre okul aile etkileşimi bağlamında daha yüksek bir ortalamaya sahiptirler. Tablo 4.10'da okul aile işbirliği ile eğitim düzeyi arasındaki farklılıklar sunulmaktadır.

Tablo 4.10. SS Okul Aile İşbirliği ile Eğitim Düzeyi Çoklu Karşılaştırma

Eğitim Düzeyi	Eğitim Düzeyi	Ortalama Farkı	Std. Hata	p
Lisans	İlköğretim	.88510	.30202	.079
	Lise&Dengi	.89722*	.23582	.008
	Önlisans	-.06944	.22727	.999
	Lisansüstü	.54167	.39643	.760

Tablo 4.10'daki veriler incelendiğinde lisans mezunu katılımcıların lise ve dengi mezunu katılımcılara oranla daha fazla okul aile işbirliği özelliğine sahip oldukları görülmektedir. Lisans mezunları ile lise ve dengi okul mezunları arasında anlamlı bir farklılık gözlenmektedir ($p<0.05$). Ancak verilere göre lisans mezunu katılımcılar önlisans mezunu katılımcılara göre daha az okul aile işbirliği özelliği sergilemektedir. Tablo 4.11'de katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinden yabancı dil bilgileri ile beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri alt boyutları arasındaki istatistiki farklılıklar sunulmaktadır.

Tablo 4.11. Ölçekler ile Yabancı Dil Bilgisi Farklılıklarının Analizi

		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
BS Müşteri Bilgisi	Gruplar Arası	6.682	2	3.341	13.492	.000
	Gruplar İçi	26.744	108	.248		
	Toplam	33.426	110			
BS Pazar Bilgisi	Gruplar Arası	5.442	2	2.721	7.938	.001
	Gruplar İçi	37.022	108	.343		
	Toplam	42.464	110			

Tablo 4.11. Devamı

BS Teknoloji Bilgisi	Gruplar Arası	4.466	2	2.233	7.207	.001
	Gruplar İçi	33.458	108	.310		
	Toplam	37.923	110			
BS Hizmet Bilgisi	Gruplar Arası	1.378	2	.689	1.956	.146
	Gruplar İçi	38.045	108	.352		
	Toplam	39.423	110			
KS Edebi Kültür	Gruplar Arası	1.477	2	.739	.860	.426
	Gruplar İçi	92.727	108	.859		
	Toplam	94.205	110			
KS Ebeveyn Danışmanlığı	Gruplar Arası	1.742	2	.871	1.068	.347
	Gruplar İçi	88.115	108	.816		
	Toplam	89.857	110			
KS Okul-Aile Etkileşimi	Gruplar Arası	3.907	2	1.953	1.859	.161
	Gruplar İçi	113.463	108	1.051		
	Toplam	117.369	110			
KS Aile Desteği	Gruplar Arası	.426	2	.213	.297	.743
	Gruplar İçi	77.378	108	.716		
	Toplam	77.804	110			
SS Müfredat	Gruplar Arası	4.205	2	2.102	2.442	.092
	Gruplar İçi	92.985	108	.861		
	Toplam	97.189	110			
SS Aile-Kültür Etkileşimi	Gruplar Arası	.745	2	.373	.337	.715
	Gruplar İçi	119.354	108	1.105		
	Toplam	120.099	110			
SS Okul Aile İşbirliği	Gruplar Arası	3.865	2	1.933	1.876	.158
	Gruplar İçi	111.282	108	1.030		
	Toplam	115.147	110			
SS Kültürel Etkinlikler	Gruplar Arası	1.447	2	.723	1.124	.329
	Gruplar İçi	69.526	108	.644		
	Toplam	70.973	110			
SS Akran Etkileşimi	Gruplar Arası	.950	2	.475	.698	.500
	Gruplar İçi	73.473	108	.680		
	Toplam	74.423	110			
SS Dini Akt.	Gruplar Arası	.551	2	.276	.373	.690
	Gruplar İçi	79.872	108	.740		
	Toplam	80.423	110			
Ent Belirsizliğe Tolerans	Gruplar Arası	.087	2	.043	.289	.749
	Gruplar İçi	16.225	108	.150		
	Toplam	16.312	110			
Ent Başarma İhtiyacı	Gruplar Arası	.122	2	.061	.125	.883
	Gruplar İçi	52.773	108	.489		
	Toplam	52.895	110			

Tablo 4.11. Devamı

Ent Risk Alma Eğilimi	Gruplar Arası	1.275	2	.638	1.805	.169
	Gruplar İçi	38.162	108	.353		
	Toplam	39.437	110			
Ent Kendine Güven	Gruplar Arası	.015	2	.008	.015	.985
	Gruplar İçi	54.695	108	.506		
	Toplam	54.711	110			
Ent Yenilikçilik	Gruplar Arası	.225	2	.113	.187	.830
	Gruplar İçi	65.050	108	.602		
	Toplam	65.275	110			
Ent Kontrol Odağı	Gruplar Arası	.858	2	.429	1.739	.181
	Gruplar İçi	26.640	108	.247		
	Toplam	27.497	110			

Tablo 4.11’de beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri boyutlarının yabancı dil bilgisi ile istatistiki olarak farklılıkları gösterilmek istenmiştir. Veriler incelendiğinde beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi ($F=13.492$, Sig:0.000), Pazar bilgisi ($F=7.938$, Sig:0.001) ve teknoloji bilgisi ($F=7.207$, Sig:0.001) boyutları ile yabancı dil bilgisi değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık görülmüştür. Farklılıkların hangi gruplarda görüldüğünün belirlenmesi amacıyla Scheffe testi sonuçları Tablo 4.12, Tablo 4.13 ve Tablo 4.14’te sunulmaktadır.

Tablo 4.12. BS Müşteri Bilgisi ile Yabancı Dil Bilgisi Çoklu Karşılaştırma

Yabancı Dil (I)	Yabancı Dil (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	p
Almanca	İngilizce	-.77546*	.16679	.000
	Diğer	-.97500*	.19273	.000

Tablo 4.12’deki veriler incelendiğinde müşteri bilgisi boyutu ile yabancı dil bilgisi değişkeni arasında anlamlı farklılık olduğu gözlenmektedir. Bu istatistiki farklılık değerlendirildiğinde Almanca dilini bilen katılımcıların İngilizce dilini bilen katılımcılara oranla daha az müşteri bilgisine sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Tablo 4.13’te pazar bilgisi ile yabancı dil değişkeni arasındaki farklılıklar sunulmaktadır.

Tablo 4.13. BS Pazar Bilgisi ile Yabancı Dil Bilgisi Çoklu Karşılaştırma

Yabancı Dil (I)	Yabancı Dil (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	p
Almanca	İngilizce	-.64383*	.19624	.006
	Diğer	-.90000*	.22676	.001

Tablo 4.13 incelendiğinde elde edilen Scheffe sonuçlarına göre katılımcıların beşeri sermaye özelliklerinden Pazar bilgisi Almanca bilen katılımcılarda İngilizce ve diğer dilleri bilen katılımcılara oranla daha az gerçekleşmektedir. Tablo 4.14’te beşeri sermaye özelliklerinden teknoloji bilgisi boyutu ile yabancı dil bilgisi değişkeni arasındaki farklılık incelenmektedir.

Tablo 4.14. BS Teknoloji Bilgisi ile Yabancı Dil Bilgisi Çoklu Karşılaştırma

Yabancı Dil (I)	Yabancı Dil (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	p
Almanca	İngilizce	-.69290*	.18656	.002
	Diğer	-.72500*	.21557	.005

Tablo 4.14 incelendiğinde elde edilen veriler ışığında Almanca bilen katılımcıların teknoloji bilgi düzeyi İngilizce ve diğer dilleri bilen katılımcılara oranla daha azdır şeklinde bir yargıya ulaşılabilmektedir. Tablo 4.15’te katılımcıların sosyo demografik özelliklerinden medeni durumları ile beşeri, sosyal, kültürel sermaye özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri arasındaki farklılıklar t-testi yapılarak tespit edilmek istenmiştir. Buna göre t-testi sonuçlarından karşılaştırma yapılan gruplara ilişkin frekans dağılımı ortalama, standart sapma ve standart hata verileri tablo 4.15’te sunulmuştur.

Tablo 4.15. Cinsiyet Değişkeni ve Ölçeklere İlişkin Grup İstatistikleri

	Cinsiyetiniz:	n	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
BS Müşteri Bilgisi	Kadın	23	4.0652	.57883	.12069
	Erkek	108	4.3148	.53239	.05123
BS Pazar Bilgisi	Kadın	23	4.1196	.59767	.12462
	Erkek	108	4.2315	.60247	.05797
BS Teknoloji Bilgisi	Kadın	23	4.1739	.59081	.12319
	Erkek	108	4.2407	.62364	.06001
BS Hizmet Bilgisi	Kadın	23	3.9565	.41808	.08718
	Erkek	108	4.1235	.60560	.05827
KS Edebi Kültür	Kadın	23	3.9728	.59347	.12375
	Erkek	108	3.3414	.91913	.08844
KS Ebeveyn Danışmanlığı	Kadın	23	4.0124	.65311	.13618
	Erkek	108	3.5913	.91389	.08794
KS Okul-Aile Etkileşimi	Kadın	23	4.0217	.88521	.18458
	Erkek	108	3.6944	1.03633	.09972
KS Aile Desteği	Kadın	23	3.9855	.83774	.17468
	Erkek	108	3.8210	.87829	.08451
SS Müfredat	Kadın	23	4.0435	.65369	.13630
	Erkek	108	3.4877	.94548	.09098

Tablo 4.15. Devamı

SS Aile-Kültür Etkileşimi	Kadın	23	3.7609	.83760	.17465
	Erkek	108	3.3102	1.04057	.10013
SS Okul Aile İşbirliği	Kadın	23	3.7101	.86049	.17943
	Erkek	108	3.5031	1.02563	.09869
SS Kültürel Etkinlikler	Kadın	23	4.0870	.94931	.19794
	Erkek	108	3.8565	.74899	.07207
SS Akran Etkileşimi	Kadın	23	4.1522	.92238	.19233
	Erkek	108	4.0139	.79266	.07627
SS Dini Akt.	Kadın	23	4.1739	.71682	.14947
	Erkek	108	3.8333	.88074	.08475
Ent Belirsizliğe Tolerans	Kadın	23	3.1897	.31242	.06514
	Erkek	108	3.0261	.39167	.03769
Ent Başarma İhtiyacı	Kadın	23	3.4826	.85793	.17889
	Erkek	108	3.7556	.68117	.06555
Ent Risk Alma Eğilimi	Kadın	23	2.7246	.60010	.12513
	Erkek	108	2.8765	.57391	.05522
Ent Kendine Güven	Kadın	23	3.8804	.45145	.09413
	Erkek	108	3.8403	.73740	.07096
Ent Yenilikçilik	Kadın	23	3.6232	.63806	.13304
	Erkek	108	3.7068	.79028	.07604
Ent Kontrol Odağı	Kadın	23	3.5797	.46294	.09653
	Erkek	108	3.4599	.49445	.04758

Tablo 4.15 incelendiğinde beşeri sermaye özellikleri dahilinde en yüksek ortalama değer 4.3148 ile erkek katılımcılarda ve Beşeri Sermaye Müşteri Bilgisi boyutunda olduğu görülmektedir. Kültürel sermaye özellikleri kapsamında ise en yüksek ortalama değer okul aile etkileşimi boyutunda kadın katılımcılarda olduğu görülmektedir. Sosyal sermaye özelliklerinde ise en yüksek ortalama değer dini aktiviteler boyutunda ve kadın katılımcılarda ortaya çıkmıştır.

Ayrıca tüm ölçeklere ait en düşük ortalama değer 2.7246 oran ile Girişimci Kişilik Özellikleri bünyesinde risk alma eğilimi boyutunda olduğu ve kadın katılımcılara ait olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Tablo 4.16’da cinsiyet değişkeni bağlamında bağımsız grup t-testi sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 4.16. Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılıkların Analizi

Boyutlar	F	Sig.	t	df	Sig.(2-tailed)	Ort. Farkı
BS Müşteri Bilgisi	.389	.534	-2.011	129	.046	-.24960
			-1.904	30.438	.066	-.24960
BS Pazar Bilgisi	.000	.997	-.810	129	.419	-.11192
			-.814	32.241	.421	-.11192
BS Teknoloji Bilgisi	.014	.908	-.471	129	.639	-.06683
			-.488	33.294	.629	-.06683
BS Hizmet Bilgisi	4.456	.037	-1.258	129	.211	-.16694
			-1.592	44.238	.119	-.16694
KS Edebi Kültür	13.055	.000	3.152	129	.002	.63139
			4.151	47.659	.000	.63139
KS Ebeveyn Danışmanlığı	2.813	.096	2.096	129	.038	.42115
			2.598	42.648	.013	.42115
KS Okul-Aile Etkileşimi	1.719	.192	1.408	129	.162	.32729
			1.560	36.085	.127	.32729
KS Aile Desteği	.154	.696	.822	129	.413	.16452
			.848	33.132	.403	.16452
SS Müfredat	5.235	.024	2.682	129	.008	.55582
			3.392	44.167	.001	.55582
SS Aile-Kültür Etkileşimi	2.211	.139	1.945	129	.054	.45068
			2.239	37.995	.031	.45068
SS Okul Aile İşbirliği	1.387	.241	.902	129	.369	.20706
			1.011	36.636	.319	.20706
SS Kültürel Etkinlikler	2.605	.109	1.276	129	.204	.23048
			1.094	28.118	.283	.23048
SS Akran Etkileşimi	1.856	.175	.738	129	.462	.13829
			.668	29.315	.509	.13829
SS Dini Akt.	2.238	.137	1.735	129	.085	.34058
			1.982	37.620	.055	.34058
Ent Belirsizliğe Tolerans	1.212	.273	1.878	129	.063	.16363
			2.174	38.309	.036	.16363
Ent Başarma İhtiyacı	3.211	.075	-1.664	129	.099	-.27295
			-1.433	28.199	.163	-.27295
Ent Risk Alma Eğilimi	.266	.607	-1.144	129	.255	-.15191
			-1.111	31.162	.275	-.15191
Ent Kendine Güven	3.630	.059	.251	129	.802	.04016
			.341	50.735	.735	.04016
Ent Yenilikçilik	1.450	.231	-.475	129	.636	-.08360
			-.546	37.891	.589	-.08360
Ent Kontrol Odağı	1.024	.314	1.067	129	.288	.11983
			1.113	33.580	.273	.11983

Tablo 4.16’da sunulan cinsiyet değişkenine göre farklılıkların incelendiği bağımsız grup t-testi analizi sonuçlarına göre değerlendirme iki kademede gerçekleşmektedir. Öncelikle

boyutlara ilişkin Levene Testi sonuçları incelenmiştir. Levene Testi sonuçlarına bağlı olarak t değerinin anlamlı olup olmadığı sorgulanmıştır. Bağımsız grup t-testi gerçekleştirilirken Levene Testi gruplar arası varyans farkını işaret ediyorsa Sig. (2-Tailed) değeri incelenir ve ilgili değer >0.05 ise gruplar arasında anlamlı fark olmadığı, <0.05 ise gruplar arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Altunışık vd., 2010:192).

Tablo 4.16'daki verilere göre Kültürel Sermaye boyutlarından Edebi Kültür boyutunda kadın ve erkek katılımcılar arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (Sig.:000). Levene testi varyans farkını işaret etmektedir Sig. (2-Tailed) değeri incelendiğinde değer <0.05 olarak görülmüş ve anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Grup istatistikleri tablosu incelendiğinde edebi kültür boyutu bağlamında araştırma sürecindeki kadın katılımcı sayısının düşük olmasına rağmen ortalama değer olarak oldukça yüksek düzeyde ve erkek katılımcıların üzerinde bir değere sahip oldukları anlaşılmaktadır ($X=3.9728$).

4.6. Değişkenler Arası Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 4.17 incelendiğinde beşeri sermaye özelliklerinden ön bilgi ve deneyim boyutlarının korelasyon analiz sonuçları görülebilmektedir. Buna göre ön bilgi düzeyinde ve deneyim düzeyinde bulunan 4 alt boyut arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Beşeri sermaye ön bilgi özelliklerinden hizmet bilgisi boyutu ile ön bilgi düzeyi bünyesindeki Teknoloji Bilgisi ($r=0.326$; $p<0.01$), Pazar Bilgisi ($r=0.237$; $p<0.01$) ve Müşteri Bilgisi ($r=0.677$; $p<0.01$) boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca ön bilgi düzeylerinden hizmet bilgisi ile deneyim düzeyinden hizmet bilgisi arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmektedir ($r=0.287$; $p<0.01$).

Beşeri sermaye özellikleri ön bilgi düzeyi içerisindeki teknoloji bilgisi boyutu ile pazar bilgisi ($r=0.698$; $p<0.01$).ve müşteri bilgisi ($r=0.394$; $p<0.01$) boyutları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Deneyim bilgisi bünyesinde müşteri bilgisi ($r=0.336$; $p<0.01$), pazar bilgisi ($r=0.324$; $p<0.01$) ve teknoloji bilgisi ($r=0.315$; $p<0.01$) arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Beşeri sermaye özellikleri ön

bilgi düzeyindeki pazar bilgisi boyutunun müşteri bilgisi ($r=0.306$; $p<0.01$) boyutuyla anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir.

Ayrıca ön bilgi düzeyindeki pazar bilgisi boyutunun deneyim düzeyindeki müşteri bilgisi ($r=0.193$; $p<0.05$), teknoloji bilgisi ($r=.294$; $p<0.05$, pazar bilgisi ($r=0.335$; $p<0.01$) ve hizmet bilgisi ($r=0.181$; $p<0.05$) boyutları ile anlamlı ve pozitif yönlü istatistiki bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Tablo 4.17’de beşeri sermaye ön bilgi ve deneyim boyutlarına ilişkin korelasyon analizi sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 4.17’deki veriler değerlendirildiğinde korelasyon analizi neticesinde ortaya çıkan pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler bağlamında beşeri sermaye özelliklerinden işletmeyi kurmadan önce hizmet bilgisinin artması işletmeyi kurduktan sonraki hizmet bilgisinin artması anlamına gelmektedir. İşletmenin kurulmadan önceki işe ilişkin teknoloji bilgisinin artması işletmeyi kurduktan sonraki müşteri, pazar ve teknoloji bilgi düzeylerinin artması şeklinde yorumlanmaktadır. Ayrıca işletmeyi kurmadan önceki pazar bilgisinin artması işletmeyi kurduktan sonraki müşteri, pazar, teknoloji ve hizmet bilgisinin artacağı şeklinde yorumlanabilmektedir. Buna göre, “ H_7 : *Beşeri Sermaye Özelliklerinden Ön Bilgi Düzeyi ile Deneyim Düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.17. Beşeri Sermaye Özellikleri Korelasyon Analizi

		BS Ön Bilgi Hizmet Bilgisi	BS Ön Bilgi Teknoloji Bilgisi	BS Ön Bilgi Pazar Bilgisi	BS Ön Bilgi Müşteri Bilgisi	BS Deneyim Müşteri Bilgisi	BS Deneyim Pazar Bilgisi	BS Deneyim Teknoloji Bilgisi	BS Deneyim Hizmet Bilgisi
BS Ön Bilgi Hizmet Bilgisi	Pearson Correlation	1	.326**	.237**	.677**	.039	-.053	-.054	.287**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.657	.544	.540	.001
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Ön Bilgi Teknoloji Bilgisi	Pearson Correlation	.326**	1	.698**	.394**	.336**	.324**	.315**	.132
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.134
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Ön Bilgi Pazar Bilgisi	Pearson Correlation	.237**	.698**	1	.306**	.193*	.335**	.294**	.181*
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.000	.027	.000	.001	.038
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Ön Bilgi Müşteri Bilgisi	Pearson Correlation	.677**	.394**	.306**	1	.019	.040	-.044	.080
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.827	.647	.621	.361
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Deneyim Müşteri Bilgisi	Pearson Correlation	.039	.336**	.193*	.019	1	.643**	.686**	.488**
	Sig. (2-tailed)	.657	.000	.027	.827		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Deneyim Pazar Bilgisi	Pearson Correlation	-.053	.324**	.335**	.040	.643**	1	.648**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.544	.000	.000	.647	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Deneyim Teknoloji Bilgisi	Pearson Correlation	-.054	.315**	.294**	-.044	.686**	.648**	1	.393**
	Sig. (2-tailed)	.540	.000	.001	.621	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Deneyim Hizmet Bilgisi	Pearson Correlation	.287**	.132	.181*	.080	.488**	.452**	.393**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.134	.038	.361	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131	131	131	131	131

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

*.Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 4.18 incelendiğinde beşeri sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özelliklerine ait boyutlar arasındaki korelasyon analizi sonuçları görülmektedir. Buna göre beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi, pazar bilgisi, teknoloji bilgisi ve hizmet bilgisi boyutlarının girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe tolerans, başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, kendine güven, yenilikçilik ve kontrol odağı boyutlarıyla arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi boyutuyla pazar bilgisi ($r=0.643$; $p<0.01$), teknoloji bilgisi ($r=0.686$; $p<0.01$), hizmet bilgisi ($r=0.488$; $p<0.01$) boyutlarıyla pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yine aynı şekilde Pazar bilgisi boyutuyla teknoloji bilgisi boyutu arasında ($r=0.648$; $p<0.01$) ve hizmet bilgisi boyutuyla ($r=0.452$; $p<0.01$), arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe tolerans boyutu ile başarıma ihtiyacı ($r=0.296$; $p<0.01$), arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Başarıma ihtiyacı boyutu ile kendine güven ($r=0.389$; $p<0.01$) ve yenilikçilik ($r=0.494$; $p<0.01$) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Risk alma eğilimi ile kendine güven ($r=-0.175$; $p<0.05$) arasında negatif yönlü ve düşük düzeyli bir ilişki olduğu görülmektedir. Kendine güven boyutu ile yenilikçilik boyutu arasında ise ($r=0.274$; $p<0.01$) pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir.

Tablo 4.18'den elde edilen verilere göre katılımcıların müşteri bilgilerindeki artış pazar bilgileri, teknoloji bilgileri ve hizmet bilgilerinde artışa imkan vermektedir. Katılımcıların Pazar bilgilerindeki artışın sağlanması teknoloji ve hizmet bilgilerindeki artışın gözlenebileceği anlamına gelmektedir. Katılımcıların girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe toleransları arttıkça başarıma ihtiyaçlarında artış olması beklenmektedir. Başarıma ihtiyaçlarındaki artış ise kendine güven ve yenilikçilik düzeylerinde artışa neden olmaktadır. Ayrıca katılımcıların risk alma eğilimleri azaldıkça kendine güven boyutunda artış olması beklenmektedir.

Tablo 4.18. Beşeri Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri Korelasyon Analizi

		BS Müşteri Bilgisi	BS Pazar Bilgisi	BS Teknoloji Bilgisi	BS Hizmet Bilgisi	Ent Belirsizliğe Tolerans	Ent Başarma İhtiyacı	Ent Risk Alma Eğilimi	Ent Kendine Güven	Ent Yenilikçilik	Ent Kontrol Odağı
BS Müşteri Bilgisi	Pearson Correlation	1	.643**	.686**	.488**	-.055	.034	.000	.157	-.054	.021
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.531	.697	.999	.074	.539	.815
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Pazar Bilgisi	Pearson Correlation	.643**	1	.648**	.452**	-.024	.115	-.028	-.015	.017	.048
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.783	.191	.754	.863	.843	.589
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Teknoloji Bilgisi	Pearson Correlation	.686**	.648**	1	.393**	.009	.003	-.041	.009	.069	.106
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.916	.973	.640	.916	.432	.228
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Hizmet Bilgisi	Pearson Correlation	.488**	.452**	.393**	1	-.105	.022	-.037	.020	.000	-.049
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.231	.801	.679	.820	.997	.575
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Belirsizliğe Tolerans	Pearson Correlation	-.055	-.024	.009	-.105	1	.296**	-.132	.107	.112	.021
	Sig. (2-tailed)	.531	.783	.916	.231		.001	.133	.225	.202	.810
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Başarma İhtiyacı	Pearson Correlation	.034	.115	.003	.022	.296**	1	.121	.389**	.494**	-.012
	Sig. (2-tailed)	.697	.191	.973	.801	.001		.169	.000	.000	.892
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Risk Alma Eğilimi	Pearson Correlation	.000	-.028	-.041	-.037	-.132	.121	1	-.175*	.053	-.102
	Sig. (2-tailed)	.999	.754	.640	.679	.133	.169		.045	.547	.246
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Kendine Güven	Pearson Correlation	.157	-.015	.009	.020	.107	.389**	-.175*	1	.274**	.099
	Sig. (2-tailed)	.074	.863	.916	.820	.225	.000	.045		.002	.261
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Yenilikçilik	Pearson Correlation	-.054	.017	.069	.000	.112	.494**	.053	.274**	1	-.017
	Sig. (2-tailed)	.539	.843	.432	.997	.202	.000	.547	.002		.847
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Kontrol Odağı	Pearson Correlation	.021	.048	.106	-.049	.021	-.012	-.102	.099	-.017	1
	Sig. (2-tailed)	.815	.589	.228	.575	.810	.892	.246	.261	.847	
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed). * . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 4.19’da beşeri sermaye özellikleri ile sosyal ve kültürel sermaye özellikleri arasındaki ilişki incelenmektedir. Tablo 4.19 incelendiğinde beşeri sermaye özelliklerinden müşteri, hizmet, teknoloji ve pazar bilgisi boyutlarıyla sosyal ve kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür, ebeveyn danışmanlığı, okul aile etkileşimi, aile desteği, müfredat dışı etkinlikler, aile kültür etkileşimi, okul aile işbirliği, kültürel etkinlikler, akran etkileşimi ve dini aktiviteler boyutlarıyla arasındaki ilişkiler gösterilmektedir. Beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi ile kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı ($r=0.200$; $p<0.05$) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Beşeri sermaye özelliklerinden teknoloji bilgisi ile kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür ($r=0.199$; $p<0.05$) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Katılımcıların müşteri ve teknoloji bilgileri ile ebeveyn danışmanlığı, edebi kültür ve aile-kültür etkileşimi arasında ilişki görülmektedir. Edebi kültür ile ebeveyn danışmanlığı ($r=0.547$; $p<0.01$), okul aile etkileşimi ($r=0.373$; $p<0.01$), aile desteği ($r=0.356$; $p<0.01$), müfredat dışı etkinlikler ($r=0.552$; $p<0.01$) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir.

Ayrıca ebeveyn danışmanlığı ile okul aile etkileşimi ($r=0.527$; $p<0.01$) aile desteği ($r=0.601$; $p<0.01$) ve müfredat dışı etkinlikler ($r=0.668$; $p<0.01$) arasından pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki görülmektedir. Tablo 4.19’daki verilere göre sosyal ve kültürel sermaye özelliklerinden okul aile etkileşimi ile aile desteği arasında ($r=0.495$; $p<0.01$), ve müfredat dışı etkinlikler boyutu arasında ($r=0.549$; $p<0.01$), pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki gözlenmiştir. Aile desteği ile müfredat dışı etkinlikler ($r=0.636$; $p<0.01$) arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin varlığı belirtilmiştir. Tablo 4.19’daki veriler incelendiğinde katılımcıların ebeveyn danışmanlığındaki artış girişimcilerin yaptıkları işe ilişkin müşteri bilgilerinde artışa neden olabilmektedir. Ayrıca edebi kültür düzeylerinin artması yaptıkları işe ilişkin teknoloji bilgilerinde artışa neden olabilmektedir. Katılımcıların ebeveyn danışmanlığındaki artış edebi kültür düzeylerine, okul aile etkileşimine, aile desteğine ve müfredat dışı etkinlikler boyutuna pozitif etki sağlayabilmektedir.

Tablo 4.19. Beşeri, Sosyal ve Kültürel Sermaye Özellikleri Korelasyon Analizi

		BS Müşteri Bilgisi	BS Pazar Bilgisi	BS Teknoloji Bilgisi	BS Hizmet Bilgisi	KS Edebi Kültür	KS Ebeveyn Danışm.	KS Okul Aile Etk.	KS Aile Desteği	SS Müfredat	SS Aile Kültür Etk.	SS Okul Aile İşbirliği	SS Kültürel Etkinlikler	SS Akran Etk.	SS Dini Akt.
BS Müşteri Bilgisi	Pearson	1	.643**	.686**	.488**	-.044	.200*	.084	.070	.105	.086	.007	.010	.120	.113
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.618	.022	.341	.427	.233	.328	.934	.914	.172	.199
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Pazar Bilgisi	Pearson	.643**	1	.648**	.452**	.048	.153	.167	.104	.129	.087	.050	.081	.135	-.027
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.586	.080	.056	.236	.140	.322	.574	.358	.125	.764
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Teknoloji Bilgisi	Pearson	.686**	.648**	1	.393**	.199*	.259**	.197*	.104	.209*	.137	.194*	.027	.116	.077
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.022	.003	.024	.237	.017	.119	.027	.758	.185	.381
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
BS Hizmet Bilgisi	Pearson	.488**	.452**	.393**	1	-.024	.066	.064	.027	.019	-.015	.012	-.021	.036	-.023
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.787	.453	.468	.763	.827	.867	.892	.815	.685	.791
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Edebi Kültür	Pearson	-.044	.048	.199*	-.024	1	.547**	.373**	.356**	.522**	.507**	.681**	.426**	.205*	.227**
	Sig. (2-tailed)	.618	.586	.022	.787		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.009
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Ebeveyn Danışmanlığı	Pearson	.200*	.153	.259**	.066	.547**	1	.527**	.601**	.668**	.342**	.544**	.221*	.404**	.492**
	Sig. (2-tailed)	.022	.080	.003	.453	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Okul-Aile Etkileşimi	Pearson	.084	.167	.197*	.064	.373**	.527**	1	.495**	.549**	.294**	.426**	.210*	.453**	.292**
	Sig. (2-tailed)	.341	.056	.024	.468	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.016	.000	.001
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Aile Desteği	Pearson	.070	.104	.104	.027	.356**	.601**	.495**	1	.636**	.254**	.403**	.315**	.440**	.257**
	Sig. (2-tailed)	.427	.236	.237	.763	.000	.000	.000		.000	.003	.000	.000	.000	.003
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Müfredat	Pearson	.105	.129	.209*	.019	.522**	.668**	.549**	.636**	1	.422**	.532**	.279**	.387**	.281**
	Sig. (2-tailed)	.233	.140	.017	.827	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.001
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

Tablo 4.19. Devamı

SS Aile-Kültür Etkileşimi	Pearson Correlation	.086	.087	.137	-.015	.507**	.342**	.294**	.254**	.422**	1	.268**	.387**	.327**	.223*
	Sig. (2-tailed)	.328	.322	.119	.867	.000	.000	.001	.003	.000		.002	.000	.000	.011
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Okul Aile İşbirliği	Pearson Correlation	.007	.050	.194*	.012	.681**	.544**	.426**	.403**	.532**	.268**	1	.271**	.228**	.257**
	Sig. (2-tailed)	.934	.574	.027	.892	.000	.000	.000	.000	.000	.002		.002	.009	.003
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Kültürel Etkinlikler	Pearson Correlation	.010	.081	.027	-.021	.426**	.221*	.210*	.315**	.279**	.387**	.271**	1	.141	.100
	Sig. (2-tailed)	.914	.358	.758	.815	.000	.011	.016	.000	.001	.000	.002		.109	.257
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Akran Etkileşimi	Pearson Correlation	.120	.135	.116	.036	.205*	.404**	.453**	.440**	.387**	.327**	.228**	.141	1	.430**
	Sig. (2-tailed)	.172	.125	.185	.685	.019	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.109		.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Dini Aktiviteler	Pearson Correlation	.113	-.027	.077	-.023	.227**	.492**	.292**	.257**	.281**	.223*	.257**	.100	.430**	1
	Sig. (2-tailed)	.199	.764	.381	.791	.009	.000	.001	.003	.001	.011	.003	.257	.000	
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

* . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 4.20’de girişimci kişilik özellikleri ile kültürel sermaye özellikleri arasındaki ilişki görülebilmektedir. Tablo 4.20’de kültürel sermaye özellikleri bağlamında edebi kültür, ebeveyn danışmanlığı, okul aile etkileşimi ve aile desteği ile girişimci kişilik özellikleri bağlamında belirsizliğe tolerans, başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, kendine güven, yenilikçilik ve kontrol odağı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Tablo 4.20’deki verilere göre katılımcıların kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür özellikleri ile girişimci kişilik özelliklerinden risk alma eğilimleri arasında ($r=-0.218$; $p<0.05$) negatif düzeyde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı ile girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven boyutu arasında ($r=0.257$; $p<0.01$) ve kültürel sermaye özelliklerinden aile desteği ile girişimci kişilik özelliklerinden yenilikçilik boyutu arasında ($r=0.215$; $p<0.05$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların okul aile etkileşimleri ile başarıma ihtiyaçları arasında ($r=0.178$; $p<0.05$) anlamlı bir ilişki görülmektedir.

Ayrıca, Tablo 4.20 incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden aile desteği ile katılımcıların girişimci kişilik özelliklerinden başarıma ihtiyacı ($r=0.262$; $p<0.01$), kendine güven ($r=0.211$; $p<0.01$) ve yenilikçilik ($r=0.215$; $p<0.01$) özellikleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Ayrıca katılımcıların başarıma ihtiyaçları ile kendine güven boyutu ($r=0.389$; $p<0.01$) ve yenilikçilik boyutu ($r=0.494$; $p<0.01$) arasında istatistiki olarak pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki görülmektedir. Katılımcıların risk alma eğilimleri ile kendine güven boyutu arasında ($r=-0.175$; $p<0.05$) negatif yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Katılımcıların kendine güven özelliği ile yenilikçilik özelliği ($r=0.274$; $p<0.01$) arasında ise pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmektedir. Kültürel sermaye özellikleri içerisinde edebi kültür boyutu ile ebeveyn danışmanlığı ($r=0.547$; $p<0.01$), okul aile etkileşimi ($r=0.373$; $p<0.01$) ve aile desteği ($r=0.356$; $p<0.01$) arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin varlığı görülebilmektedir. Tablo 4.20’deki veriler değerlendirildiğinde katılımcıların kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı düzeyi arttıkça girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven ve kontrol odağı özelliklerinin, aile desteği özelliğinde artış olması durumunda ise kendine güven ve yenilikçilik boyutlarının artış göstermesi beklenmektedir.

Tablo 4.20. Kültürel Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri Korelasyon Analizi

		KS Edebi Kültür	KS Ebeveyn Danışmanlığı	KS Okul-Aile Etkileşimi	KS Aile Desteği	Ent Belir. Tolerans	Ent Başarma İhtiyacı	Ent Risk Alma Eğilimi	Ent Kendine Güven	Ent Yenilikçilik	Ent Kontrol Odağı
KS Edebi Kültür	Pearson Correlation	1	.547**	.373**	.356**	.142	-.091	-.218*	.028	.101	.130
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.105	.302	.013	.749	.252	.139
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Ebeveyn Danışmanlığı	Pearson Correlation	.547**	1	.527**	.601**	.090	.071	-.128	.257**	.054	.246**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.308	.417	.145	.003	.538	.005
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Okul-Aile Etkileşimi	Pearson Correlation	.373**	.527**	1	.495**	.178*	.178*	-.027	.097	.081	.154
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.042	.041	.762	.270	.359	.079
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
KS Aile Desteği	Pearson Correlation	.356**	.601**	.495**	1	-.144	.262**	.047	.211*	.215*	.167
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.102	.002	.598	.016	.014	.057
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Belirsizliğe Tolerans	Pearson Correlation	.142	.090	.178*	-.144	1	.296**	-.132	.107	.112	.021
	Sig. (2-tailed)	.105	.308	.042	.102		.001	.133	.225	.202	.810
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Başarma İhtiyacı	Pearson Correlation	-.091	.071	.178*	.262**	.296**	1	.121	.389**	.494**	-.012
	Sig. (2-tailed)	.302	.417	.041	.002	.001		.169	.000	.000	.892
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Risk Alma Eğilimi	Pearson Correlation	-.218*	-.128	-.027	.047	-.132	.121	1	-.175*	.053	-.102
	Sig. (2-tailed)	.013	.145	.762	.598	.133	.169		.045	.547	.246
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Kendine Güven	Pearson Correlation	.028	.257**	.097	.211*	.107	.389**	-.175*	1	.274**	.099
	Sig. (2-tailed)	.749	.003	.270	.016	.225	.000	.045		.002	.261
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Yenilikçilik	Pearson Correlation	.101	.054	.081	.215*	.112	.494**	.053	.274**	1	-.017
	Sig. (2-tailed)	.252	.538	.359	.014	.202	.000	.547	.002		.847
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Kontrol Odağı	Pearson Correlation	.130	.246**	.154	.167	.021	-.012	-.102	.099	-.017	1
	Sig. (2-tailed)	.139	.005	.079	.057	.810	.892	.246	.261	.847	
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

**. Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

*. Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 4.21’de girişimci kişilik özellikleri ile sosyal sermaye özellikleri arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmektedir. Girişimci kişilik özellikleri bağlamında belirsizliğe tolerans, başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, kendine güven, yenilikçilik ve kontrol odağı ile sosyal sermaye özellikleri bağlamında müfredat dışı etkinlikler, aile kültür etkileşimi, okul aile işbirliği, kültürel etkinlikler, akran etkileşimi ve dini aktiviteler boyutlarıyla arasındaki ilişkiler gösterilmektedir.

Katılımcıların sosyal sermaye özellikleri arasında müfredat dışı etkinlikler boyutu ile aile kültür etkileşimi ($r=0.422$; $p<0.01$), okul aile işbirliği ($r=0.532$; $p<0.01$), kültürel etkinlikler ($r=0.279$; $p<0.01$), akran etkileşimi ($r=0.387$; $p<0.01$) ve dini aktiviteler ($r=0.281$; $p<0.01$) boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki görülmektedir. Ayrıca, sosyal sermaye özelliklerinden aile kültür etkileşimi ile okul aile işbirliği ($r=0.268$; $p<0.01$), kültürel etkinlikler ($r=0.387$; $p<0.01$), akran etkileşimi ($r=0.327$; $p<0.01$) ve dini aktiviteler arasında ($r=0.223$; $p<0.05$) pozitif yönlü anlamlı ilişki görülmektedir.

Tablo 4.21’deki verilere göre katılımcıların sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde müfredat dışı etkinlikler ile başarıma ihtiyacı ($r=0.250$; $p<0.01$) ve kontrol odağı ($r=0.195$; $p<0.05$) boyutları arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki görülmektedir. Sosyal sermaye özelliklerinden müfredat dışı etkinliklerdeki artışın başarıma ihtiyacı ve kontrol odağı özelliklerinde artışa neden olabileceği yorumu yapılmaktadır. Okul aile işbirliği ile belirsizliğe tolerans ($r=0.243$; $p<0.01$) ve yenilik ($r=0.231$; $p<0.05$) boyutları arasında da istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliğindeki artış girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe toleransta artış olması anlamına gelmektedir. Ayrıca akran etkileşimi ile başarıma ihtiyacı ($r=0.275$; $p<0.01$) ve kendine güven ($r=0.342$; $p<0.01$) boyutları ile istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Son olarak sosyal sermaye özelliklerinden dini aktivitelerdeki artış oranının girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven boyutundaki ($r=0.432$; $p<0.01$) artışı etkilediği görülmektedir.

Tablo 4.21. Sosyal Sermaye ile Girişimci Kişilik Özellikleri Korelasyon Analizi

		Ent Belir. Tolerans	Ent Başarma İhtiyacı	Ent Risk Alma Eğilimi	Ent Kendine Güven	Ent Yenilik	Ent Kontrol Odağı	SS Müfredat	SS Aile- Kültür Etkileşimi	SS Okul Aile İşbirliği	SS Kültürel Etkinlikler	SS Akran Etk.	SS Dini Akt.
Ent Belirsizliğe Tolerans	Pearson Correlation	1	.296**	-.132	.107	.112	.021	.107	.081	.243**	-.017	.016	.007
	Sig. (2-tailed)		.001	.133	.225	.202	.810	.224	.358	.005	.847	.859	.934
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Başarma İhtiyacı	Pearson Correlation	.296**	1	.121	.389**	.494**	-.012	.250**	.157	.098	.074	.275**	.028
	Sig. (2-tailed)	.001		.169	.000	.000	.892	.004	.073	.265	.401	.001	.751
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Risk Alma Eğilimi	Pearson Correlation	-.132	.121	1	-.175*	.053	-.102	-.025	.013	-.047	.089	-.009	-.068
	Sig. (2-tailed)	.133	.169		.045	.547	.246	.780	.884	.597	.310	.914	.438
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Kendine Güven	Pearson Correlation	.107	.389**	-.175*	1	.274**	.099	.150	.162	.001	.050	.342**	.432**
	Sig. (2-tailed)	.225	.000	.045		.002	.261	.086	.065	.988	.570	.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Yenilikçilik	Pearson Correlation	.112	.494**	.053	.274**	1	-.017	.160	.027	.232**	.104	.056	.020
	Sig. (2-tailed)	.202	.000	.547	.002		.847	.067	.762	.008	.235	.525	.823
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
Ent Kontrol Odağı	Pearson Correlation	.021	-.012	-.102	.099	-.017	1	.195*	.015	.075	.113	.044	.105
	Sig. (2-tailed)	.810	.892	.246	.261	.847		.026	.865	.392	.200	.621	.235
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Müfredat	Pearson Correlation	.107	.250**	-.025	.150	.160	.195*	1	.422**	.532**	.279**	.387**	.281**
	Sig. (2-tailed)	.224	.004	.780	.086	.067	.026		.000	.000	.001	.000	.001
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Aile-Kültür Etkileşimi	Pearson Correlation	.081	.157	.013	.162	.027	.015	.422**	1	.268**	.387**	.327**	.223*
	Sig. (2-tailed)	.358	.073	.884	.065	.762	.865	.000		.002	.000	.000	.011
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

Tablo 4.21 Devamı

SS Okul Aile İşbirliği	Pearson Correlation	.243**	.098	-.047	.001	.232**	.075	.532**	.268**	1	.271**	.228**	.257**
	Sig. (2-tailed)	.005	.265	.597	.988	.008	.392	.000	.002		.002	.009	.003
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Kültürel Etkinlikler	Pearson Correlation	-.017	.074	.089	.050	.104	.113	.279**	.387**	.271**	1	.141	.100
	Sig. (2-tailed)	.847	.401	.310	.570	.235	.200	.001	.000	.002		.109	.257
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Akran Etkileşimi	Pearson Correlation	.016	.275**	-.009	.342**	.056	.044	.387**	.327**	.228**	.141	1	.430**
	Sig. (2-tailed)	.859	.001	.914	.000	.525	.621	.000	.000	.009	.109		.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
SS Dini Akt.	Pearson Correlation	.007	.028	-.068	.432**	.020	.105	.281**	.223*	.257**	.100	.430**	1
	Sig. (2-tailed)	.934	.751	.438	.000	.823	.235	.001	.011	.003	.257	.000	
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

* . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Araştırma sürecindeki hipotezlerin test edilmesi amacıyla korelasyon ve t-testine ek olarak regresyon testi uygulanmıştır. Regresyon analizi bir bağımlı değişken ile bu değişkeni açıklamaya yarayan bağımsız değişkenlerden meydana gelen ilişki inceleme yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Altunışık vd., 2010:201-243). Tablo 4.22’de beşeri sermaye ile girişimci kişilik ölçeklerine ilişkin anlamlılık değerleri sunulmaktadır.

Tablo 4.22. Beşeri Sermaye ve Girişimci Kişilik Özellikleri Anlamlılık Değerleri

Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1	Regression	.316	4	.079	.531	.713
	Residual	18.753	126	.149		
	Toplam	19.069	130			
Bağımlı Değişken: Belirsizliğe Tolerans						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
2	Regression	1.513	4	.378	.725	.577
	Residual	65.740	126	.522		
	Toplam	67.252	130			
Bağımlı Değişken: Başarma İhtiyacı						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
3	Regression	.202	4	.051	.147	.964
	Residual	43.401	126	.344		
	Toplam	43.603	130			
Bağımlı Değişken: Risk Alma Eğilimi						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
4	Regression	3.493	4	.873	1.858	.122
	Residual	59.204	126	.470		
	Toplam	62.697	130			
Bağımlı Değişken: Kendine Güven						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
5	Regression	1.880	4	.470	.800	.527
	Residual	74.035	126	.588		
	Toplam	75.915	130			
Bağımlı Değişken: Yenilikçilik						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
6	Regression	.714	4	.179	.739	.567
	Residual	30.433	126	.242		
	Toplam	31.147	130			
Bağımlı Değişken: Kontrol Odağı						
Predictors: (Sabit), Pazar Bilgisi, Müşteri Bilgisi, Teknoloji Bilgisi, Hizmet Bilgisi						

Beşeri sermaye özellikleri ölçeğinin alt boyutlarını oluşturan Müşteri Bilgisi, Teknoloji Bilgisi, Pazar Bilgisi ve Hizmet Bilgisi boyutları bağımsız değişkenler olarak ele alınmış ve Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeğinden başarıma İhtiyacı, risk alma eğilimi, kontrol

odağı, kendine güven, yenilikçilik ve belirsizliğe tolerans boyutları bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir.

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Belirsizliğe Tolerans arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($F= .531$, Sig:713). Ayrıca yine sonuçlarına göre Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Belirsizliğe Tolerans arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($F= .725$, Sig:577). Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Risk Alma Eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($F= .147$, Sig:964).

Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Kendine Güven arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($F= .1858$, Sig:122). Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Yenilikçilik arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($F= .800$, Sig:527). Son olarak, Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Kontrol Odağı arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($F= .739$, Sig:567).

Dolayısıyla Tablo 4.22’de belirtilen anlamlılık değerleri incelendiğinde bağımlı değişkenlerden Girişimci Kişilik Özelliklerinin alt boyutları olan Belirsizliğe Tolerans, Başarma İhtiyacı, Risk Alma Eğilimi, Kendine Güven, Yenilikçilik ve Kontrol Odağı boyutlarını açıklamada Beşeri Sermaye özelliklerinden Müşteri Bilgisi, Hizmet Bilgisi, Teknoloji Bilgisi ve Pazar Bilgisi boyutları yeterli bulunmamıştır. Bu bağlamda “ H_2 : Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi ve alt hipotezleri olan H_{2a} , H_{2b} , H_{2c} ve H_{2d} kabul edilmemiştir.

Tablo 4.23’te sosyal sermaye ile girişimci kişilik ölçeklerine ilişkin anlamlılık değerleri sunulmaktadır. Sosyal sermaye özellikleri ölçeğinin alt boyutlarını oluşturan Müfredat Dışı Etkinlikler, Aile Kültür Etkileşimi, Okul Aile İşbirliği, Kültürel Aktiviteler, Akran Etkileşimi ve Dini Aktiviteler boyutları bağımsız değişkenler olarak ele alınmış ve

Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeğinden başarıma İhtiyacı, risk alma eğilimi, kontrol odağı, kendine güven, yenilikçilik ve belirsizliğe tolerans boyutları bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 4.23. Sosyal Sermaye ve Girişimci Kişilik Özellikleri Anlamlılık Değerleri

	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1	Regression	1.404	6	.234	1.642	.141
	Residual	17.666	124	.142		
	Toplam	19.069	130			
Bağımlı Değişken: Belirsizliğe Tolerans						
	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
2	Regression	7.832	6	1.305	2.724	.016
	Residual	59.420	124	.479		
	Toplam	67.252	130			
Bağımlı Değişken: Başarıma İhtiyacı						
	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
3	Regression	.772	6	.129	.372	.895
	Residual	42.831	124	.345		
	Toplam	43.603	130			
Bağımlı Değişken: Risk Alma Eğilimi						
	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
4	Regression	15.011	6	2.502	6.506	.000
	Residual	47.685	124	.385		
	Toplam	62.697	130			
Bağımlı Değişken: Kendine Güven						
	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
5	Regression	4.841	6	.807	1.408	.217
	Residual	71.075	124	.573		
	Toplam	75.915	130			
a. Bağımlı Değişken: Yenilikçilik						
	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
6	Regression	1.861	6	.310	1.313	.256
	Residual	29.286	124	.236		
	Toplam	31.147	130			
Bağımlı Değişken: Kontrol Odağı						
b. Predictors: (Sabit) Müfredat Dışı Etkinlikler, Aile Kültür Etkileşimi, Okul Aile İşbirliği, Kültürel Aktiviteler, Akran Etkileşimi ve Dini Aktiviteler						

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre Sosyal Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Belirsizliğe Tolerans arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 1.642, Sig: .141). Tablo 4.24'te sosyal sermaye özellikleri ile belirsizliğe tolerans boyutu arasındaki ilişkiye ait veriler sunulmaktadır.

Tablo 4.24. Sosyal Sermaye Özelliklerinin Belirsizliğe Tolerans Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.955	.237		12.471	.000
Müfredat Dışı Etkinlikler	-.008	.047	-.019	-.170	.866
Aile Kültür Etkileşimi	.029	.038	.077	.750	.455
1 Okul Aile İşbirliği	.108	.040	.282	2.706	.008
Kültürel Etkinlikler	-.053	.046	-.109	-1.135	.258
Akran Etkileşimi	-.013	.048	-.028	-.272	.786
Dini Aktiviteler	-.024	.043	-.054	-.553	.581

a. Bağımlı Değişken: Belirsizliğe Tolerans
R: .271 / R²:.074 / Düzeltilmiş R²: .029 / F: 1.642/ Sig: .141

Tablo 4.24'teki veriler incelendiğinde sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliği boyutu ile belirsizliğe tolerans boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre okul aile işbirliğinin belirsizliğe tolerans oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir (R=.271). Tablo 4.25'te sosyal sermaye özellikleri ile başarıma ihtiyacı boyutu arasındaki ilişkiye ait veriler sunulmaktadır.

Tablo 4.25. Sosyal Sermaye Özelliklerinin Başarıma İhtiyacı Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.723	.435		6.267	.000
Müfredat Dışı Etkinlikler	.152	.086	.195	1.779	.078
Aile Kültür Etkileşimi	.023	.071	.033	.330	.742
2 Okul Aile İşbirliği	-.027	.073	-.037	-.363	.717
Kültürel Etkinlikler	-.005	.085	-.006	-.064	.949
Akran Etkileşimi	.226	.088	.256	2.564	.012
Dini Aktiviteler	-.112	.080	-.134	-1.407	.162

a. Bağımlı Değişken: Başarıma İhtiyacı
R: .341 / R²:.116 / Düzeltilmiş R²: .074 / F: 2.724/ Sig: .016

Tablo 4.25'teki veriler incelendiğinde sosyal sermaye özelliklerinden akran etkileşimi ve müfredat dışı etkinlikler boyutları ile başarıma ihtiyacı boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre akran etkileşimi ve müfredat dışı etkinliklerin katılımcıların başarıma ihtiyaçlarının oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir (R=.341). Girişimci kişilik özelliklerinden risk alma eğilimi ile sosyal sermaye boyutları arasında da anlamlı bir sonuç gözlenmemiştir (F= .372 Sig: .895). Yenilikçilik ile sosyal sermaye

boyutları arasında da anlamlı bir sonuç gözlenmemiştir (F= 1.408 Sig: .217). Kontrol Odağı ile sosyal sermaye boyutları arasında da anlamlı bir sonuç gözlenmemiştir (F= 1.313 Sig: .256). Ancak, Girişimci Kişilik Özelliklerinden Kendine Güven boyutu ile sosyal sermaye özellikleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır (F= 6.506, Sig: .000). Tablo 4.26.'da sosyal sermaye özellikleri ile kendine güven boyutu arasındaki ilişkiye ait veriler sunulmaktadır.

Tablo 4.26. Sosyal Sermaye Özelliklerinin Kendine Güven Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.220	.389		5.703	.000
Müfredat Dışı Etkinlikler	.035	.077	.046	.454	.651
Aile Kültür Etkileşimi	.029	.063	.043	.463	.644
4 Okul Aile İşbirliği	-.121	.066	-.175	-1.850	.067
Kültürel Etkinlikler	.004	.076	.004	.048	.962
Akran Etkileşimi	.161	.079	.189	2.038	.044
Dini Aktiviteler	.301	.071	.373	4.214	.000

a. Bağımlı Değişken: Kendine Güven

R: .489 / R²:.239 / Düzeltilmiş R²: 203 / F: 6.506/ Sig: .000

Tablo 4.26'daki veriler incelendiğinde sosyal sermaye özelliklerinden Dini Aktiviteler boyutu ile Kendine Güven boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre dini aktivitelerin kendine güven oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir (R=.489). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan kendine güven boyutunu açıklama oranı R²=0.239 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Kendine güven boyutundaki değişimin %23.9'unun bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Dolayısıyla sosyal sermayenin girişimci kişilik özellikleri ile ilişkisini belirten "H₃: Sosyal Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi ve alt hipotezlerinden, H_{3a}, H_{3b}, H_{3c} ve H_{3f} kabul edilmiştir. Ancak aile kültür etkileşimi ve kültürel aktivitelerin girişimci kişilik özellikleri ile ilişkisini belirten H_{3b} ve H_{3d} alt hipotezleri kabul edilmemiştir.

Tablo 4.27'de kültürel sermaye ile girişimci kişilik ölçeklerine ilişkin anlamlılık değerleri sunulmaktadır. Kültürel sermaye özellikleri ölçeğinin alt boyutlarını oluşturan Edebi

Kültür, Aile Desteği, Okul Aile Etkileşimi ve Ebeveyn Danışmanlığı boyutları bağımsız değişkenler olarak ele alınmış ve Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeği alt boyutları bağımlı değişkenler olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 4.27. Kültürel Sermaye ile Girişimci Kişilik Ölçekleri Anlamlılık Değerleri

	Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1	Regression	2.480	4	.620	4.709	.001
	Residual	16.589	126	.132		
	Toplam	19.069	130			
Bağımlı Değişken: Belirsizliğe Tolerans						
2	Regression	8.188	4	2.047	4.367	.002
	Residual	59.065	126	.469		
	Toplam	67.252	130			
Bağımlı Değişken: Başarma İhtiyacı						
3	Regression	3.244	4	.811	2.532	.044
	Residual	40.359	126	.320		
	Toplam	43.603	130			
Bağımlı Değişken: Risk Alma Eğilimi						
4	Regression	5.796	4	1.449	3.209	.015
	Residual	56.901	126	.452		
	Toplam	62.697	130			
Bağımlı Değişken: Kendine Güven						
5	Regression	4.625	4	1.156	2.044	.092
	Residual	71.290	126	.566		
	Toplam	75.915	130			
a. Bağımlı Değişken: Yenilikçilik						
6	Regression	1.929	4	.482	2.079	.087
	Residual	29.218	126	.232		
	Toplam	31.147	130			
Bağımlı Değişken: Kontrol Odağı						
b. Predictors: (Sabit), Edebi Kültür, Aile Desteği, Okul Aile Etkileşimi ve Ebeveyn Danışmanlığı						

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre Kültürel Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Belirsizliğe Tolerans arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 4.709, Sig: .001). Kültürel Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri alt boyutlarından Başarma İhtiyacı arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 4.367, Sig: .002). Risk alma eğilimi ile kültürel sermaye boyutları arasında da anlamlı bir sonuç gözlenmiştir (F= 2.532 Sig: .044). Kendine

güven boyutu ile kültürel sermaye özellikleri arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür (F= 3.209, Sig: .015). Yenilikçilik ile sosyal sermaye boyutları arasında da anlamlı bir sonuç gözlenmiştir (F= 2.044, Sig: .092). Kontrol Odağı ile sosyal sermaye boyutları arasında anlamlı bir sonuç gözlenmiştir (F= 2.079 Sig: .087). Tablo 4.28’de Kültürel sermaye özellikleri ile belirsizliğe tolerans boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.28. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Belirsizliğe Tolerans Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.978	.169		17.653	.000
Edebi Kültür	.049	.042	.116	1.164	.246
1 Ebeveyn Danışmanlığı	.052	.052	.120	1.002	.318
Okul Aile Etkileşimi	.099	.038	.263	2.583	.011
Aile Desteği	-.171	.047	-.388	-3.601	.000

a. Bağımlı Değişken: Belirsizliğe Tolerans

R: .361 / R²: .130 / Düzeltilmiş R²: .102 / F: 4.709/ Sig: .001

Tablo 4.28’deki veriler incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden Aile Desteği boyutu ile girişimci kişilik özelliklerinden Belirsizliğe Tolerans boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre aile desteği özelliği katılımcılarda belirsizliğe karşı tolerans oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir (R=.361). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Belirsizliğe Tolerans boyutunu açıklama oranı R²=.130 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Belirsizliğe Tolerans boyutundaki değişimin %13’ünün bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.29’da Kültürel sermaye özellikleri ile Başarma İhtiyacı boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.29 Kültürel Sermaye Özelliklerinin Başarma İhtiyacı Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3.146	.318		9.883	.000
Edebi Kültür	-.171	.080	-.215	-2.140	.034
2 Ebeveyn Danışmanlığı	-.060	.098	-.074	-.613	.541
Okul Aile Etkileşimi	.101	.073	.143	1.392	.166
Aile Desteği	.258	.089	.313	2.889	.005

a. Bağımlı Değişken: Başarma İhtiyacı

R: .349 / R²: .122 / Düzeltilmiş R²: .094 / F: 4.367/ Sig: .002

Tablo 4.29'daki veriler incelendiğinde kültürel sermaye Aile Desteği boyutu ile Başarma İhtiyacı boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre aile desteği özelliği katılımcılarda başarma ihtiyaçlarının oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir ($R=.349$). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Başarma İhtiyacı boyutunu açıklama oranı $R^2=.122$ olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Başarma İhtiyacı boyutundaki değişimin %12'sinin bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.30'da Kültürel sermaye özellikleri ile risk alma eğilimi arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.30. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Risk Alma Eğilim Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3.111	.263		11.823	.000
Edebi Kültür	-.143	.066	-.222	-2.156	.033
3 Ebeveyn Danışmanlığı	-.092	.081	-.140	-1.133	.259
Okul Aile Etkileşimi	.020	.060	.035	.328	.743
Aile Desteği	.128	.074	.193	1.737	.085

a. Bağımlı Değişken: Risk Alma Eğilimi

R: .273 / R^2 :.074 / Düzeltilmiş R^2 : .045 / F: 2.532 / Sig: .044

Tablo 4.30'daki veriler incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür boyutu ile risk alma eğilimi boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre edebi kültür boyutunun katılımcıların risk alma eğilimlerinde pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir ($R=.273$). Tablo 4.31'de Kültürel sermaye özellikleri ile kendine güven arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.31. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Kendine Güven Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3.194	.312		10.224	.000
Edebi Kültür	-.121	.079	-.157	-1.540	.126
4 Ebeveyn Danışmanlığı	.241	.096	.308	2.510	.013
Okul Aile Etkileşimi	-.043	.071	-.062	-.600	.550
Aile Desteği	.090	.088	.113	1.025	.307

a. Bağımlı Değişken: Kendine Güven

R: .304 / R^2 : .092 / Düzeltilmiş R^2 : .064 / F: 3.209 / Sig: .015

Tablo 4.31'deki veriler incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı boyutu ile girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre ebeveyn danışmanlığı özelliği katılımcılarda kendine güven oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir ($R=.304$). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan kendine güven boyutunu açıklama oranı $R^2=.092$ olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre kendine güven boyutundaki değişimin %9'unun bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.32'de Kültürel sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özelliklerinden yenilikçilik boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.32. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Yenilikçilik Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3.000	.350		8.579	.000
Edebi Kültür	.078	.088	.091	.880	.380
5 Ebeveyn Danışmanlığı	-.140	.108	-.162	-1.298	.197
Okul Aile Etkileşimi	-.007	.080	-.009	-.082	.935
Aile Desteği	.250	.098	.284	2.540	.012

a. Bağımlı Değişken: Yenilikçilik

R: .247 / R^2 : .061 / Düzeltilmiş R^2 : .031 / F: 2.044 / Sig: .092

Tablo 4.32'deki veriler incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden aile desteği boyutu ile girişimci kişilik özelliklerinden yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre aile desteği özelliği katılımcılarda yenilikçilik oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir ($R=.247$).

Tablo 4.33. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Kontrol Odağı Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.948	.224		13.170	.000
Edebi Kültür	-.006	.056	-.011	-.108	.914
6 Ebeveyn Danışmanlığı	.124	.069	.224	1.797	.075
Okul Aile Etkileşimi	.014	.051	.030	.279	.781
Aile Desteği	.012	.063	.021	.191	.849

a. Bağımlı Değişken: Kontrol Odağı

R: .249 / R^2 : .062 / Düzeltilmiş R^2 : .032 / F: 2.079 / Sig: .087

Tablo 4.33'teki veriler incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı boyutu ile kontrol odağı boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Sonuç olarak kültürel sermayenin girişimci kişilik özellikleri ile ilişkisini belirten H_1 hipotezi ve alt hipotezler olan H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} ve H_{1d} kabul edilmiştir. Tablo 4.34'te Beşeri Sermaye ile Kültürel Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık değerleri sunulmaktadır.

Tablo 4.34. Kültürel ve Beşeri Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri

Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1	Regression	2.978	4	.744	2.612	.038
	Residual	35.902	126	.285		
	Toplam	38.880	130			
Bağımlı Değişken: Müşteri Bilgisi						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
2	Regression	1.736	4	.434	1.210	.310
	Residual	45.198	126	.359		
	Toplam	46.934	130			
Bağımlı Değişken: Pazar Bilgisi						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
3	Regression	4.115	4	1.029	2.863	.026
	Residual	45.265	126	.359		
	Toplam	49.380	130			
Bağımlı Değişken: Teknoloji Bilgisi						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
4	Regression	.525	4	.131	.384	.820
	Residual	43.092	126	.342		
	Toplam	43.617	130			
Bağımlı Değişken: Hizmet Bilgisi						
b. Predictors: (Sabit), Edebi Kültür, Aile Desteği, Okul Aile Etkileşimi ve Ebeveyn Danışmanlığı						

Tablo 4.34'te sunulan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre Kültürel Sermaye ile Beşeri Sermaye Özellikleri alt boyutlarından müşteri bilgisi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 2.612 Sig:038). Kültürel Sermaye ile Beşeri Sermaye Özellikleri alt boyutlarından teknoloji bilgisi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 2.863 Sig:026). Kültürel Sermaye ile Beşeri Sermaye Özellikleri alt boyutlarından pazar bilgisi (F= 1.210, Sig:310), Kültürel Sermaye ile Beşeri Sermaye Özellikleri alt boyutlarından teknoloji bilgisi (F= 2.863 Sig:026) ve Kültürel Sermaye ile Beşeri Sermaye Özellikleri alt boyutlarından hizmet bilgisi (F= .384 Sig:820) arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır.

Tablo 4.35. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Teknoloji Bilgisi Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş		Standardize	t	Sig.
	Katsayılar		Katsayılar		
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3.536	.279		12.689	.000
Edebi Kültür	.051	.070	.074	.725	.470
3 Ebeveyn Danışmanlığı	.161	.086	.231	1.872	.063
Okul Aile Etkileşimi	.063	.064	.104	.991	.323
Aile Desteği	-.080	.078	-.113	-1.019	.310

a. Bağımlı Değişken: Teknoloji Bilgisi

R: .289 / R²: .083 / Düzeltilmiş R²: .054 / F: 2.863 / Sig: .026

Tablo. 4.35'teki veriler incelendiğinde kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı boyutu ile beşeri sermaye özelliklerinden teknoloji boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre ebeveyn danışmanlığı katılımcılarda teknoloji bilgisinin artmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir (R=.289). Dolayısıyla kültürel sermayenin beşeri sermaye özellikleri ile ilişkisini belirten H₄ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Tablo 4.36.'da beşeri ve sosyal sermaye özellikleri arasındaki ilişkiler sunulmaktadır

Tablo 4.36. Beşeri ve Sosyal Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri

Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1 Regression	5.518	4	1.379	1.649	.166
Residual	105.392	126	.836		
Toplam	110.909	130			
Bağımlı Değişken: Müfredat Dışı Etkinlikler					
Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
2 Regression	3.357	4	.839	.802	.526
Residual	131.789	126	1.046		
Toplam	135.145	130			
Bağımlı Değişken: Aile Kültür Etkileşimi					
Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
3 Regression	8.930	4	2.232	2.330	.060
Residual	120.728	126	.958		
Toplam	129.657	130			
Bağımlı Değişken: Okul Aile İşbirliği					
Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
4 Regression	.989	4	.247	.390	.816
Residual	79.870	126	.634		
Toplam	80.859	130			
Bağımlı Değişken: Kültürel Etkinlikler					

Tablo 4.36 Devamı

Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
5	Regression	1.925	4	.481	.718
	Residual	84.385	126	.670	
	Toplam	86.309	130		
Bağımlı Değişken: Akran Etkileşimi					
Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
6	Regression	3.520	4	.880	1.192
	Residual	92.984	126	.738	
	Toplam	96.504	130		
Bağımlı Değişken: Dini Aktiviteler					
Predictors: (Sabit), Müşteri Bilgisi, Hizmet Bilgisi, Teknoloji Bilgisi, Pazar Bilgisi					

Tablo 4.36’da sunulan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre Beşeri Sermaye Özellikleri ile sosyal sermaye özellikleri alt boyutlarından müfredat dışı etkinlikler arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır (F= 1.649, Sig: .166). Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından aile kültür etkileşimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır (F= .802 Sig: .526). Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından okul aile işbirliği arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 2.330 Sig: .060). Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından kültürel etkinlikler arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır (F= .390 Sig: .816). Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından akran etkileşimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır (F= .718 Sig: .581). Son olarak beşeri sermaye ile sosyal sermaye özelliklerinden dini aktiviteler boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır (F= .1192 Sig: .317). Tablo 4.37’de beşeri sermaye özelliklerinin okul aile işbirliği boyutuna etkisine ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 4.37. Beşeri Sermaye Özelliklerinin Okul Aile İşbirliği Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	3.049	.771		3.955	.000
Müşteri Bilgisi	-.389	.239	-.213	-1.629	.106
3 Pazar Bilgisi	-.092	.205	-.055	-.449	.654
Hizmet Bilgisi	-.014	.174	-.008	-.078	.938
Teknoloji Bilgisi	.613	.206	.379	2.974	.004

a. Bağımlı Değişken: Okul Aile İşbirliği

R: .262 / R²: .069 / Düzeltilmiş R²: .039 / F: 2.330 / Sig: .060

Tablo. 4.37'deki veriler incelendiğinde beşeri sermaye özelliklerinden teknoloji bilgisi boyutu ile sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliği boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre teknoloji bilgisinin artışı katılımcılarda okul aile işbirliğini olumlu yönde etkilemektedir ($R=.262$). Dolayısıyla beşeri sermayenin sosyal sermaye özellikleri ile ilişkisini belirten " H_6 : *Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.*" hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Tablo 4.38'de Kültürel Sermaye özellikleri ile Sosyal Sermaye özellikleri arasındaki ilişkiler sunulmaktadır.

Tablo 4.38. Kültürel ve Sosyal Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri

Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1	Regression	64.664	4	16.166	44.046	.000
	Residual	46.245	126	.367		
	Toplam	110.909	130			
Bağımlı Değişken: Müfredat Dışı Etkinlikler						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
2	Regression	36.722	4	9.181	11.753	.000
	Residual	98.423	126	.781		
	Toplam	135.145	130			
Bağımlı Değişken: Aile Kültür Etkileşimi						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
3	Regression	67.423	4	16.856	34.126	.000
	Residual	62.234	126	.494		
	Toplam	129.657	130			
Bağımlı Değişken: Okul Aile İşbirliği						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
4	Regression	18.359	4	4.590	9.253	.000
	Residual	62.500	126	.496		
	Toplam	80.859	130			
Bağımlı Değişken: Kültürel Etkinlikler						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
5	Regression	23.987	4	5.997	12.124	.000
	Residual	62.323	126	.495		
	Toplam	86.309	130			
Bağımlı Değişken: Akran Etkileşimi						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
6	Regression	24.120	4	6.030	10.497	.000
	Residual	72.383	126	.574		
	Toplam	96.504	130			
Bağımlı Değişken: Dini Aktiviteler						
Predictors: (Sabit), Aile Destegi, Edebi Kültür, Okul Aile Etkileşimi, Ebeveyn Danışmanlığı						

Tablo 4.38 incelendiğinde kültürel sermaye özellikleri ile sosyal sermaye özellikleri arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından Müfredat Dışı Etkinlikler arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 44.046 Sig: .000). Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından Aile Kültür Etkileşimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 11.753; Sig: .000).

Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından Okul Aile İşbirliği arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 34.126; Sig: .000). Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından Kültürel Etkinlikler arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 9.253; Sig: .000). Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından Akran Etkileşimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 12.124; Sig: .000). Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri alt boyutlarından Dini Aktiviteler arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır (F= 10.497; Sig: .000). Tablo 4.39.'da Kültürel sermaye özellikleri ile Müfredat Dışı Etkinlikler boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.39. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Müfredat Dışı Etkinliklere Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş		Standardize	t	Sig.
	Katsayılar	Std. Hata	Katsayılar		
	B		Beta		
(Sabit)	-.040	.282		-.143	.886
Edebi Kültür	.195	.071	.190	2.746	.007
1 Ebeveyn Danışmanlığı	.297	.087	.285	3.422	.001
Okul Aile Etkileşimi	.158	.064	.174	2.469	.015
Aile Desteği	.330	.079	.311	4.170	.000
Bağımlı Değişken: Müfredat Dışı Etkinlikler					
R: .764 / R ² : .583 / Düzeltilmiş R ² : 570 / F: 44.046/ Sig: .000					

Tablo 4.39'daki veriler incelendiğinde kültürel sermaye Aile Desteği boyutu (Sig: .000) ve Ebeveyn Danışmanlığı (Sig: .000) ile müfredat dışı etkinlikler boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre aile desteği ve ebeveyn danışmanlığı özelliği fazla olan katılımcıların müfredat dışı etkinliklere yönelmesi daha olası görünmektedir (R=.764). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Müfredat Dışı Etkinlikler boyutunu açıklama oranı R²=.583 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Müfredat Dışı Etkinlikler

boyutundaki değişimin %58'inin bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.40'ta kültürel sermaye özellikleri ile aile kültür etkileşimi boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.40. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Aile Kültür Etkileşimi Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	1.028	.411		2.502	.014
Edebi Kültür	.502	.103	.444	4.853	.000
2 Ebeveyn Danışmanlığı	.033	.126	.029	.261	.794
Okul Aile Etkileşimi	.100	.094	.099	1.063	.290
Aile Desteği	.035	.115	.030	.300	.765

Bağımlı Değişken: Aile Kültür Etkileşimi
R: .521 / R²:.272 / Düzeltilmiş R²: 249 / F: 11.753/ Sig: .000

Tablo 4.40'taki veriler incelendiğinde kültürel sermaye edebi kültür (Sig:0.000) ile aile kültür etkileşimi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, edebi kültürü fazla olan katılımcıların aile kültür etkileşimi de fazla olmaktadır (R=.521). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan aile kültür etkileşimi boyutunu açıklama oranı R²=.272 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre aile kültür etkileşimi boyutundaki değişimin %27'sinin Edebi Kültür ile açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.41'de Kültürel sermaye özellikleri ile Okul Aile İşbirliği boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.41. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Okul Aile İşbirliği Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	.166	.327		.509	.612
Edebi Kültür	.588	.082	.531	7.146	.000
3 Ebeveyn Danışmanlığı	.174	.101	.154	1.727	.087
Okul Aile Etkileşimi	.113	.074	.115	1.524	.130
Aile Desteği	.073	.092	.064	.795	.428

Bağımlı Değişken: Okul Aile İşbirliği
R: .721 / R²:.520 / Düzeltilmiş R²: 505 / F: 34.126/ Sig: .000

Tablo 4.41'deki veriler incelendiğinde kültürel sermaye Edebi Kültür (Sig:0.000) ile Okul Aile İşbirliği arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, edebi kültürü fazla olan katılımcıların Okul Aile İşbirliği de fazla olmaktadır (R=.721). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Okul Aile İşbirliği boyutunu açıklama oranı R²=.520 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Aile Kültür Etkileşimi boyutundaki değişimin

%52'sinin bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.42'de kültürel sermaye özellikleri ile Kültürel Etkinlikler boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.42. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Kültürel Etkinlikler Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.233	.327		6.820	.000
Edebi Kültür	.370	.082	.423	4.484	.000
4 Ebeveyn Danışmanlığı	-.156	.101	-.176	-1.552	.123
Okul Aile Etkileşimi	.012	.075	.015	.158	.875
Aile Desteği	.238	.092	.263	2.588	.011
Bağımlı Değişken: Kültürel Etkinlikler					
R: .476 / R ² :.227 / Düzeltilmiş R ² : 203 / F: 9.253/ Sig: .000					

Tablo 4.42'deki veriler incelendiğinde kültürel sermaye Edebi Kültür (Sig:.000) ile Kültürel Etkinlikler arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, edebi kültürü fazla olan katılımcıların Kültürel Etkinlikleri de fazla olmaktadır (R=.476). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Kültürel Etkinlikler boyutunu açıklama oranı R²=.227 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Kültürel Etkinlikler boyutundaki değişimin %22'sinin Edebi Kültür ile açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.43'te Kültürel sermaye özellikleri ile Akran Etkileşimi boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.43. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Akran Etkileşimi Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.046	.327		6.258	.000
Edebi Kültür	-.060	.082	-.066	-.727	.469
5 Ebeveyn Danışmanlığı	.139	.101	.151	1.377	.171
Okul Aile Etkileşimi	.227	.075	.283	3.042	.003
Aile Desteği	.218	.092	.233	2.375	.019
Bağımlı Değişken: Akran Etkileşimi					
R: .527 / R ² :.278 / Düzeltilmiş R ² : 255 / F: 12.124/ Sig: .000					

Tablo 4.43'teki veriler incelendiğinde kültürel sermaye Okul Aile Etkileşimi (Sig:.003) ile Akran Etkileşimi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, okul aile etkileşimi fazla olan katılımcıların akran etkileşimi de fazla olmaktadır (R=.527). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Akran Etkileşimi boyutunu açıklama oranı R²=.278 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Akran Etkileşimi boyutundaki değişimin

%27'sinin bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.44'te Kültürel sermaye özellikleri ile Dini Aktiviteler boyutu arasındaki ilişki sunulmaktadır.

Tablo 4.44. Kültürel Sermaye Özelliklerinin Dini Aktiviteler Boyutuna Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2.264	.352		6.425	.000
Edebi Kültür	-.062	.089	-.065	-.704	.483
6 Ebeveyn Danışmanlığı	.521	.108	.536	4.802	.000
Okul Aile Etkileşimi	.062	.080	.073	.770	.443
Aile Desteği	-.077	.099	-.078	-.777	.438

Bağımlı Değişken: Dini Aktiviteler

R: .500 / R²:.250 / Düzeltilmiş R²: 226 / F: 10.497/ Sig: .000

Tablo 4.44'teki veriler incelendiğinde kültürel sermaye Ebeveyn Danışmanlığı (Sig: .000) ile Dini Aktiviteler arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, Ebeveyn Danışmanlığı fazla olan katılımcıların dini aktiviteleri de fazla olmaktadır (R=.500). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Dini Aktiviteler boyutunu açıklama oranı R²=.250 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Dini Aktiviteler boyutundaki değişimin %25'inin Ebeveyn Danışmanlığı ile açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Dolayısıyla sosyal sermaye ile kültürel sermaye özellikleri bağlamında “H₅: Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Tablo 4.45.'te Beşeri Sermaye Ön Bilgi ile Deneyim Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri sunulmaktadır.

Tablo 4.45. Beşeri Sermaye Ölçeklerine İlişkin Anlamlılık Değerleri

Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
1 Regression	5.084	4	1.271	4.739	.001
Residual	33.796	126	.268		
Toplam	38.880	130			

Bağımlı Değişken: Müşteri Bilgisi (Deneyim)

Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
2 Regression	7.380	4	1.845	5.877	.000
Residual	39.555	126	.314		
Toplam	46.934	130			

Bağımlı Değişken: Pazar Bilgisi (Deneyim)

Tablo 4.45. Devamı

Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
3	Regression	7.366	4	1.842	5.523	.000
	Residual	42.014	126	.333		
	Toplam	49.380	130			
Bağımlı Değişken: Teknoloji Bilgisi (Deneyim)						
Model		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.
4	Regression	5.653	4	1.413	4.691	.001
	Residual	37.963	126	.301		
	Toplam	43.617	130			
Bağımlı Değişken: Hizmet Bilgisi (Deneyim)						
b. Predictors: (Sabit), Pazar Bilgisi, Müşteri Bilgisi, Teknoloji Bilgisi, Hizmet Bilgisi						

Tablo 4.45 incelendiğinde beşeri sermaye özelliklerinden işletmeyi kurmadan önceki ön bilgi düzeyi ile işletmeyi kurduktan sonraki deneyim olarak adlandırılan düzey arasında anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. Buna göre ön bilgi özellikleri ile müşteri bilgisi (F= 4.739; Sig: .001), Pazar bilgisi (F= 5.877; Sig: .000), Teknoloji Bilgisi (F= 5.523; Sig: .000) ve hizmet bilgisi (F= 4.691; Sig: .001).düzeyleri arasında anlamlı ilişki görülmektedir. Tablo 4.46’da müşteri bilgisi ilişkisi sunulmaktadır.

Tablo 4.46. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Müşteri Bilgisi Boyutuna Etkisi

Model		Standardize Edilmemiş		Standardize	t	Sig.
		Katsayılar		Katsayılar		
		B	Std. Hata	Beta		
1	(Sabit)	3.728	.212		17.578	.000
	Hizmet Bilgisi	.003	.079	.004	.033	.974
	Teknoloji Bilgisi	.289	.080	.439	3.635	.000
	Pazar Bilgisi	-.046	.073	-.074	-.633	.528
	Müşteri Bilgisi	-.091	.079	-.133	-1.145	.255
Bağımlı Değişken: Müşteri Bilgisi (Deneyim)						
R: .362 / R ² :.131 / Düzeltilmiş R ² : .103 / F: 4.739 / Sig: .001						

Tablo 4.46’daki veriler incelendiğinde beşeri sermaye ön bilgi düzeyi özelliklerinden teknoloji bilgisi (Sig: .000) ile Müşteri Bilgisi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, işletmeyi kurmadan önce teknoloji bilgisine sahip olan katılımcıların işletmelerini kurduktan sonra Müşteri Bilgisi de buna göre fazla olmaktadır (R=.362). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Müşteri Bilgisi boyutunu açıklama oranı R²=.131 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Müşteri Bilgisi boyutundaki değişimin %13’ünün bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Tablo 4.47’de pazar bilgisi ilişkisi sunulmaktadır.

Tablo 4.47. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Pazar Bilgisi Boyutuna Etkisi

Model		Standardize Edilmemiş		Standardize	t	Sig.
		Katsayılar		Katsayılar		
		B	Std. Hata	Beta		
	(Sabit)	3.557	.229		15.506	.000
2	Hizmet Bilgisi	-.143	.085	-.187	-1.674	.097
	Teknoloji Bilgisi	.168	.086	.232	1.949	.054
	Pazar Bilgisi	.148	.079	.214	1.875	.063
	Müşteri Bilgisi	.007	.086	.010	.087	.931
Bağımlı Değişken: Pazar Bilgisi (Deneyim)						
R: .397 / R ² :.157 / Düzeltilmiş R ² :.130 / F: 5.877/ Sig: .000						

Tablo 4.47'deki veriler incelendiğinde beşeri sermaye ön bilgi düzeyi özelliklerinden Teknoloji Bilgisi (Sig:.054) ile Pazar Bilgisi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, işletmeyi kurmadan önce teknoloji bilgisine sahip olan katılımcıların işletmelerini kurduktan sonra pazar bilgileri de buna göre fazla olmaktadır (R=.381). Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Pazar Bilgisi boyutunu açıklama oranı R²=.157 olarak tespit edilmiştir. Tablo 4.46.'da hizmet bilgisi ilişkisi sunulmaktadır. Veriler incelendiğinde beşeri sermaye ön bilgi düzeyi özelliklerinden hizmet bilgisi (Sig:.000) ile işletmeyi kurduktan sonraki Hizmet Bilgisi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Buna göre, işletmeyi kurmadan önce hizmet bilgisine sahip olan katılımcıların işletmelerini kurduktan sonra hizmet bilgileri de doğru orantılı olarak fazla olmaktadır (R=.360). Tablo 4.48'de beşeri sermaye ön bilgi özelliklerinin hizmet bilgisi boyutuna etkisine ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 4.48. Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Hizmet Bilgisi Boyutuna Etkisi

Model		Standardize Edilmemiş		Standardize	t	Sig.
		Katsayılar		Katsayılar		
		B	Std. Hata	Beta		
	(Sabit)	3.457	.225		15.383	.000
4	Hizmet Bilgisi	.312	.084	.423	3.729	.000
	Teknoloji Bilgisi	-.025	.084	-.036	-.295	.768
	Pazar Bilgisi	.121	.077	.181	1.560	.121
	Müşteri Bilgisi	-.178	.084	-.247	-2.117	.036
Bağımlı Değişken: Hizmet Bilgisi (Deneyim)						
R: .360 / R ² :.130/ Düzeltilmiş R ² :.102 / F: 4.691/ Sig: .001						

Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Hizmet Bilgisi boyutunu açıklama oranı $R^2=.130$ olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Hizmet Bilgisi boyutundaki değişimin %13'ünün bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir.

Tablo 4.49'da teknoloji bilgisi ilişkisi sunulmaktadır. Veriler incelendiğinde beşeri sermaye ön bilgi düzeyi özelliklerinden teknoloji bilgisi ile işletmeyi kurduktan sonraki teknoloji bilgisi arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir (Sig: .015). Buna göre, işletmeyi kurmadan önce teknoloji bilgisine sahip olan katılımcıların işletmelerini kurduktan sonra teknoloji bilgileri de doğru orantılı olarak fazla olmaktadır ($R=.386$).

Tablo 4.49 Beşeri Sermaye Ön Bilgi Özelliklerinin Teknoloji Bilgisi Boyutuna Etkisi

Model		Standardize Edilmemiş		Standardize	t	Sig.
		Katsayılar		Katsayılar		
		B	Std. Hata	Beta		
4	(Sabit)	3.654	.236		15.452	.000
	Hizmet Bilgisi	-.068	.088	-.087	-.773	.441
	Teknoloji Bilgisi	.219	.089	.295	2.468	.015
	Pazar Bilgisi	.109	.081	.154	1.338	.183
	Müşteri Bilgisi	-.113	.088	-.148	-1.283	.202
Bağımlı Değişken: Teknoloji Bilgisi (Deneyim)						
R: .386 / R^2 :.149 / Düzeltilmiş R^2 :.122 / F: 5.523/ Sig: .000						

Modelde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan Teknoloji Bilgisi boyutunu açıklama oranı $R^2=.149$ olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Hizmet Bilgisi boyutundaki değişimin %14'ünün bağımsız değişkenlerce açıklanabileceğini söylenebilmektedir. Dolayısıyla katılımcıların işletmeyi kurmadan önceki ve işletmeyi kurduktan sonraki beşeri sermaye düzeyleri ile ilgili olan “*H7: Beşeri Sermaye Özelliklerinden Ön Bilgi Düzeyi ile Deneyim Düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” hipotezi kabul edilmiştir. Sonuç olarak araştırma sürecinde yer alan hipotezlerin değerlendirmesi yapıldığında kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkilere değinen 11 adet temel hipoteze ve alt hipotezlerine ilişkin genel değerlendirme sonuçları Tablo 4.50'de sunulmaktadır.

Tablo 4.50. Nicel Verilere Göre Araştırma Hipotezlerinin Kabul Durumları

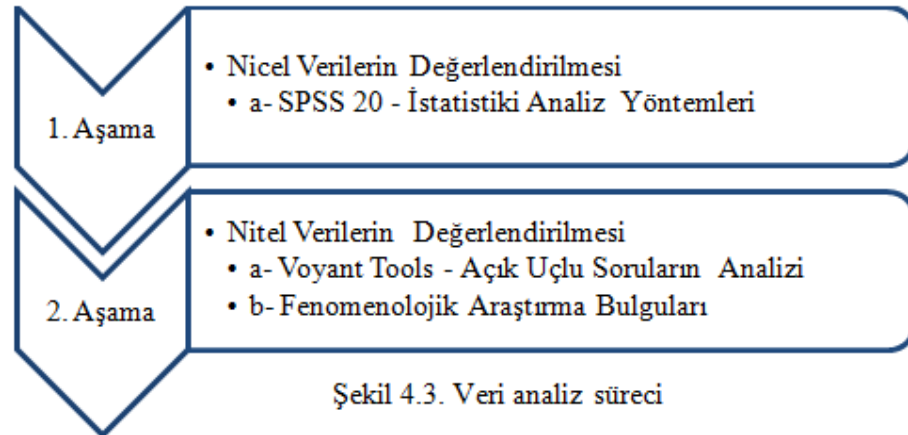
H ₁ : Kültürel Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{1a} : Kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{1b} : Kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{1c} : Kültürel sermaye özelliklerinden okul aile etkileşimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{1d} : Kültürel sermaye özelliklerinden aile desteği ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H ₂ : Beşeri Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H _{2a} : Beşeri sermaye özelliklerinden hizmet bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H _{2b} : Beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H _{2c} : Beşeri sermaye özelliklerinden teknoloji bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H _{2d} : Beşeri sermaye özelliklerinden pazar bilgisi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H ₃ : Sosyal Sermaye Özellikleri ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kısmen Kabul
H _{3a} : Sosyal sermaye özelliklerinden müfredat dışı etkinlikler ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{3b} : Sosyal sermaye özelliklerinden aile-kültür etkileşimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H _{3c} : Sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliği ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{3d} : Sosyal sermaye özelliklerinden kültürel aktiviteler ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret
H _{3e} : Sosyal sermaye özelliklerinden akran etkileşimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H _{3f} : Sosyal sermaye özelliklerinden dini aktiviteler ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H ₄ : Kültürel Sermaye Özellikleri ile Beşeri Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kısmen Kabul
H ₅ : Kültürel Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul

Tablo 4.50. Devamı

H ₆ : Beşeri Sermaye Özellikleri ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kısmen Kabul
H ₇ : Beşeri Sermaye Özelliklerinden Ön Bilgi Düzeyi ile Deneyim Düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H ₈ : Sosyo-Demografik özellikler ile Kültürel Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kısmen Kabul
H ₉ : Sosyo-Demografik özellikler ile Beşeri Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kısmen Kabul
H ₁₀ : Sosyo-Demografik özellikler ile Sosyal Sermaye Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kısmen Kabul
H ₁₁ : Sosyo-Demografik özellikler ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Ret

4.7. Nitel Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma, açıklayıcı karma araştırma yöntemi çerçevesinde önce nicel verilerin elde edilerek analiz edilmesi ve ardından nitel verilerin destekleyici olarak kullanılması esasına dayanmaktadır. Nitel araştırma yöntemi bağlamında fenomenolojik araştırma deseni tercih edilmiştir. Araştırmada nitel verilerin analizi iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Öncelikle veri toplama formundaki açık uçlu sorulardan elde edilen verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Açık uçlu sorulardan elde edilen veriler kelime kullanım sıklıklarına göre değerlendirilmiş ve anahtar kelimelerin ve kelime bulutlarının oluşturulması sağlanmıştır. Ardından Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi il başkanları ile yapılan birebir görüşme kayıtları, elde edilen bulguların desteklenmesi amacıyla araştırma sürecinde dahil edilmiştir. Araştırma izlenen veri analiz süreci Şekil 4.3'te belirtilmektedir.



Şekil 4.3. Veri analiz süreci

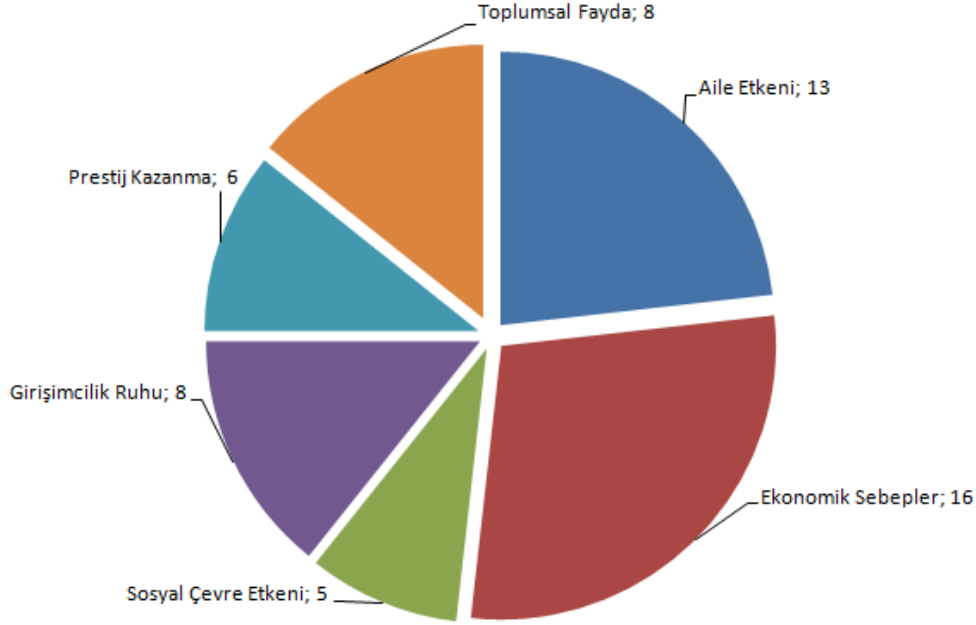
Veri toplama formunda ve birebir görüşme sürecinde katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda belirtildiği gibidir:

- Sizi girişimciliğe sevk eden en önemli neden nedir?
- Girişimci olmak için neler gereklidir?
- Girişimci olmak için maddi kaynakların dışında nelere ihtiyaç duyulur?

Nitel verilerin analizi sürecinde öncelikle veri toplama formu vasıtasıyla elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Katılımcılardan kendilerini girişimciliğe sevk eden en önemli nedeni belirtmeleri istenmiş ve elde edilen 56 adet cevaba göre katılımcıların 13'ü "*Aile Desteği*", "*Aile Önerisi*" ve "*Aile İşinin Devam Ettirilmesi*" kavramlarını vurgulayarak aile olgusunu girişimciliğin gerekçesi olarak göstermiştir. Katılımcılardan 16'sı girişimciliğe sevk eden en önemli nedenin ekonomik sebeplerle ilişkili olduğunu belirtmiş ve "*Ekonomik Güç*", "*Ekonomik Bağımsızlık*", "*Ekonomik Özgürlük*", "*Para Kazanma*", "*Gelir Elde Etme*", "*Kendi İşinin Patronu Olma*" gibi gerekçeler sunmuşlardır.

Katılımcıların 6'sı prestij elde etmenin girişimciliğe sevk eden en önemli neden olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan 8'i, toplumsal fayda sebebiyle girişimci olduklarını belirtirken elde edilen cevaplar arasında "*Topluma Fayda Sağlamak*", "*Toplum Beklentilerini Karşılama*" ve "*Girişimci Sayısını Arttırarak Fayda Sağlamak*" ifadeleri gözlenmiştir. Katılımcıların 8'i girişimcilikte en önemli etken olarak girişimcilik ruhu ve kendini geliştirme gerekçesi altında "*İdeallerin Takip Edilmesi*", "*Girişimcilik Ruhu*", "*İş Kurma Hayali*" gibi cevaplar vermişlerdir. Son olarak katılımcıların 5'i girişimcilikte en önemli etken olarak çevre unsurunu belirtmiş ve "*Çevre İlişkileri*", "*Çevreyi İyi Tanıma*" ve "*İlişkilerin İyi Olması*" gibi kavramlara değinmişlerdir.

Araştırmanın sosyo-demografik değişkenleri kapsamında belirlenmiş olan girişimciliğe başlama sebepleri ile açık uçlu sorularda katılımcılara yöneltilen girişimcilikte en önemli etkenleri belirleyen unsurlar karşılaştırıldığında aile desteği ve ekonomik sebeplerin her iki süreçte en önemli unsurlar arasında olduğu görülmüştür. Elde edilen nitel veriler eşliğinde "girişimcilikte en önemli etken nedir?" sorusunun cevabı olarak katılımcılardan elde edilen veriler aracılığıyla oluşturulan ifadeler Şekil 4.4.'te sunulmaktadır.



Şekil 4.4. Katılımcıları girişimciliğe sevk eden unsurlar

Şekil 4.4’te girişimcilik sürecinde katılımcılar için önem taşıyan unsurlar görülmektedir. Buna göre, girişimcilik sürecinde en önemli unsur olarak ekonomik sebeplerin belirtilmiş olması, girişimcilerin ve işletmelerin temel amaçları bağlamında kâr elde etme arzusunun ortak değeri oluşturduğunu göstermektedir.

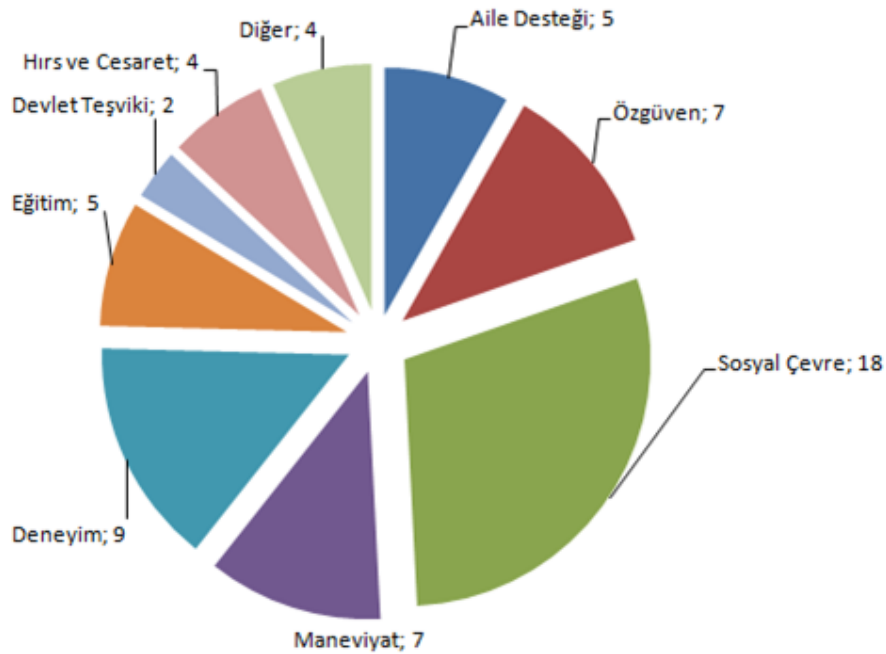
Katılımcı cevaplarından elde edilen verilerin gruplandırılmasıyla oluşturulan ifadelere ek olarak katılımcıları girişimciliğe sevk eden en önemli neden bağlamında elde edilen veriler Voyant Tools aracılığıyla incelenmiş ve ilgili verilerden kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutu, incelenen söylem içerisinde en sık kullanılan kelimelerin ve ifadelerin en merkezi konumda ve en büyük biçimde gösterildiği şekli ifade etmektedir. Kelime bulutunun algoritması kelimeleri mümkün olduğunca merkeze yakın biçimde tutmaya çalışırken oluşan boşluklar içerisinde küçük kelime gruplarını da barındırmaktadır (Voyant Tools - Cirrus, Erişim Tarihi: 10.12.2015).

Sözcük kullanım sıklıkları gösteren kelime bulutu oluşturulurken “stop words” olarak belirlenen ve söylemin herhangi bir yerinde kullanılan “ve”, “veya” gibi kelimeler listeden çıkartılmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilere ait kelime bulutu Şekil 4.5’te sunulmaktadır.



Şekil 4.7’de görüldüğü üzere en vurgulu ve en büyük yazı karakterine sahip biçimde görülen kelimelerin kullanım sıklıkları diğer kelimelere oranla fazladır. Buna göre en yoğun kullanılan sözcüğün “cesaret” olduğu görülmektedir. Yani katılımcılar, girişimci olmak için gerekli unsurları sıralarken en önemli unsurun cesaret olduğunun altını çizmektedirler.

Açık uçlu sorular kapsamında son soru olarak katılımcıların girişimcilik sürecinde maddi kaynaklar dışından nelere ihtiyaç duydukları belirlenmek istenmiştir. Elde edilen verilere göre katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal çevrenin maddi unsurlar dışında en önemli etken olduğunu belirtmektedir. Deneyim, özgüven ve maneviyat unsurları ise diğer önemli kavramları oluşturmaktadır. Ayrıca katılımcılar ayrıca aile desteğinin, eğitim geçmişinin, devlet teşviklerinin ve hırs-cesaret gibi beşeri sermaye özelliklerinin girişimcilik sürecindeki öneminden bahsetmişlerdir. Buna göre elde edilen cevaplar bağlamında elde edilen veriler aracılığıyla oluşturulan anahtar kelimeler Şekil 4.8’de sunulmaktadır.

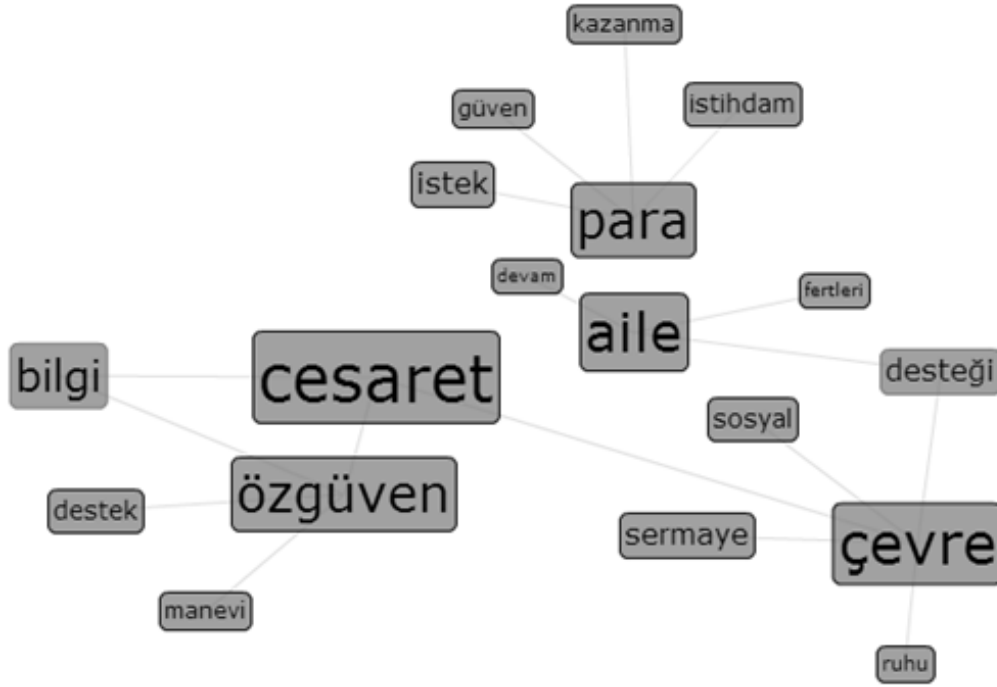


Şekil 4.8. Girişimcilikte maddi olmayan sermaye unsurları

Şekil 4.8’e göre katılımcıların girişimcilik sürecinde maddi olmayan sermaye unsurları arasında gösterdiği bireysel özellikler literatür taramasında sunulan sosyal sermaye özelliklerini işaret etmesi bakımından önem taşımaktadır. Girişimcilik sürecinde gerekli

Şekil 4.9’da katılımcıların girişimcilik süreçlerinde maddi olmayan sermaye unsurları hakkındaki düşünceleri belirlenmek istenmiş ve sözcük kullanım sıklıkları ele alındığında en yoğun kullanılan sözcüğün çevre olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çevre, sosyal ilişkiler bağlamında değerlendirildiğinde sosyal sermayeyi çağrıştırmaktadır. Bir diğer yoğun kullanılan sözcük ise özgüven olarak karşımıza çıkmaktadır. Özgüven kavramı ise bireysel nitelikleri ifade etmesi bakımından beşeri sermaye olarak adlandırılabilir.

178



Şekil 4.10. Açık uçlu sorulara verilen cevaplar ağ haritası

Şekil 4.10 incelendiğinde elde edilen bulgular ışığında girişimcilikte en önemli unsur, girişimciliğe sevk eden nedenler ve maddi olmayan sermaye unsurları hakkında düşünceleri belirlenmek istendiğinde 5 önemli boyutun ortaya çıktığı belirlenmiştir. Bunlar, cesaret, çevre, para, aile ve özgüven olarak gösterilmiştir. “Cesaret” kavramının “çevre” kavramı ile doğrudan bağlantılı olduğu görülebilmektedir. Şeklin ortasında ve en kalın harflerle vurgulanmış biçimde belirtilmesinin nedeni olarak cesaretin girişimcilikte en önemli unsur olduğu yorumu yapılabilir. Cesaret kavramı ile doğrudan bağlantılı olan bir başka kavram ise “özgüven” olarak karşımıza çıkmıştır. Özgüven kavramının kullanım alanlarında manevi, destek ve bilgi kavramlarının bağlantılı olduğu şekilde görülebilmektedir. “aile” kavramı ise “cesaret” ile doğrudan değil dolaylı olarak bağlantılıdır. Bir diğer ana faktör olan para kavramı ise istek, güven, istihdam ve kazanma kelimeleri ile doğrudan bağlantılıdır.

Şekil 4.10’daki ağ haritası sosyal sermayenin konusu olan ağ kuramları çerçevesinde sembolize edilmek istenirse en güçlü bağlar cesaret ile özgüven ve cesaret ile çevre arasında kurulmuştur. Para kavramı ise doğrudan hiçbir ana faktöre bağlı gözükmemektedir. Para kavramı kendi içerisinde bağları olan bir kavram olarak ortaya

çıkmiştir. Aile kavramı, destek kavramı ile ilişkisi nedeniyle çevre faktörüne ve oradan da cesaret faktörüne bağlanmaktadır. Buna göre, elde edilen bulgular ışığında girişimciliğin cesaret, özgüven ve çevre ile ilişkilendirilmesi mümkündür. Ayrıca aile ve para kavramları da girişimcilik sürecinde önem arz etmektedir.

4.8. Fenomenolojik Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde, veri toplama formu aracılığıyla elde edilen nicel verilerin SPSS 20 yazılımı ile istatistiki analiz sürecinden geçirilmesi ve açık uçlu sorulardan elde edilen nitel verilerin sıklık sayısı, kelime bulutu ve ağ haritası analizlerinin yapılmasının ardından TOBB İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurul Başkanları ile yapılan görüşmelerden elde edilen nitel verilerin fenomenolojik araştırma deseni kapsamında aktarımı yapılmaktadır. SPSS yazılımı aracılığıyla elde edilen bulguları destekleyici nitelikte olması açısından nitel analiz yöntemlerinin çalışmaya dahil edilmesi daha nitelikli ve doğru sonuçlara ulaşılması açısından önem arz etmektedir. Veri toplama aşamasında anket formu kullanımı ile araştırmacıların anket formlarındaki soruların doğru okunduğu ve anlaşıldığı varsayması beklenmektedir. Ancak ifade yetersizlikleri, anket formunun uzunluğu ya da kısalığı, katılımcının önyargısı vb. gibi birçok konu elde edilen verinin etkilenmesine neden olmaktadır. Buna göre, anket formuyla elde edilen verilerin açık uçlu sorularla ve birebir görüşmelerden elde edilen söylemlerle desteklenmesi verilerin analizinde geçerliğin ve güvenilirliğin artırılması noktasında araştırmacıya destek olacağı öngörülmektedir.

Creswell (2015:77)'e göre fenomenolojik araştırma ile birkaç kişinin fenomen ya da bir kavramla ilgili olarak yaşanmış deneyimlerinin aktarılması sağlanmaktadır. Bu yöntemin amacı fenomen olarak düşünülen kavram ile bireysel deneyimleri evrensel nitelikte bir açıklamaya indirmektedir. Fenomenolojik araştırma yöntemi kapsamında Moustakas (1994) tarafından önerilen ve Creswell (2015) tarafından aktarılan aşağıdaki adımlar uygulanmıştır. Öncelikle araştırmacının kişisel deneyimleri betimlenmiş, fenomenolojik indirgeme yapılmıştır. Bu sayede kişisel deneyimler bir kenara bırakılmış olmaktadır. Mülakatlardan elde edilen ifadelerdeki anahtar kelimeler tespit edilmiştir. Her bir ifade eşit değere sahip ve örtüşmeyen ve tekrar etmeyen biçimde düzenlenmiştir. Anahtar kelimeler ve önemli ifadelerden anlam birimleri oluşturulmuştur. Katılımcıların öncelikle fenomen

ile ilgili deneyimleri “ne oldu” sorusuna dayalı olarak ardından “nasıl oldu” sorusuna dayalı olarak betimlemesi yapılmıştır. Bu sayede dokusal ve yapısal betimleme sağlanmış olmaktadır. Son olarak genel bir betimleme yapılarak deneyimin özü aktarılmaktadır.

Fenomenolojik araştırma deseni için TOBB İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurul Başkanları ile birebir görüşmeler yapılmak istenmiştir. Birebir görüşmenin yapılamadığı durumlar için (katılımcıların fiziki olarak ulaşılabilir olmamasından dolayı) telefon görüşmesi yöntemi tercih edilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler kayıt altına alınmış ve elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Görüşmeyi yazılı olarak yapmak isteyen katılımcılar ise söz konusu fenomen hakkında düşüncelerini ilgili forma yazarak araştırmacıya iletmışlerdir. Bu doğrultuda 10 il başkanı ile görüşme yapılabilmektedir. Diğer katılımcılar araştırmanın bu aşamasında katılmak istemediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılara ilişkin veriler değerlendirildiğinde cinsiyet değişkenine göre tüm katılımcıların erkek olduğu, yaş değişkenine göre tüm katılımcıların 26-40 yaş aralığında olduğu ve fenomenolojik araştırma yapabilmek için tüm katılımcıların fenomen olarak belirlenen girişimcilik olgusuna haiz oldukları tespit edilmiştir. Katılımcılar girişimci olmalarının yanı sıra bulundukları illerde girişimci kurullarının da yöneticiliklerini sürdürmektedirler. Katılımcılardan elde edilen verilerin gizliliğini sağlamak ve etik prosedürlerin yerine getirilmesini sağlamak amacıyla katılımcılara kod verilmesi tercih edilmiştir. Buna göre her bir katılımcının ismi ve kişisel bilgileri kullanılmamış yerine veri güvenliğini sağlamak adına isim kodları kullanılmıştır. Katılımcıların isimleri KTL1, KTL2.....KTL5 gibi kodlanarak çalışmaya dahil edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler kayıt altına alınmış ardından metin dosyası haline dönüştürülmüştür.

Katılımcılardan elde edilen verilere göre genel bir değerlendirme yapmak yerinde olacaktır. Buna göre;

KTL1, girişimci olmanın risk almaya bağlı olduğunun ve yenilikçiliğin girişimcilik sürecinde önemli bir unsur olduğunun altını çizmektedir. Hayal kurmanın girişimcilikte bir ön şart olduğunu da ayrıca belirtmektedir.

KTL2, girişimci olmanın hedefleri belirlemekle doğru orantılı olduğunu ve hedeflerin doğru belirlenmesinin girişimcilikte büyük önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Ekip ruhunun ve takım çalışmasının önemine değinen KTL3, girişimci olmanın yaşam standartlarının yükseltilmesini ifade ettiğini ifade etmekte ve girişimcilikte önemli unsurların cesaret ve azim olduğunu belirtmektedir.

KTL4, girişimci olmak isteyen bireylerde bulunması gereken özelliklere değinmektedir. Katılımcıya göre girişimci kişilik özellikleri önem arz etmektedir. Bireyler girişimci olmak istiyorlarsa yeniliğe açık ve cesaret sahibi olmalıdırlar.

KTL5'e göre girişimcilik içinde bulunulan topluma faydalı olmakla doğru orantılıdır. Girişimciler içinde bulundukları toplumu şekillendiren ve kalkınması için anahtar role sahip olan kişilerdir.

KTL6'dan elde edilen verilere göre girişimciler, çevrelerini etkin biçimde kullanan ve kâr elde etme arzusunu taşıyan iktisadi birimlerin kurucusudur. Kâr elde etme arzusu işletmenin temel kuruluş sebebini oluşturmaktadır.

KTL7'ye göre girişimcilik para kazanmak amacıyla yapılan iş kurma girişimlerini ifade etmektedir. Girişimcilerin ve işletmelerin ilk ve temel amaçları kâr elde etmek üzerine kuruludur.

KTL8, zenginliğin yolu girişimcilikten geçtiğine inanmaktadır. Buna göre girişimcilerin temel amaçları daha iyi kazanç sağlama üzerine kurulu olmaktadır. Katılımcı girişimciliğin ekonomik getirisine vurgu yapmaktadır.

KTL9, hayal kurmanın ve hedefleri belirlemenin öneminden bahsettiği söyleminde herkesin girişimci olma zorunluluğunun bulunmadığını ancak girişimci olmak isteyen bireylerin kendilerini iyi tanımak durumunda olduklarını ifade etmiştir.

KTL10 ise girişimciliğin her bireyde ortaya çıkabileceğini ancak girişimci kişilik özelliklerinin değişkenlik gösterebileceği belirtmiştir. Kendi girişimcilik sürecinde yaşadığı başarısızlıkların ve neticesinde oluşan tecrübelerin önemine vurgu yaptığı söyleminde çevre unsurlarının önemini ifade etmiştir.

Fenomenolojik araştırma deseni kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen söylemlere ilişkin cümle, kelime kullanım sıklıkları, tekrarlanmayan kelime sayıları ve sık kullanılan kelimeler Tablo 4.51'de sunulmaktadır.

Tablo 4.51. Katılımcıların Kelime Kullanım Sıklıkları

Katılımcı	Cümle - Kelime Sıklığı	Tekrarlanmayan Kelime Sayısı	Sık Kullanılan Kelime
KTL1	7 cümle, 70 kelime	55 tekrarsız kelime	girişimci (7), risk (3)
KTL2	10 cümle, 115 kelime	80 tekrarsız kelime	hedef (6) girişimci (4)
KTL3	8 cümle, 115 kelime	96 tekrarsız kelime	girişimci (4) ekip (2)
KTL4	3 cümle, 80 kelime	74 tekrarsız kelime	hayal (2) girişimci (2)
KTL5	8 cümle, 85 kelime	70 tekrarsız kelime	para (3) girişimci (3)
KTL6	9 cümle, 94 kelime	65 tekrarsız kelime	girişimci (6) para (4)
KTL7	9 cümle, 89 kelime	66 tekrarsız kelime	girişimci (6), para (5)
KTL8	9 cümle, 122 kelime	91 tekrarsız kelime	girişimci (9), zenginleşme (3)
KTL9	14 cümle, 145 kelime	117 tekrarsız kelime	girişimci (4), tanımak (2),
KTL10	20 cümle, 216 kelime	168 tekrarsız kelime	girişimci (6), kaynak, motive (2),

Tablo 4.51 incelendiğinde katılımcıların kurdukları cümle sayıları ve cümle içerisindeki kelime sayıları görülebilmektedir. Buna göre en fazla cümle sayısı, en fazla kelime sayısı 10 no'lu katılımcıda gerçekleşmiştir. Kurulan cümleler içerisinde özgün kelime kullanma sıklıkları incelendiğinde 10 ve 9 no'lu katılımcıların tekrara düşmeyen kelimeleri tercih etme oran diğer katılımcılara göre fazladır. Kullanılan kelime sıklıkları değerlendirildiğinde 8 no'lu katılımcı girişimci (9) ve 2 no'lu katılımcı hedef (6) kelimelerini sıklıkla kullanmıştır.

Katılımcıların söylemleri içerisinde girişimci kelimesini kullanım oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Girişimci kelimesinin kullanım oranı göz ardı edildiğinde 2 no'lu katılımcı en fazla hedef (6) kelimesini, 3 no'lu katılımcı en fazla ekip (2) kelimesini, 4 no'lu katılımcı gerçekleştirme (2) kelimesini, 5 no'lu katılımcı para (3) kelimesini, 6 no'lu katılımcı para (4) kelimesini, 7 no'lu katılımcı para (5) kelimesini ve 8 no'lu katılımcı zenginleşme (3) kelimesini 9 no'lu katılımcı tanımak (2) kelimesini ve son olarak 10 no'lu katılımcı ise kaynak (2) kelimesini kullanmıştır. Dolayısıyla katılımcıların söylemleri incelendiğinde girişimcilikle ilişkilendirdikleri kavramlar görülmektedir. Buna göre,

girişimcilik kavramı ile en fazla ilişkilendirilen kavramlar para, hedef ve zenginleşme olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen söylemlere ilişkin girişimciliğe sevk eden nedenler kapsamında oluşturulan anlam birimleri Tablo 4.52’de sunulmaktadır. Tablo 4.52 incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu girişimciliğe sevk eden en önemli nedenler arasında kâr elde arzusunu belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar girişimci olmalarını sağlayan olgunun tecrübeleri ile ilişkili olduğu ifade etmişlerdir. Ayrıca diğer katılımcılar toplumsal fayda sağlamanın, hedef belirlemenin ve risk alma yeteneğinin girişimcilik nedenleri arasında yer aldığını belirtmişlerdir.

Tablo 4.52. Katılımcıları Girişimciliğe Sevk Eden Nedenler

Katılımcı	İfade	Anlam Birimi
KTL1	<i>“Girişimci olmamı sağlayan temel sebepler yeniliğe açık olmam, risk almam gibi özelliklerdir.”</i>	Risk Alma
KTL2	<i>“Bizleri de girişimciliğe sevk eden en önemli neden hedeflerimize ulaşmak için yapılan bir eylemdir”</i>	Hedef Belirleme
KTL3	<i>“Öncelikli olan yaşam standartlarımızı yükseltmektir, sonrasında ki neden yaptığımız girişimlerle ülkemiz ve milletimiz için faydalı olabilmektir”</i>	Toplumsal Fayda
KTL4	<i>“Kendini gerçekleştirme ihtiyaçları, para kazanma, toplumdaki saygı düzeyini yükseltme ihtiyacı, hayallerini gerçekleştirme ümidi, sosyal fayda isteği, hayaller, hedef belirleme öngörüsü, sermaye, bilgi, çevre, istek, cesaret girişimcilikte olmazsa olmaz unsurların başında gelir.”</i>	
KTL5	<i>“Girişimci olmak isteyen kişiler sadece para kazanmak amacıyla iş kurmamalı, toplumu da yönlendirme cesaretine sahip olmalıdır.”</i>	Para Kazanmak, Ekonomik Getiri, Kâr Elde Etmek
KTL6	<i>“Girişimci olmak için atılgan olmak gerekir, girişimci olmak demek malum para kazanmak ve kâr etmek demek.”</i>	
KTL7	<i>“Hepimizin iş kurma amacımız kâr elde etmek yani para kazanmaktır.”</i>	
KTL8	<i>“Zenginleşmenin yolu girişimcilikten geçmektedir”</i>	
KTL9	<i>“5 yıl bir firmada muhasebe departmanında çalıştıktan sonra askerlik hizmetimi yaptım. İş hayatına döndüğümde kendimin işletme kuracağı yatırımı fazla olmayan bir sektör seçtim. O sektörde 1 yıl çalıştım ve sektörü tanıdıktan sonra kendi işletmemi kurdum.”</i>	Tecrübe Hatalardan Ders Çıkarma
KTL10	<i>“Benim girişimcilik için daha aktif olmamı sağlayan yegane neden yaşadığım başarısızlıklar olmuştur. Her defasında beni yeniden motive etmiş ve yaptığım yanlışlardan dolayı edindiğim tecrübeler daha başarılı olmalı sağlamıştır.”</i>	

Tablo 4.52.'deki sonuçlar tüm katılımcıların cevaplandığı açık uçlu sorular ile karşılaştırıldığında açık uçlu sorulardan elde edilen verilerle doğru orantılı bir yaklaşım sergilendiği görülmektedir. Hem açık uçlu sorulara verilen yanıtlar hem de Genç Girişimciler Kurulları İcra Komitesi İl Başkanları ile yapılan birebir görüşmelerden elde edilen verilere göre girişimciliğe sevk eden en önemli nedenlerin başında para kazanma arzusu gelmektedir. Tablo 4.53'te katılımcıların girişimcilik sürecinde maddi olmayan sermaye unsurları hakkında görüşleri ve oluşturulan anlam birimleri sunulmaktadır.

Tablo 4.53. Girişimcilikte Maddi Olmayan Sermaye Unsurları

Katılımcı	İfade	Anlam Birimi
KTL1	<i>“Hayal kurmak, hedef belirlemek, kollektif çalışmak ve ekip çalışması çok önemlidir”</i>	Hedef Belirleme, Ekip Çalışması
KTL2	<i>“Girişimci olmak için maddiyattan daha önemlisi hedeflerini doğru belirlemesi ve ulaşmak için de çalışacağı ekibini iyi belirlemesi gerekir.”</i>	Hedef Belirleme, Ekip Çalışması
KTL3	<i>“Girişimci olmak için fikir, cesaret ve azim gereklidir. Toplumda düşünülen para, sermaye gibi finansal konular bu 3 gereklilik sağlandığı takdirde çözülür. Çok iyi bir EKİP, bürokrasinin bilinmesi ve oluşan engellerin aşılması....)</i>	Cesaret, Azim, Ekip Çalışması
KTL4	<i>“Bireyler girişimci olmak istiyorlarsa cesaretli olmalı fakat deli cesareti değil ayakları yere basar şekilde olmalı, piyasa araştırması objektif şekilde yapılmalı, çevresel koşullar iyi değerlendirilmeli, ahilik düsturuna sadık kalmalı.....)</i>	Cesaret, Çevresel İlişkiler Ahilik Düsturu
KTL5	<i>“Ancak sadece para kazanma yeterli değildir. Sürdürebilir olmak için topluma fayda sağlamak esastır. Girişimci olmak isteyen kişiler sadece para kazanmak amacıyla iş kurmamalı, toplumu da yönlendirme cesaretine sahip olmalıdır.”</i>	Fayda Sağlamak Yönlendirme
KTL6	<i>“Girişimci olmak istiyorsak önce çevremizde olup bitenlerin farkında olacağız. Aksi taksirde çevresel ilişkileri umursamadan para kazanmaya kalkarsan başarısız olursunuz. Girişimci olmak isteyenlere önerimiz çevrelerini iyi tanımaları...)</i>	Çevresel İlişkiler Para Kazanma İsteği
KTL7	<i>“Girişimci olmak için cesaret gerekir, hürs azim gerekir. Umutsuzluğa düşmemek gerekir.”</i>	Cesaret, Azim
KTL8	<i>“Cesaret, insan ilişkisi, halkla ilişkilerin iyi olması ve inovasyon sahibi olmak yani değişime açık olmak girişimci olmak için önemlidir”</i>	Çevresel İlişkiler İnovasyon
KTL9	<i>“İletişim kurmayı ve yeni insan tanımayı sevmek gerekir”</i>	
KTL10	<i>“Girişimci olmak için girişimci bir ruha sahip olunmalı, doğru yere kanalize olmalı, bu konuda bireyi motive edebilecek ne varsa çevresinde bunları taşımalı.”</i>	Çevresel İlişkiler

Tablo 4.53'te katılımcılarla yapılan birebir görüşmeler neticesinde girişimcilik sürecinde maddi olmayan sermaye unsurlarının önemi sorgulanmak istenmiştir. Buna göre; 1 ve 2 no'lu katılımcı hedef belirleme ve ekip çalışmasının, 3 no'lu katılımcı cesaret, azim ve ekip çalışmasının, 4 no'lu katılımcı cesaret, çevresel ilişkiler ve ahilik düsturunun, 5 no'lu katılımcı toplumsal fayda sağlamanın ve toplumu yönlendirmenin, 6 no'lu katılımcı para kazanma isteği ile çevresel ilişkilerin, 7 no'lu katılımcı cesaret ve azmin ve 8 no'lu katılımcı ise çevresel ilişkiler ile inovasyon yapmanın girişimcilik sürecinde maddi unsurlar dışında önemli özellikleri oluşturduğunu ifade etmiştir. Son iki katılımcı ise girişimcilikte maddi olmayan sermaye türleri bağlamında çevresel ilişkilerin önemine vurgu yapmışlardır. Buna göre ekip çalışması (3), ve çevresel ilişkiler (4) en fazla vurgulanan unsurları oluşturmuştur.

Tablo 4.53'teki veriler araştırmanın tüm katılımcılarının dahil olduğu açık uçlu sorulara verilen yanıtlarla örtüşmektedir. İlgili veriler Şekil 4.8'de sunulan katılımcıların girişimcilik süreçlerinde maddi olmayan sermaye unsurları hakkındaki düşünceleri ile karşılaştırıldığında en yoğun kullanılan kavramın “çevre” olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla girişimcilik sürecinde maddi unsurlar dışından en önemli unsur çevre ilişkileri olarak düşünülmekte ve bu durum girişimcilikte sosyal sermayenin önemini ortaya koymaktadır. Tablo 4.54'te katılımcıların girişimci olmak isteyen kişilere yönelik önerileri doğrultusunda söylemleri incelenmiş olup ilgili anlam birimleri oluşturulmuştur.

Tablo 4.54. Girişimcilik Önerileri Anlam Birimleri

Katılımcı	İfade	Anlam Birimi
KTL1	<i>“....muhasabe ve para yönetimini biraz daha etkin kullanırsa daha başarılı rol model bir girişimci olabilirler”</i>	Para Yönetiminde Uzmanlık
KTL2	<i>“...hedefine ulaşmak için düzgün bir plan yapması ve o planı hayata geçirmesi gerekir.”</i>	Doğru Planlama
KTL3	<i>“...karşılaşacağı engellerde yılmadan yola devam etmeleri azimli olmaları önemlidir.”</i>	Azimli Olma
KTL4	<i>“.....cesaretli olmalı....çevresel koşullar iyi değerlendirilmeli”</i>	Cesaret ve Çevresel Koşullara Hakimiyet
KTL5	<i>“.....toplumu da yönlendirme cesaretine sahip olmalıdır”</i>	Cesaret
KTL6	<i>“.....önerimiz çevrelerini iyi tanımaları ve atılgan olmalarıdır.”</i>	Cesaret

Tablo 4.54. devamı

KTL7	“.....Girişimci olmak için cesaret gerekir, hırs azim gerekir”	Cesaret
KTL8	“ben insanlara, topluma kendisine ve ailesine faydalı olmak istiyorsa kişilerin girişimci olmasını öneririm.”	Topluma Fayda
KTL9	“Girişimci olmak isteyen insan önce kendisini iyi tanıması gerekir.”	Kendini Tanıma
KTL10	“her şeyi elden geldiğince hesap ederek ve geçmiş insanlardan tecrübe edinilerek hareket edilmelidir.”	Tecrübelerden Yararlanma

Tablo 4.54’te katılımcıların girişimci olmak isteyen bireylere yönelik önerilerine yer verilmiştir. Söz konusu öneriler katılımcıların söylemleri içerisinde incelenmiş ve anlam birimleri oluşturulmuştur. Sonuç olarak katılımcıların büyük çoğunluğu girişimci olmak isteyen bireyler için “cesaret” kavramına dikkat çekmişlerdir. Ayrıca topluma fayda sağlama arzusu, bireyin kendini tanıması ve tecrübelerden yararlanması girişimci olmak isteyen bireyler için öneriler arasında yer almıştır. Şekil 4.11’de tüm katılımcıların söylemleri değerlendirildiğinde ortaya çıkan ağ haritasına ilişkin veriler sunulmaktadır.



Şekil 4.11. Katılımcıların söylemlerinden oluşturulan ağ haritası

TOBB Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi İl Başkanları ile yapılan birebir görüşmeler neticesinde elde edilen veriler değerlendirildiğinde Şekil 4.11'deki ağ haritası elde edilmiştir. Buna göre, katılımcıların söylemleri analiz edildiğinde girişimciliğe başlama nedenleri ile ilgili olarak en önemli unsurun para kazanmak olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Girişimci kelimesi katılımcıların söylemlerinde en fazla kullanılan kelime olmuştur. Girişimci kelimesi ile ilgili olarak doğrudan bağlantılı olan ve katılımcıların büyük çoğunluğunun girişimci kelimesi ile birlikte kullanmayı tercih ettiği kelimeler ise “risk”, “toplum”, “iş” ve “para” kelimeleri olmuştur.

Girişimciliğin yaygın tanımında bulunan risk alabilme faktörü ve elde edilen sonuç birbiriyle tamamen örtüşmektedir. Ayrıca işletmelerin kâr elde etme amacıyla kurulan iktisadi yapılar olduğu düşünüldüğünde ortaya çıkan bir diğer ilişkili kelime olan para kelimesi bu bağlamda beklenen sonucu sağlamaktadır. Bir diğer ilişkili kelime olan toplum kelimesi ise işletmelerin asıl amaçlarından toplumsal fayda olgusunu çağrıştırması bakımından önem taşımaktadır. Söylemlerden elde edilen bulgulara göre “çevre” kelimesi ile “girişimci” kelimeleri doğrudan değil ancak dolaylı olarak ilişkili olmaktadır. Çevre teması altında toplanan anahtar kelimeler incelendiğinde istek, cesaret, sermaye, bilgi, gözlem, sosyal, hayal ve gerçekleştirme kelimeleri göze çarpmaktadır. Katılımcıların söylemlerinde çevre kavramı ile birlikte bu kelimeleri ilişkilendirmiş olması araştırma bulguları açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla çevresel ilişkilerin önemi nicel verilerin analiz edilmesi sonucunda da bulunmuş ve girişimci kişilik özelliklerini etkilediği bulgusuna yer verilmiştir.

Araştırmanın nitel veri analizi bölümünde açık uçlu sorular değerlendirilmiş ve katılımcıların girişimci olmalarında etkili olduğu düşünülen en önemli unsurların “para kazanma arzusu”, “cesaret”, “özgüven” ve “çevre ilişkileri” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Birebir görüşmelerden elde edilen söylemler değerlendirildiğinde ise en önemli unsurun “para kazanma arzusu” olduğu ortaya çıkmıştır. Açık uçlu sorular ile görüşme verilerinin analizinden elde edilen bulgular birbirini destekler nitelikte ortaya çıkmıştır.

BÖLÜM V

SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimci kişilik özellikleri ile kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri arasındaki ilişkileri analiz etmeyi amaçlayan bu araştırma, İç Anadolu Bölgesi TOBB Genç Girişimciler Kurulu İcra Komitesi üyelerinden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel varsayımı, girişimcilerin kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özelliklerini etkilediği şeklindedir.

Araştırmada İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan 13 ildeki 195 icra kurulu üyesinin 131'inden veri elde edilmiştir. Araştırmada, nicel verilerin nitel verilerle desteklenmesi prensibine dayanan açıklayıcı karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel veriler, literatür taramasının ardından oluşturulan veri toplama formunun yüz yüze görüşmelerle uygulanması ve internet üzerinden oluşturulan sanal veri toplama formunun fiziki olarak ulaşılamayan katılımcılara ulaştırılması şeklinde elde edilmiştir. Ayrıca, araştırmada kullanılan anket formuna ek olarak Genç Girişimciler Kurulları İl Başkanları ile yapılan birebir görüşmelerden elde edilen nitel veriler araştırma sürecine dahil edilmiştir. Birebir görüşmelerden elde edilen veriler fenomenolojik araştırma deseni çerçevesinde ele alınmıştır. Bu sayede, girişimciliğin bir görüngü olarak araştırma konusu olması sağlanmış ve girişimcilerin deneyimleri araştırma sürecine nicel verilerin desteklenmesi amacıyla dahil edilmiştir. Araştırmada nicel ve nitel analiz yöntemleri birlikte kullanılarak elde edilen bulguların güvenilirlik ve geçerlik düzeylerinin artırılması hedeflenmiştir.

Araştırma süresince katılımcılardan elde edilen verilerin tamamen gizli tutulacağı ve cevapların bilimsel bir araştırmaya yönelik kullanılacağı bilgisi ilgili katılımcılara verilmiştir. Verilerin başka kişi ve kurumlarca kullanılması gibi katılımcılara zarar verecek herhangi bir durumun oluşmayacağı konusunda gerekli ön bilgilendirmeler yapılmış ve söz

konusu etik hassasiyetler gözetilmiştir. Bu bağlamda, katılımcıların veri toplama formundaki ifadeleri doğru algılayıp, yorumladıkları ve içtenlikle yanıt verdikleri düşünülmektedir.

5.1. Araştırma Sonuçları

Araştırma sürecine dahil olan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun 26-30 yaş aralığında (%30.5) olduğu görülmüştür. Katılımcılar cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiklerinde büyük çoğunluğunun erkek (%82.4) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, eğitim düzeyleri açısından lisans mezunlarının oranı (%55) diğer katılımcılara göre oldukça fazladır. Evli olan katılımcıların oranı (%66.4) bekar olanlara göre daha fazladır. Katılımcıların büyük bölümü yabancı dil olarak İngilizce (%61.8) ve Almanca (%7.6) bildiğini belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun baba mesleği, girişimci/iş adamı/esnaf (%73.3) olarak belirlenmiştir. Buna göre, katılımcıların baba meslekleri değerlendirildiğinde genel olarak girişimcilik ve iş kurma deneyimi olan aile ortamında yetiştikleri görülmektedir. Katılımcılardan baba mesleği işçi/memur/emekli olanların oranı ise yalnızca %12.2 olarak ortaya çıkmıştır. İşletmeye özgü nitelikler incelendiğinde katılımcıların ilişkili olduğu işletmelerin çoğunluğunun inşaat/malzeme ve yapı (%24.4), gıda (%16.8) ve madencilik (%14.5) sektöründe bulunduğu belirlenmiştir. İşletmelerdeki çalışan sayıları belirlendiğinde büyük çoğunluğun 49'dan az (%76.3) çalışana sahip işletmelerden oluştuğu görülmüştür. Faaliyet süreleri incelendiğinde ise 2-5 yıl arasında deneyimi olan işletmelerin oranı %32.1 olarak ortaya çıkmıştır. 20 yıldan fazla faaliyet gösteren işletmelerin oranı ise %16.8 olarak tespit edilmiştir.

Katılımcıların girişimcilik özellikleri bağlamında ikinci kuşak girişimcilerin yoğunlukta olduğu belirlenmiştir. 2. kuşak girişimci olanların oranı (%45.8) diğer katılımcılara oranla oldukça fazladır. Ayrıca katılımcıların kurdukları işletme sayıları değerlendirildiğinde büyük çoğunluğunun ikinci işletmesi (%41.2) olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların girişimciliğe başlama nedenleri incelendiğinde aile ve arkadaş desteğinin (%32.1) en önemli unsur olduğu, eğitimin (%22.1) önemli bir faktör oluşturduğu belirlenmiştir. Katılımcıları girişimciliğe sevk eden nedenler incelendiğinde ise en önemli nedenin

ekonomik güç kazanmak (%26) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, istihdam sağlamak (%24.4), prestij kazanmak (%18.3), topluma hizmet etmek (%16) ve bağımsız çalışma arzusu (%15.3) diğer motivasyon kaynakları olarak ortaya çıkmıştır.

Sosyo-demografik özellikler kapsamında çapraz tablolar yorumlandığında; katılımcılardan lisansüstü öğrenim derecesine sahip olanların girişimciliğe başlama nedenleri incelendiğinde; aile ve arkadaş desteği ile bilgi-tecrübe özelliklerinin ön plana çıktığı görülmüştür. Ayrıca, ekonomik güç kazanmak ve istihdam sağlamak eğitim durumu lisansüstü seviyede olan katılımcılar için en önemli motivasyon kaynağını oluşturmuştur. Eğitim durumlarına göre lisans mezunu katılımcılar ise aldıkları eğitimin girişimcilik süreçlerinden önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiş, girişimciliğe motive eden en önemli unsur olarak ekonomik güç kazanma kavramına vurgu yapmışlardır. Cinsiyet değişkenine göre girişimciliğe başlama nedenleri incelendiğinde ise erkek katılımcıların büyük çoğunluğu aile ve arkadaş desteğinin önemli olduğunu belirtirken kadın katılımcılar alınan eğitimin önemine vurgu yapmışlardır. Girişimciliğe motive eden nedenler bağlamında ise erkek katılımcıların önem verdiği unsur ekonomik güç kazanmak olarak ortaya çıkarken kadın katılımcılar için bu unsur topluma hizmet etme olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özelliklerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılıkları incelendiğinde genel olarak değişkenler arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak araştırma boyutlarını oluşturan ölçeklerinin alt boyutları ile sosyo-demografik özellikler arasında bulunan eğitim düzeyi ve yabancı dil bilgisi arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p < 0.05$). Kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür değişkeni ile katılımcıların eğitim düzeyleri arasındaki farklılıklar incelendiğinde önlisans mezunları ile ilköğretim ve lise-dengi okul mezunları arasında anlamlı farklılıklar olduğu söylenebilmektedir. Önlisans mezunu katılımcılar ilköğretim ve lise-dengi mezunu katılımcılara oranla daha fazla edebi kültür eğilimi göstermektedirler. Ayrıca, lisans mezunları ile ilköğretim mezunları arasında anlamlı farklılık olduğu gözlenmiştir. Lisans mezunu katılımcılar ilköğretim mezunu katılımcılara göre kültürel sermaye özelliklerinden okul aile etkileşimi bağlamında daha yüksek bir ortalama sahiptirler. Sosyal sermaye özellikleri bağlamında ise lisans mezunu katılımcıların lise ve dengi mezunu katılımcılara

oranla daha fazla okul aile işbirliği özelliğine sahip oldukları görülmektedir. Buna göre, katılımcıların kültürel sermaye özelliklerindeki artış, eğitim düzeyindeki artışı sağlamaktadır. Eğitim düzeyi daha yüksek olan katılımcıların kültürel sermaye ve sosyal sermaye özelliklerinin pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. Bu durum, eğitim faktörünün bireylerin sosyalleşme ve ilişki kurma sürecindeki etkisini ortaya koymaktadır. Katılımcıların beşeri sermaye özellikleri ile yabancı dil bilgileri arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Almanca dilini bilen katılımcıların İngilizce dilini bilen katılımcılara oranla beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi ve teknoloji bilgisine daha az sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, İngilizce dilini bilmenin girişimcilerin beşeri sermaye özelliklerinde artışa sebep olabileceği öngörülmektedir.

Beşeri sermaye özellikleri, katılımcıların işletmeyi kurmadan önceki bilgi düzeyleri ve işletmeyi kurduktan sonraki deneyimlerine göre iki boyutta ele alınmıştır. Bu bağlamda korelasyon analizi neticesinde ortaya çıkan pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler yorumlandığında beşeri sermaye alt boyutlarından biri olan hizmet bilgisi ile ilgili olarak; katılımcıların işletmelerini kurmadan önce hizmet bilgisinin yüksek düzeyde oluşu işletmeyi kurduktan sonraki hizmet bilgilerini olumlu yönde etkilemektedir ($p<0.05$). Yani girişimcilerin iş süreçlerine ilişkin hizmet bilgisine sahip olmaları işlerini kurduktan sonraki hizmet bilgilerinin yüksek düzeyde olmasına etkide bulunmaktadır. Katılımcıların işletmelerini kurmadan önce işe ilişkin teknoloji bilgisinin yüksek düzeyde oluşu işletmeyi kurduktan sonraki müşteri, pazar ve teknoloji bilgi düzeylerini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca işletmeyi kurmadan önceki pazar bilgisinin artması işletmeyi kurduktan sonraki müşteri, pazar, teknoloji ve hizmet bilgisinin artacağı şeklinde yorumlanabilmektedir. Buna göre, katılımcıların girişimci olmadan önce kurmayı planladıkları işe ilişkin sahip oldukları ön bilgi düzeyinin girişimcilik sürecinde büyük etkiye sahip olduğunu ve başarıyı olumlu yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Girişimcilerin kurmayı planladıkları işe ilişkin müşteri, pazar, teknoloji ve hizmet ön bilgisine sahip olmaları, işletmelerini kurduktan sonraki deneyime bağlı olarak ortaya çıkan bilgi düzeylerinin de yüksek seviyede olmasını sağlamaktadır. Girişimcilerin işletmelerini kurmadan önce sahip oldukları müşteri, pazar, teknoloji ve hizmet bilgisi, kurmayı planladıkları işletmenin sürdürülebilirlik ve rekabetçilik düzeyi açısından büyük önem taşımaktadır.

Katılımcıların beşeri sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak beşeri sermaye özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri alt boyutlarının kendi içerisinde istatistiki olarak ilişkili oldukları görülmüştür. Beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi boyutuyla pazar bilgisi, teknoloji bilgisi, hizmet bilgisi boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yine aynı şekilde pazar bilgisi boyutuyla teknoloji bilgisi boyutu arasında ve hizmet bilgisi boyutuyla, arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe tolerans boyutu ile başarıma ihtiyacı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Başarıma ihtiyacı boyutu ile kendine güven ve yenilikçilik arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Risk alma eğilimi ile kendine güven arasında negatif yönlü ve düşük düzeyli bir ilişki olduğu görülmektedir. Kendine güven boyutu ile yenilikçilik boyutu arasında ise pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Katılımcıların müşteri bilgilerindeki artış pazar bilgileri, teknoloji bilgileri ve hizmet bilgilerinde artışa imkan vermektedir. Dolayısıyla katılımcıların beşeri sermaye özellikleri kapsamında yaptıkları işe ilişkin pazar bilgilerinde artışın sağlanmasıyla teknoloji ve hizmet bilgilerinde artışın gözlenebileceği düşünülmektedir. Katılımcıların girişimci kişilik özellikleri kapsamında belirsizliğe toleransları arttıkça başarıma ihtiyaçlarında artış olması beklenmektedir. Başarıma ihtiyaçlarındaki artışın ise kendine güven ve yenilikçilik düzeylerinde artışa neden olduğu görülmektedir.

Beşeri sermaye özellikleri ile sosyal ve kültürel sermaye özellikleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde, beşeri sermaye özelliklerinden müşteri bilgisi ile sosyal ve kültürel sermaye özelliklerinden ebeveyn danışmanlığı arasında, teknoloji bilgisi ile edebi kültür arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Buna göre, katılımcıların müşteri bilgilerinde ve teknoloji bilgilerindeki artış ebeveyn danışmanlığı ve edebi kültürde artışı göstermektedir. Kültürel sermaye özelliklerinden edebi kültür ile ebeveyn danışmanlığı, okul aile etkileşimi, aile desteği, müfredat dışı etkinlikler arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Ayrıca ebeveyn danışmanlığı ile okul aile etkileşimi, aile desteği ve müfredat dışı etkinlikler arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların ebeveyn danışmanlığındaki artış girişimcilerin yaptıkları işe ilişkin müşteri bilgilerinde artışa neden olabilmektedir. Ayrıca edebi kültür düzeylerinin artması yaptıkları işe ilişkin teknoloji bilgilerinde artışa neden

olabilmektedir. Katılımcıların ebeveyn danışmanlığındaki artış edebi kültür düzeylerine, okul aile etkileşimine, aile desteğine ve müfredat dışı etkinlikler boyutuna pozitif etki sağlayabilmektedir.

Kültürel sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde, katılımcıların edebi kültür özelliği ile risk alma eğilimleri arasında negatif düzeyde anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmüştür. Ebeveyn danışmanlığı ile kendine güven boyutu ve yenilikçilik boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Katılımcıların okul aile etkileşimleri ile başarıma ihtiyaçları arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Kültürel sermaye özelliklerinden aile desteği ile katılımcıların girişimci kişilik özelliklerinden başarıma ihtiyacı, kendine güven ve yenilikçilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Ayrıca katılımcıların başarıma ihtiyaçları ile kendine güven boyutu ve yenilikçilik boyutu arasında istatistiki olarak pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki görülmektedir. Katılımcıların risk alma eğilimleri ile kendine güven boyutu arasında negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Katılımcıların kendine güven özelliği ile yenilikçilik özelliği arasında ise pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmektedir. Kültürel sermaye özellikleri içerisinde edebi kültür boyutu ile ebeveyn danışmanlığı, okul aile etkileşimi ve aile desteği arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin varlığı görülebilmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların kültürel sermaye özellikleri dahilinde ebeveyn danışmanlığı düzeyleri arttıkça girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven ve kontrol odağı özelliklerinin artış göstermesi beklenmektedir. Ayrıca aile desteği özelliğinde artış olması durumunda ise kendine güven ve yenilikçilik boyutlarının artış göstermesi beklenmektedir.

Sosyal sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri korelasyon analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe tolerans ile sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliği boyutları arasında istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir ilişki söz konusudur. Başarıma ihtiyacı boyutu ile müfredat dışı etkinlikler ve akran etkileşimi boyutları arasında da pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır. Kendine güven boyutu ile akran etkileşimi ve dini aktiviteler boyutu arasında anlamlı ilişki görülmektedir. Yenilikçilik özelliği ile okul aile işbirliği arasında, kontrol odağı ile müfredat dışı etkinlikler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Sosyal sermaye

özelliklerinden müfredat dışı etkinlikler boyutu ile aile kültür etkileşimi, okul aile işbirliği, kültürel etkinlikler, akran etkileşimi, dini aktiviteler boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki görülmektedir. Sosyal sermaye ilişkilerinden aile kültür etkileşimi ile okul aile işbirliği, kültürel etkinlikler, akran etkileşimi ve dini aktiviteler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki görülmektedir. Dolayısıyla ilgili veriler değerlendirildiğinde; katılımcıların sosyal sermaye özelliklerinden okul aile işbirliğindeki artış girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe tolerans düzeyinde artış olması anlamına gelmektedir. Ayrıca, müfredat dışı etkinliklerdeki artışın başarıma ihtiyacındaki artışı etkilediği görülmektedir. Akran etkileşimi ve dini aktivitelerdeki artış oranının girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven boyutundaki artışı etkilediği görülmektedir. Nicel verilerin değerlendirilmesi sonucu elde edilen bulgular ışığında;

- Katılımcıların kültürel sermaye özellikleri, girişimci kişilik özelliklerini olumlu yönde etkilemektedir. Katılımcıların kültürel sermaye özelliklerindeki artışın girişimci kişilik özellikleri kapsamında artışa neden olabileceği öngörülmektedir.
- Katılımcıların girişimci olmadan önce kurmayı planladıkları işe ilişkin sahip oldukları ön bilgi düzeyinin işletme kurulduktan sonra büyük etkiye sahip olduğu ve başarıyı olumlu yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşılmaktadır.
- Katılımcıların beşeri sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında istatistiki bir ilişki bulunmadığından incelenen veri seti dahilinde değişkenler arası etkileşim olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.
- Katılımcıların sosyal sermaye özellikleri, girişimci kişilik özelliklerini kısmen etkilemektedir. Katılımcıların sosyal sermaye özelliklerinden akran etkileşimi ve dini aktivitelerdeki artışın girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven boyutundaki artışı etkilediği öngörülmektedir.
- Kültürel sermaye ile beşeri sermaye özellikleri arasındaki istatistiki ilişki kısıtlı iken kültürel sermaye özelliklerinin katılımcıların sosyal sermaye özelliklerini olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir.
- Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri bağlamında, yabancı dil bilgisi ile eğitim düzeyi ile kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri arasında doğru orantılı bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir. Ancak sosyo-demografik özellikler ile girişimci kişilik özellikleri arasında istatistiki bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Nitel verilerden elde edilen bulgular, tek bir farkla nicel verileri tamamen destekler nitelikte ortaya çıkmıştır. Nicel verilerin istatistiki analizleri neticesinde beşeri sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamasına rağmen; katılımcıların açık uçlu sorulara verdiği yanıtlar ve söylemleri değerlendirildiğinde beşeri sermaye özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında güçlü bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmıştır.

Katılımcılar girişimcilik sürecinde önemli gördüğü unsurların başında cesaret ve özgüven kavramlarını ön plana çıkarmışlardır. Buna göre, katılımcılar girişimci olabilmek için cesur davranmanın ve özgüven sahibi olmanın gerekliliğini ortaya koymuştur. Katılımcılar ayrıca sosyal çevrenin girişimci olmak isteyen bireyler için anahtar rol üstlendiğini vurgulamışlardır. Nitel verilerden oluşturulan ağ haritası değerlendirildiğinde en önemli özelliğin cesaret olduğu ve çevre kavramıyla doğrudan ilişkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilere göre, girişimcilik sürecinde hedef belirlemenin, azimli olmanın, yeniliğe açık olmanın, toplumsal faydanın ve kâr elde etme arzusunun önemli girişimci kişilik özellikleri arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, para kazanma arzusunun girişimci olmak için çok önemli bir unsur olduğu sonucu katılımcılarla yapılan birebir görüşmelerden elde edilen bulgular ışığında ortaya konmuştur. Katılımcıların girişimcilik süreçlerinde beşeri sermaye özellikleri büyük önemli taşımaktadır. Ayrıca, sosyal ve bireylerarası ilişkilerinin söylemlerinde sıkça yer alması nedeniyle sosyal sermaye özelliklerinin girişimcilikte etkin bir rol oynadığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların söylemlerini değerlendirilerek özetlemek gerekirse,

- Girişimcilerin içinde bulundukları toplumu şekillendiren, kalkınması için anahtar role sahip olan, çevrelerini etkin biçimde kullanan, kâr elde etme arzusunu taşıyan bireyler olduğu;
- Hedeflerin doğru belirlenmesinin girişimcilikte büyük önem taşıdığı ve başarı ile hedef belirlemenin doğru orantılı olduğu
- Ekip ruhu ve takım çalışması ile yeniliğe açık olma, cesur davranma ve hayal kurmanın girişimcilikte çok önemli özellikler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Açık uçlu sorulara verilen yanıtlar eşliğinde yapılan değerlendirmeler yine nicel verilerden yararlanılarak oluşturulan bulguları destekler nitelikte ortaya çıkmıştır. Buna göre katılımcıları girişimciliğe sevk eden en önemli özellik ekonomik kaygı olarak belirlenmiştir. Girişimcilik sürecinde maddi olmayan sermaye unsurları belirlenmek istendiğinde çevre ilişkileri en önemli unsur olarak tespit edilmiştir. Bu durum girişimcilik sürecindeki aile, arkadaş desteğinin önemine vurgu yapmakta ve sosyal sermayenin girişimcilik sürecindeki önemini ifade etmektedir.

Nitel verilerin değerlendirilmesi sonucu elde edilen bulgular ışığında;

- Bireylerin öz yeterliklerini ifade eden bir kavram olarak beşeri sermaye özellikleri kapsamında sayılabilecek olan cesaret, özgüven ve azimli olma gibi özellikler girişimci kişilik özelliklerini olumlu yönde etkilemektedir.
- Girişimcilik sürecinde maddi olmayan sermaye unsurları kapsamında çevre ilişkileri en önemli unsurdur. Sosyal çevre, girişimcilik sürecinde önemli rol oynamaktadır. Katılımcıların söylemlerinde kavramların kullanım yerine ve sayısına göre cesaret ve çevre kavramlarının ilişkili olduğu belirlenmiştir.
- Girişimcilikte hedef belirleme, azimli olma, yeniliğe açık olma, toplumsal fayda ve kâr elde etme arzusu önemli girişimci kişilik özellikleri arasındadır.
- Katılımcıları girişimciliğe sevk eden en önemli özellik ekonomik kaygıdır. Para kazanma arzusu, girişimci olmak için çok önemli bir neden olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırmada kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özelliklerinin girişimci kişilik özelliklerine etkisinin araştırılması temel dayanak noktasını oluşturmuştur. Araştırma sürecinde anket formu kullanılarak elde edilen nicel verilerin istatistiki analizlere tabi tutulması ve açık uçlu sorular ile birebir görüşmelerden elde edilen söylemlerin nitel araştırma yöntemleri kapsamında fenomenolojik araştırma deseni ile ele alınması sonucunda elde edilen tüm bulgular ışığında genel bir değerlendirme yapmak gerekirse;

- Küreselleşmenin ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak günümüz yoğun rekabet ortamında girişimcilerin ve dolayısıyla işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, kâr elde etme, topluma fayda sağlama ve süreklilik kazanma

hedeflerine ulaşabilmeleri için yalnızca maddi unsurları dikkate almaları büyük bir yanılığın ortaya koymaktadır.

- İlerleyen teknolojik ortamda gelişmişliğin bir gereği olarak kendilerine yatırım yapmayı öğrenen bireylerin giderek artması nitelikli işgücünü de beraberinde getirmektedir. Buna göre, davranış kalıplarını ve kişilik özelliklerini şekillendiren kültür kavramına girişimcilik süreçlerinde özen gösterilmesi gerekmektedir.
- Örgütlerin kendine has özellikler barındırması bireysel farklılıkların yarattığı zenginlikten kaynaklanmaktadır ve bireylere ait kültürel öğeler olmaksızın örgüt ikliminin oluşturulması olasılık dışında kalmaktadır. Kültürel sermaye, aileler vasıtasıyla ve eğitim yoluyla elde edilen, süreç içerisinde şekillendirilen ve benliklerin oluşmasında yararlanılan maddi olmayan sermaye özelliği olarak girişimci kişilik özelliklerini doğrudan etkilemektedir.
- Girişimciliğe verilecek önem içerisinde kültürel sermaye özelliklerinin yeri yadsınamaz bir öneme sahip olmaktadır. Ekonomik kalkınma göstergeleri içerisinde kültürel sermaye özelliklerinin önem taşıdığı ve ülkelerin milli gelirlerinde kültürel sermayenin olumlu etki yarattığı unutulmaması gereken unsurların başında gelmektedir.
- Bireylerin öz yeterlilikleri ve becerileri ile ilgili bir kavram olarak karşımıza çıkan beşeri sermaye ile asıl anlatılmak istenen bireylerin kendilerine yaptıkları yatırımdır. Ekonomik kalkınma içerisinde bireysel yani beşeri sermaye özelliklerine yapılan yatırımlar ekonomik anlamda sermayenin verimliliğini artırmakta ve olumlu yönde etkilemektedir.
- Bireylere yapılan yatırımların gelişmekte olan toplularda yaşanan birçok olumsuz durumun ortadan kaldırılmasında büyük etkiye sahip olabileceği düşünülmektedir. Eğitim beşeri sermaye kapsamında vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler eğitim yoluyla kendilerini geliştirmekte ve verimlilik olgusuna sahip olmaktadır.
- Girişimcilerin beşeri sermaye özelliklerinin yüksek düzeyde ortaya çıkması süreklilik ve verimliliklerinde önemli role sahip olmaktadır. Toplum içerisinde bireylerarası ilişkilerin ekonomik performansı ve verimliliği artırabileceğini ifade eden bir kavram olarak sosyal sermaye, bireylerdeki kabul görme ve etki bırakma amacını taşıyan her hareketin ve davranışın da sebebini açıklamaktadır.

- Girişimciler iş kurma süreçlerinde sosyal ağlarını kullanmakta ve bireyleri bir arada tutma özelliğine sahip olan sosyal ağlar vasıtasıyla varlıklarını sürdürmektedir. Ayrıca, bireyler arasında ortaya çıkan karşılıklı davranma ilkesi gereği olarak sosyal ortam içerisinde güven algısında artış söz konusu olmaktadır. Risk alan ve yenilik yapan girişimcilerin iş kurma süreçlerinde sosyal sermaye özelliklerinden yararlanmaları sosyal güvenin oluşturulması ve rekabetçilik düzeyinin artırılması açısından büyük fayda sağlamaktadır.
- Sonuç olarak, kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri girişimcilerin kişilik özelliklerinde önemli bir etkiye sahiptir. Kültürel, beşeri ve sosyal sermaye özellikleri girişimcilik kapsamında değerlendirilmesi ve dikkate alınması gereken önemi unsurların başında gelmektedir.
- Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve devamlılığının sağlanmasının girişimcilerin sahip olduğu maddi olmayan sermaye unsurlarına yapılan yatırımla doğru orantılı olacağı öngörülmektedir.

5.2. Araştırmanın Kısıtları ve İleriki Çalışmalara Öneriler

Araştırmanın kısıtları değerlendirildiğinde verilerin sadece İç Anadolu Bölgesi'nden elde edilmiş olması başlıca sınırlılığı oluşturmaktadır. Ayrıca, veri toplama sürecinin tüm girişimciler yerine Genç Girişimciler Kurulları İcra Komitesi üyeleri ile sınırlandırılmış olması başka bir kısıtı oluşturmaktadır. Verilerin ilk aşamada anket formuyla elde edilmiş olması ve katılımcıların anket formundaki soruları doğru anlayıp idrak ettiklerinin ve buna göre cevap verdiklerinin varsayılmasına neden olmaktadır. Ancak çalışmada nicel verilerin açık uçlu sorular ve mülakat yöntemiyle desteklenmesi sayesinde bu sorun indirgenmeye çalışılmıştır. Araştırmada hem nicel hem de nitel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır ancak nitel araştırma yöntemi olarak tercih edilen fenomenolojik araştırma deseninde tekrarlanabilirliğinin olmaması araştırmanın bir diğer kısıtı olarak ortaya çıkmaktadır.

İleriki çalışmalarda daha geniş bir örneklem ile daha fazla sayıda katılımcıya ulaşılması farklı sonuçların elde edilmesine imkan verebilecektir. Farklı coğrafi bölgelerde çalışmanın yürütülmesi ve icra görevinde bulunan girişimciler yerine aktif idari görevi bulunmayan

ancak girişimci olan katılımcılarla birlikte çalışmanın yürütülmesi önerilmektedir. Yalnızca İç Anadolu Bölgesi yerine diğer bölgelerde ve/veya ülke genelinde bir araştırmanın yapılması maddi olmayan sermaye unsurları, girişimcilik ve girişimci kişilik özellikleri bağlamında literatüre büyük katkı sunacağı düşünülmektedir.

Girişimcilik türlerinden kadın girişimciler, göçmen girişimciler, stratejik girişimciler ve ekogirişimciler gibi özele indirgenmiş bir örneklem ile araştırmanın yapılması daha farklı sonuçları beraberinde getirebilecektir. Ayrıca, araştırmaya dahil edilecek tüm katılımcılarla yapılacak birebir görüşmeler ve mülakatların çalışma sonuçlarını desteklemesi ile daha geniş kapsamlı bulgulara ulaşılabileceği öngörülmektedir. Girişimciliğin ve girişimci kişilik özelliklerinin diğer güncel sermaye türleri ile ilişkilendirilmesi de ayrıca önerilmektedir. Buna göre, girişimcilerin politik sermaye, entelektüel sermaye ve psikolojik sermaye özelliklerinin incelenmesi girişimcilik olgusunun daha iyi algılanması noktasında önemli rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- Acaroğlu, H. (2005). *Üretim İçinde Beşeri Sermayenin Payı: Türkiye İlleri İtibariyle Beşeri Sermayenin Kalkınmaya Etkisinin Ölçülmesi*, Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi Eskişehir.
- Acun, R. (2011). *Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik*, Millî Folklor, 2011, Yıl 23, Sayı 89.
- Adler, P.S. ve Kwon, S.W. (2002). *Social Capital: Prospects for a New Concept*, Academy of Management Review, 27 (1):18.
- Ağca, H. ve Baş, Ü. (2014). İç Girişimcilik, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, ISBN: 978-605-377-973-5, s.379-390, İstanbul.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). *Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve*, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 82), s.139-153.
- Akdemir, A. (2014). Kariyer Alternatifi Olarak Girişimcilik, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, ISBN: 978-605-377-973-5, ss.141-142, İstanbul.
- Akdoğan, A.A. (2002). Toplumsal Sermaye: Yeni Sağın Küresel Yüzü. *Yoksulluk, Şiddet ve İnsan Hakları*, Ed. Yasemin Özdek, ISBN : 975-7669-89-TODAIE Yayınları, Ankara.
- Akın, C.S. (2012). *Kurumların ve Sosyal Sermayenin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.
- Akyazı, T.E. (2014). *Girişimcilik Sürecinde Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar İle İç Girişimcilik Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Aksaray.
- Altun, N. (2011). *Sosyal Sermaye'nin Çocuk ve Genç Suçluluğuna Etkisi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Sakarya.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Alvizo, I.U. (1981). Planning And Organizing a Business, *Entrepreneur's Handbook*, Techno net Asia U.P., Institute for Small-Scale Industries, s.36-68.
- Andersen, I.G. ve Jæger, M.M. (2015). *Cultural Capital in Context: Heterogeneous Returns to Cultural Capital Across Schooling Environments*, Social Science Research, s.177–188.
- Arlı, M. ve Nazik, H. (2010). *Bilimsel Araştırmaya Giriş*, Gazi Kitabevi, ISBN: 9757313908, Ankara.

- Arslankan, A. (2008). *Reflections of Cultural Capital on Exchange of Populations The Case of Çeşme and Alaçatı*, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Arun, Ö. (2009). *Yaşlı Bireyin Türkiye Serüveni: Türkiye’de Yaşlı Bireyler Arasında Kültürel Sermaye Dağılımı*, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2009 8(1):77 – 100, ISSN: 1303-0094
- Aşık, B. (2007). *Uzun Dönemli Büyümede Dışa Açıklık ve Beşeri Sermayenin Rolü*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Atacan, N. (2004). *Beşeri Sermayenin Ekonomik Büyümeye Etkiler - Türkiye Örneği*, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Avalos, G., Prima, K., Saide, D. ve Soto, V. (2014). *Developing an Orientation Workshop*, Monterey Institute of International Studies, s.1-20.
- Avcı, Y.E ve Yaşar, M. (2014). *Kültürel Sermaye Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*, International Journal of Social Science Research, ISSN: 2146-8257, s.65-77.
- Ay, Ü. (2014). Girişimcilik de Eleştirilmeli, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, ISBN: 978-605-377-973-5, s:143-147, İstanbul.
- Aydemir, M. A. (2011). *Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Aydın, E. ve Çakar, U. (2014). *Ekogirişimcilik ve Yaratıcılık İlişkisi: Geri Dönüşüm Sektörü Üzerinde Bir Araştırma*, Yönetim ve Ekonomi, Cilt:21, Sayı:1, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa.
- Aykan, E. (2002). *Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik*, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2012, C.17, S.3, s.195-212.
- Babacan, M.E. (2012). *Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Sakarya.
- Bajaro, A.S. (1981). Entrepreneurial Self-Assessment, *Entrepreneur's Handbook*, Techno net Asia U.P., Institute for Small-Scale Industries, s.1-13.
- Bakan, İ., Eyitmiş, A.M., Büyükbeşe, T., Erşahan, B. (2012). *Kahramanmaraş’ta Girişimcilik ve Yenilikçilik: Profesyonel Meslek Gruplarında Bir Alan Çalışması*, II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu Bildiri Kitapçığı, s.260-267.
- Baran, A.G. (2008). *Yaşlılıkta Sosyalizasyon ve Yaşam Kalitesi*, Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, (2), s.86-97.

- Baron, A. ve Armstrong, M. (2007). *Human Capital Management, Achieving Added Value Through People*, MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall, Britain, ss.239.
- Becker, G.S. (1993). *Human Capital, a Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*, National Bureau of Economic Research (NBER), The University of Chicago Press, Chicago.
- Becker, G.S., Murphy, K.M. ve Tamura, R. (1994). Human Capital, Fertility and Economic Growth, *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* (3rd Edition), University of Chicago Press, ISBN:0-226-04119-0, s.323-350.
- Bennett, T., Savage, M., Silva, E. B., Warde, A., Gayo-Cal, M. ve Wright, D. (2006). *Media Culture: The Organisation of the Media Field in Contemporary Britain*. British Film Institute, London.
- Berardo, K. (2012). *Framework: The 5Rs of Culture Change*, in *Building Cultural Competence: Innovative Activities and Models*, eds. K. Berardo and D. K. Deardorff, s193-199.
- Berglund, H. (2007), Researching entrepreneurship as lived experience, in *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, H. Neergaard and J.P. Ulhøi (Eds.), Cheltenham: Edward Elgar.
- Bontis N. (2002). *World Congress on Intellectual Capital Readings*, Butterworth-Heinemann/KMCI Press, Boston, MA.
- Börü, D. (2014). Girişimcilik, Kadınlar ve Öğrenilmiş Çaresizlik Olgusu, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 2. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s:1-9, İstanbul.
- Bourdieu, P. (1974). *The School as a Conservative Force*. In Eggleston, J. (ed.) *Contemporary Research in the Sociology of Education*. London: Methuen
- Bourdieu, P. Ve Wacquant, L.J.D., (2003). *Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar*, Çeviren Nazlı Ökten, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (1980). *Le Sens Pratique*, Paris: Minuit, http://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1981_num_22_4_3455
- Bourdieu, P. (2005). *Habitus*. Ed. J. Hillier ve E. Rooksby, *Habitus: A Sense of Place*, 2, 43-49, ISBN: 978-0-7546-4564-1, Aldershot, Ashgate.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital in Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*, Ed. John G. Richardson, New York: Greenwood Press.
- Bozkurt, Ö. (2006), *Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi*, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), s.93-111

- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). *Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (8:2), s.57-78.
- Bursalıoğlu, Z. (2000). *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*, Ankara: Pegem Özel Eğitim ve Hizmetleri.
- Bülbül, H. 2003. *Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Ürün ve Süreç Yeniliği: Bilişim Teknolojileri Uygulaması*, Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya, ss.396.
- Bulut, Ç. Fiş, A.M., Aktan, B. Ve Yılmaz, S. (2008). *Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma*, Journal of Yasar University, 3(10), s.1389-1416.
- Bulutoğlu, K. (2003). *Demokraside Devletin Ekonomik Bir Kuramı*, Kamu Ekonomisine Giriş, Yapı Kredi Yayınları, 1. Baskı.
- Burt, R.S. (2001). *Social Capital of Structural Holes*, New Directions in Economic Sociology, Chapter 7, s:201-247, New York.
- Büyüköztürk, Ş. Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö.A., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (10. bs.). Ankara, Pegem Akademi.
- Brady, W. H. ve Shar Haley, R.N. (2013). *Storytelling Defines Your Organizational Culture*. Physician Executive, 39(1), 40.
- Brown, P. (1995). *Cultural Capital and Scoail Exlusion: Some Observations on Recent Trends in Education Employment and The Labour Market*, Work, Employment and Society, Vol:9 No:1, s.29-51.
- Çabuk, S., Südaş, H.D. ve Araç, S.K. (2015). *Kadın Girişimcilerin İş Yaşam Süreçlerinin İncelenmesi: Adana İlindeki Girişimciler Üzerinde Bir Uygulama*, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 31, s.423-441.
- Çakmak, E. ve Gümüş, S. (2005). *Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Ekonometrik Bir Analiz (1960-2002)*, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 60(1), 59-72
- Çalışkan, D. (2010). *Yenilikçi Oluşumlarda Sosyal Sermayenin Rolü ve Burdur İli Üzerine Bir Araştırma*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Çekiç, S.Ç. (2009). *Kırsal Kalkınma Açısından Sosyal Sermayenin Öğeleri: Şanlıurfa-Hilvan Örneği*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Cengiz, O. (2013). *Beşeri Sermayenin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Japonya Üzerine Bir Uygulama*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.

- Cerit, Ş. (2012). *Kültürel Sermaye Bağlamında İzmir'de Latin Dans Kursları*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü / Müzik Bilimleri Anabilim Dalı.
- Chu, P. (1996). *Social Network Models of Overseas Chinese Entrepreneurship: The Experience of Hong Kong and Canada*, Canadian Journal of Administrative Sciences, 13, s.358-365.
- Cingöz, A. (2014). Eko Girişimcilik, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 27. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s:357-379 İstanbul.
- Cohen, D. ve Prusak, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik, Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. (Çev: Ahmet Kardam), MESS Yayınları, İstanbul.
- Coleman, J. S. (1988). *Social Capital in the Creation of Human Capital*, American Journal of Sociology, 94, s.95-120.
- Coleman, J.S. (2000). *Foundations of Social Theory*, 3.Baskı. USA: Harvard University Press.
- Cope, J. (2003). Entrepreneurial Learning and Critical Reflection: Discontinuous Events As Triggers for Higher-Level learning, *Management Learning*, 34(4), s.429-450.
- Creswell, J.W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, Çeviren: Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, (2. Basım: 2015), Siyasal Yayınevi, Ankara
- Creswell, J.W. (2008). Educational research planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research. International Pearson Merrill Prentice Hall.
- Creswell, J. ve Plano Clark, V.L. (2007). Understanding mixed methods research. In J. Creswell (Ed.), *Designing and conducting mixed methods research* (pp. 1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crossley, N. (2001). *The Phenomenological Habitus and Its Construction*, Theory and Society, Sayı:30/1. Berlin Springer.
- Cruickshank, P. ve Rolland, D. (2006). *Entrepreneurial Success through Networks and Social Capital: Exploratory Considerations from GEM Research in New Zealand*, Journal of Small Business and Entrepreneurship, 19, s.63-80.
- Çelik, V. (2008). *Okullarda Moral Sermayenin Geliştirilmesi*, Eğitim ve Bilim 2014, Cilt 39, Sayı 174, 67-74
- Çetinkaya-Bozkurt, Ö. ve Alparslan, A.M. (2013). *Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8 (1), s.7-28.
- Daft, R.L. (2010). *Management* (9th ed.). Mason, OH: South-Western

- Daşdemir, A.M. (2008). *AB Üyesi Ülkelerde Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Demirel, Y. ve Özbezek, B.D. (2015). *İşletmelerde İç Girişimcilik ve Yenilik ilişkisine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme*, Tisk Akademi, 2015/11, s:112-135.
- Duman, H. ve Yücenurşen, M. (2014). Girişimciliğin Finansmanı, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 14. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s.241-255 İstanbul.
- Durğun, S. (2006). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. Aralık 2006. Cilt: II, Sayı:II, 112-132
- Ekşioğlu, Ş.Z. (2012). *Kültürel Sermaye ve Ekonomik Kalkınma Arasındaki İlişkinin Girdi Çıktı Analizi ve Fayda Maliyet Analizi Yöntemleri ile Türkiye için Değerlendirilmesi*, Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kültürel İncelemeler Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ellis, D.G. ve Maoz, I. (2003). *A Communication and Cultural Codes Approach to Ethnonational Conflict*. The International Journal of Conflict Management, 14, s.255-272.
- Elmi, Z.M. ve Sadeghi, S. (2012). *Health Care Expenditures and Economic Growth in Developing Countries: Panel Co-Integration and Causality*, Middle-East Journal of Scientific Research, 12 (1), s.88-91.
- Eren, E. ve Akpınar, S. (2004). *Yapısal Sermayenin İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması*. Öneri, 6(22), s.9-17.
- Erkmen, T. (2010). *İşletmelerin Başarısındaki En Temel Paradigma Örgüt Kültürü*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Erkocaoğlu, E. ve Özgen, H. (2009). *Kurumsal Girişimcilik İle Örgüt Yapısı Arasındaki İlişki*, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 18, Sayı 1, 2009, s.203-214.
- Erkul, A.K. (2014). *Konut Tercihi Ve Sosyo-Mekânsal İlişkilerde Kültürel Sermayenin Rolü: Kuru Sitesi Ve Or-An Sitesi Örnekleri Üzerinden Bir Karşılaştırma*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 4, Yıl: 2013, s. 625-647.
- Eroğlu, F. (1996). *Davranış Bilimleri*, Beta Basım AŞ. İstanbul.
- Erselcan, F. (2009). *Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Sivas, Kayseri, Yozgat Bölgesinde Bir Araştırma*, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Bilim Dalı, Dok. Tezi, Sivas.
- Ertaş, A. (2010). *Türk İş Piyasasında Beşeri Sermaye'nin Rolü*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

- Eşki, H. (2009). *Sosyal Sermaye –Önemi, Üretimi Ve Ölçümü Üzerine Bir Alan Araştırması*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Konya.
- Fırat, M., Kabakçı Yurdakul, I. ve Ersoy, A. (2014). Bir eğitim teknolojisi araştırmasına dayalı olarak karma yöntem araştırması deneyimi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi - Journal of Qualitative Research in Education*, 2(1), 65-86.
- Field, J. (2006). *Sosyal Sermaye*, (Çeviren: Bahar Bilgen, Bayram Sen). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Fiş, A.M. ve Çetindamar, D. (2007). *Girişimcilik Oryantasyonu, Kurum İçi Girişimcilik ve Bağlı Ölçeklerin Türkçe’de Geçerlemesi*, Yönetim Organizasyon Kongresi, Sakarya.
- Fukuyama, F. (2000). *Büyük Çözülme, İnsanın Doğası ve Toplumsal Düzenin Yeniden Oluşumu*, (Çev. Zeynep Avcı, Aslı Telli Aydemir), Sabah Kitapları, ISBN :9789759962210, İstanbul.
- Fukuyama, F. (2005). *Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*, (Çev. Ahmet Buğdaycı), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, ISBN: 9754581010, İstanbul.
- Gill, I. ve Kharas, H. (2007). *An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth*. Washington, DC: World Bank.
- Goldthorpe, J.H. (2007). *Cultural Capital: Some Critical Observations*, Sociologica, 2/2007 doi: 10.2383/24755
- Güler, A., Halıcıoğlu, M.B. ve Taşgın, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayınevi, ISBN: 978975022605-2, Ankara.
- Gümüş, S. (2004). *Beşeri Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz (1960-2002)*, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Erzurum.
- Gundlach, E. (1999). *The Impact of Human Capital on Economic Development: Problems and Perspectives*, TAN, J. L. H. (eds.), Human Capital Formation as An Engine of Growth: The East Asian Experience (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies): 383.402
- Güney, S. (2013). *Davranış Bilimleri*, Geliştirilmiş 7. Baskı, ISBN:9786051335087, Nobel Yayınevi, İstanbul.
- Gürel, E.B.B. (2012). *İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması*, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, Sayı 6, s:56-76, Gümüşhane.
- Haralambos, M. ve Holborn, M. (2000). *Sociology: Themes and Perspectives*, 5th edition. London: Harper Collins Publishers Limited.
- Haynes, K.T. ve Hillman, A. (2010). *The Effect of Board Capital and CEO Power on Strategic Change*. Strategic Management Journal, 31, 1145–63.

- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Workrelated Values*, Beverly Hills, CA: Sage.
- Hommerich, C. ve Klien, S. (2012). *Happiness: Does Culture Matter?*, International Journal of Wellbeing, 2(4), 292-298. doi:10.5502/ijw.v2.i4.1
- İnal, G., Yasin, N. ve Karadal, H. (2014). Göçmen Girişimciliği, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 6. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s:107-115, İstanbul.
- İşcan, Ö.F. ve Timuroğlu, M.K. (2007). *Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama*, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(1).
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1990). *İnsan Aile Kültürü*, Evrim Matbaacılık, İstanbul.
- Kainrath, D. (2009). *Ecopreneurship in Theory and Practice- A Proposed Emerging Framework for Ecopreneurship*, Umeå School of Business, Yüksek Lisans Tezi, İsveç.
- Kapu, H. (2008). *Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü*, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 22 Ocak 2008 Sayı: 1, Erzurum.
- Karadal, H. ve Akyazı, T.E. (2014). Sosyal Sermaye ve Girişimcilik, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 4. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s.143-147, İstanbul.
- Karadal, H. ve Gülpınar, Ş. (2014). Kurumsal Girişimcilik, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 5. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s.97-106, İstanbul.
- Karadal, H. ve Kaygın, E. (2014). Kadın Girişimciliği, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 7. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s.127-140, İstanbul.
- Karadal, H. (2014). Girişimcilik Bilgisi ve Stratejik Girişimcilik, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 2. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s.23-51, İstanbul.
- Karadal, H., Rençber, Ö. ve Saygın, M. (2014). *Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermaye Özelliklerinin Adana İlindeki Yabancı Dil Kurslarında İncelenmesi*, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 6, Sayı 2, 2014 ISSN: 1309 -8039 (Online).
- Karadal, H. ve Saygın, M. (2013). *Sosyal Sermaye İş Tatmini ve Sanal Kaytarma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Aksaray Örneği*, 13. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı, ISBN:9789754003697, s.9-16, Antalya.
- Karagül, M. ve Masca, M. (2005). *Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme*, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, s.37-52.

- Karagül, M. (2002). *Beşeri Sermayenin İktisadi Gelişmedeki Rolü ve Türkiye Boyutu*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayın No: 37, Afyon
- Kaya, Z. ve Şahin, M. (2013). *Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Eğitim Yayınevi, Ankara.
- Kharas, H. ve Kohli, H. (2011). *What is the middle income trap, why do countries fall into it, and how can it be avoided?*, In Global Journal of Emerging Market Economics, 3, 2011:281. [online} URL://<http://www.emc.sagepubl.com>.
- Khodadady, E. ve Natanzi, M. (2012). *Designing and Validating a Scale Measuring Cultural Capitals of Iranian University Students Majoring in English*, Theory and Practice in Language Studies, Vol. 2, No. 8, ss.1627-1634, ISSN 1799-2591.
- Khodadady, E. ve Zabihi, R. (2011). *Social and Cultural Capital: Underlying Factors and Their Relationship with the School Achievement of Iranian University Student*, International Education Studies, 4(2), 63-71. doi:10.5539/ies.v4n2p63.
- Khodadady, E., Alaei, F.F. ve Zabihi, R. (2011). *Factors Underlying the Social and Cultural Capitals of High School Students and Their Relationship with English Achievement*, Theory and Practice in Language Studies, Vol. 1, No. 11, ss. 1618-1627, ISSN 1799-2591
- Kiker, B.F. (1971). *Investment in Human Capital*, University of South Carolina Press, Columbia, South Carolina.
- Kılınç, A. (2007). *Bir Öğretim Stratejisi Olarak Kavram Haritalarının Kullanımı*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. Aralık 2007. Cilt:IV, Sayı:II, 21-48 <http://efdergi.yyu.edu.tr>
- Kip, S.M. (2010). *Kültürel Sermaye ve Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Kneller, F.G. (1978). *Kültür, Kişilik ve Eğitim*, Educational Anthropology, An Introduction (Çeviren: Mahmut Tezcan), Ankara üniversitesi Eğitim fakültesi Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1-4, Ankara.
- Koca-Ballı, A.İ. (2014). *Duyusal Zeka, Stresle Başa Çıkma Yöntemleri, Liderlik Davranışları ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi: Kadın Girişimciler Üzerine Bir Çalışma*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınevi, Genişletilmiş 9. Bası, ISBN: 9752951623, İstanbul.
- Koh, H.C. (1996). *Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics – A Study of Hong Kong MBA Students*, Journal of Managerial Psychology, Vol. 11 No. 3, 1996, s.12-25.

- Kolasa, B.J. (1979). *İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*, Çev. K.Tosun ve diğerleri, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi ve İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, İstanbul.
- Konig, R. P., Rebers, H.C ve Westerik, H. (2006). *Television Omnivores? Snob and Slob Taste for Television Programs in the Netherlands in 2000*, 56th Annual Conference of the International Communication, Dresden, Germany.
- Kozlu, C. (1995). *Türkiye Mucizesi İçin Vizyon Arayışları ve Asya Modelleri*, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara.
- Köse, S., Tetik, S. ve Ercan, C. (2001). *Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler*, Yönetim ve Ekonomi, Cilt:7 Say :1 Celal Bayar Üniversitesi .İİBF, Manisa.
- Kutlay, S.Y. (2015). *Translator's Habitus As A Production of Personal History*, International Journal of Language Academy ISSN: 2342-025, Volume 3/1 Spring, s. 428/437
- Lamont, M. ve Lareau, A. (1988). *Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments*, Sociological Theory, 6 (2).
- Lau, L.J., Jamison, D.T. ve Louat, F. (1991). *Education and Productivity in Developing Countries: An Aggregate Production Function Approach*, PRE Working Paper Series No. 612. Washington, D.C.: The World Bank.
- Lavador, S.F. (1981). *Managing The Enterprise, Entrepreneur's Handbook*, Techno net Asia U.P., Institute for Small-Scale Industries, s.68-93.
- Lee, S., Chung, J. E., ve Park, N. (2015). Linking Cultural Capital With Subjective Well-Being and Social Support The Role of Communication Networks. *Social Science Computer Review*, 0894439315577347.
- Lim, D. (1996). *Explaining Economic Growth: A new Analytical Framework*, Vermont: Edward Edgar Publish. Co.
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Lodrik, S. (2013). *Ekonomik ve Kültürel Sermaye Sahibi Sınıfın 1980-2000 Arası Tüketim Pratikleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü / Kültürel İncelemeler Anabilim Dalı.
- Lustig, N. (2006). *Investing in Health for Economic Development: The Case of Mexico*, Working Paper Series, RP2006/30, World Institute for Development Economic Research ISBN 92-9190-798-7, (UNUWIDER).
- Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O. ve Li, W. (2005), The Psychological Capital of Chinese Workers: Exploring the Relationship with Performance. *Management and Organization Review*, 1: s.249–271. doi: 10.1111/j.1740-8784.2005.00011.x

- Marvel, M.R. ve Lumpkin, G.T. (2007). *Technology Entrepreneurs' Human Capital and its Effects on Innovation Radicalness*, Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 31, No. 6, s.807-828.
- Mason, R.O. (1985). Applying Ethics to Information Technology Issues, Communications of the ACM, December, Vol. 38, No. 12.
- McMillan, J.H. ve Schumacher, S. (2010). *Researching Education, Evidence-Based Inquiry*, (7th edition). Boston, MA: Pearson Education Inc.
- Meçik, O. (2010). *Sosyal Sermaye Ve Beşeri Sermayenin Bireysel Ekonomik Getirisi: Eskişehir İli Örneği*, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Uşak.
- Nahapiet, J. ve Ghoshal, S. (1998). *Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage*, Academy of Management Review, 23 (2): 24
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS destekli) Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Nelson, D. ve Cooper, C.L. (2007). *Positive Organizational Behavior*, London, Sage Publication.
- Nohl, A.M., Schittenhelm, K., Schmidtke, O. ve Weis, A. (2011). *Göç ve Kültürel Sermaye*, Çeviri: Türki Noyan, Kitap Yayınevi, ISBN: 978606105087-4, İstanbul.
- Noradiva, H., Parastou, A., & Azlina, A. (2016). The Effects of Managerial Ownership on the Relationship between Intellectual Capital Performance and Firm Value. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(7), 514.
- OECD Insights, (2007). *Human Capital: How What You Know Shapes Your Life*, ISBN-92-64-029095.
- Onay, M. (2010). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik*, Celal Bayar Üniversitesi İİBF. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:17 Sayı:1, Manisa.
- Özdemir, A.A. (2008). *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi:Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/Vol.:8- Sayı/No: 2, s.81–102.
- Özdemir, L. ve Balkan, O. (2010). *Entelektüel Sermaye Unsurlarının İşletmelere Sağladığı Katkılar*, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt.2, Sayı.1, s.115-121.
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik ve Girişimci Kişilik*, Eğitim Yayınevi, ISBN: 9786055176990, Konya.
- Özdevecioğlu, M. (2014). Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, *Girişimcilik*, Genişletilmiş 3. Baskı, Ed. Prof. Dr. Himmet Karadal, Beta Yayınevi, 1. Bölüm, ISBN: 978-605-377-973-5, s.9-22, İstanbul.

- Özen, Ş. (1996). *Bürokratik Kültür (Yönetmel Değerlerin Toplumsal Temelleri)*, TODAİ Yayınları, Ankara.
- Özyer, K., Orhan, U. ve Orhan, D.D. (2012). *Sağlık Sektöründe Çalışanların Demografik Özellikleri, Kişilik Özellikleri ve Kültürel Değerleri Üzerine Bir Çoklu Durum Çalışması*, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:9, Sayı: 19, s:177-189.
- Peker, S. (2011). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Ekonomik Kalkınmasında Beşeri Sermayenin Önemi ve Mülki İdare Amirlerinin Algısı*, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Peran, T. (2005). *Beşeri Sermaye Yatırımlarından Eğitim ve Sağlık Harcamalarının Kalkınmaya Etkileri ve Türkiye*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Portes, A. ve Landolt, P. (2000). *Social Capital: Promise and Pitfalls of its Role in Development*, J. Latin American Studies, Printed in the United Kingdom, Cambridge University Press.
- Probst, T.M. ve Lawler, J. (2006). *Cultural Values As Moderators of Employee Reactions to Job Insecurity: The Role of Individualism And Collectivism*, Applied Psychology: An International Review, 55, s.234–254.
- Putnam, R.D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, New Jersey: Princeton University Press.
- Reilly, B.J. ve DiAngelo, J.A. (1990). *Communication: A Cultural System of Meaning and Value*, Human Relations, 43(2), s.129-140.
- Şanal, M. ve Özgen, H. (2013). *Kurumsallaşma Ve Kurumsal Girişimcilik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 22, Sayı 2, s.15-26.
- Santos, S.C., Curral, L. ve Caetano, A. (2010). *Cognitive Maps in Early Entrepreneurship Stages*, Entrepreneurship And Innovation, Vol 11, No 1, 2010, s.29–44.
- Saraçoğlu, M. ve Ateş, H. (2013). *Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Nükleer Enerji Hakkındaki Düşünceleri*, Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi, yüksek Lisans Tez Projesi, Sonuç Raporu, Kayseri.
- Sargut, A. S. (2006). *Sosyal Sermaye Yapının Sunduğu Bir Olanak mı, Yoksa Bireyin Amaçlı Eylemi mi?*, Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, (12), s.1-13.
- Satybaldieva, E. (2015). *Political Capital, Everyday Politics and Moral Obligations: Understanding the Political Strategies of Various Elites and the Poor in Kyrgyzstan*. Europe-Asia Studies, 67(3), s.370-387.
- Schultz, T.W. (1961). *Investment in Human Capital*, The American Economic Review, Vol 51, No:1, s.1-17.

- Schultz, T.W. (1972). *Human Capital: Policy Issues And Research Opportunities*, NBER Chapters, in: *Economic Research: Retrospect and Prospect Vol 6: Human Resources*, pages 1-84, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Shane, S. (2000). *Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities*, *Organization Science*, Vol. 11, No:4 July-August, s.448-469.
- Sıgır, Ü. ve Tıgılı, M. (2006). *Hofstede'nin Belirsizlikten Kaçınma Kültürel Boyutunun Yönetiş-Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi*, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: XXI, İstanbul.
- Şahin, A. (2010). *Örgüt Kültürü-Yönetim İlişkisi ve Yönetiş Etkinlik*, *Maliye Dergisi*, Sayı 159, s.21-35.
- Şimşek, G. (2014). *Sermaye Birikiminin Stratejik Belirleyeni: Beşeri Sermaye (Türkiye'de Sermaye Birikim Sürecini Beşeri Sermaye Üzerinden Okumak)*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Kalkınma İktisadi ve İktisadi Büyüme Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Şimşek, M.Ş., Çelik, A. ve Akgemci, T. (2014). *Davranış Bilimleri*, Eğitim Yayınevi, 2. Baskı, ISBN: 9786055176655, Konya.
- Skidmore, D. (2001). *Civil Society, Social Capital and Economic Development*, *Global Society*, Sayı:15, Bölüm:1., DOI: 10.1080/13600820125650
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. E Cannan. New York: Modern Library. S.950.
- Sönmez, M. A. (2006). *Meslek Liselerinde Örgüt Kültürü*, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 45(45), 85-108
- Sözen, H. C. ve Basım, H. N. (2012). *Örgüt Kuramları*, 2. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Steger, T.M. (2000). *Productive Consumption and Growth in Developing Countries*, *Review of Development Economics*, 4(3), s.365-75.
- Suğur, S. ve Baran, A.G. (2011). *Sosyolojide Yakın Dönem Gelişmeler*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:2328, 1. Baskı, ISBN:978-975-06-1002-08, Eskişehir.
- Taş, A. ve Çiftçi, U.S. (2009). *Göçmen Girişimcilerin Girişimsel Yolculukları: Türkiye'deki Balkan Girişimciler*, 1.Uluslararası Balkanlarda Tarih ve Kültür Kongresi Bildiri Kitabı, 10-16 Mayıs 2009, Kosova, s:375-388.
- Tepecik, F. (2000). *Beşeri Sermaye Teorisi ve Eskişehir'de Bireysel Ücret Gelirleri Arasında Farklılıklar*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Tezcan, M. (1985). *Eğitim Sosyolojisi*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Yayını, No. 150, Ankara.

- Tho, T.V. (2013). *The Middle-Income Trap: Issues for Members of the Association of Southeast Asian Nations*. ADBI Working Paper 421. Tokyo: Asian Development Bank Institute.
- Throsby, D. (1999). *Cultural Capital*, Journal of Cultural Economics, Kluwer Academic Publishers, Vol. 23: s.3–12.
- Throsby, D. (2003). *Determining the Value of Cultural Goods: How Much (Or How Little) Does Contingent Valuation Tell Us?*, Journal of Cultural Economics Vol 27: s:275-285.
- Tolan, B. (1983). *Toplum Bilimlerine Giriş*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Türker, D. (2012). *Örgütlerarası İlişkilerde Merkezilik Analizi: Lojistik Sektöründe Bir Alan Araştırması*, 20. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Bildiriler Kitabı, İzmir/Türkiye, 24-26.05.2012.
- Türkmen, F. (2002). *Eğitimin Ekonomik ve Sosyal Faydaları ve Türkiye'de Eğitim Ekonomik Büyüme İlişkisinin Araştırılması*, DPT – Uzmanlık Tezleri Yayın No: DPT: 2655, Ankara.
- Tüylüoğlu, Ş. (2006). *Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması*. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (12), s.14-60.
- Tymon, W.G. ve Stumpf, S.A. (2002). *Social Capital in the Success of Knowledge Workers*, Career Development International, 8 (1) (2002), s.12–20.
- Ünal, A.Z. (2013). *Yerinden Olmuşlar”ın Yoksulluğunu Yeniden Üreten Habitus*, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15 (25), s.105-112.
- Ünal, A.Z. (2004). *Sosyal Tabakalaşma Bağlamında Pierre Bourdieu’nün Kültürel Sermaye Kavramı*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Ankara.
- Varol, M. (1989). *Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 44 (1-2), s.195-222.
- Vural, A.B. ve Coşkun, G. (2007). *Örgüt Kültürü*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Wagner, J. A. (1995). *Studies of Individualism Collectivism: Effects on Cooperation in Groups*, Academy of Management Journal, 38, s:152-172.
- Weiqiu Y. (2001). *A Survey of Existing Indicators for Human Capital*, Nrtee Official Records, Discussion Paper, Sept. 208, s.1-28.
- Williams, B. (2003). *The Worldview Dimensions of Individualism and Collectivism Implications for Counseling*, Journal of Counseling and Development, Vol.: 81, Summer,, s.370-374.

Woodhouse, A. (2006). *Social Capital And Economic Development In Regional Australia: A Case Study*, Journal of Rural Studies, 22(1), s.83–94.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yılmaz, H. ve Görmüş, A.Ş. (2012). *Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma*, Journal of Yaşar University 26, (7), s.4483-4504.

Yüksel, İ. (2013). Kültür, Bölüm 2, *Davranış Bilimleri*, Ed. Ali Şimşek ve Ömer Eroğlu, ISBN: 9786055176303, Eğitim Yayınevi.

Zhang, X., Ma, X. ve Wang, Y. (2012). *Entrepreneurial Orientation, Social Capital, and the Internationalization of SMEs: Evidence from China*, Thunderbird International Business Review, 54, s.195-210.

İnternet Kaynakları

TOBB, GGK Usul ve Esaslar, Erişim Tarihi: 01.09.2015
<http://www.tobb.org.tr/HukukMusavirligi/Documents/Esaslar/>

YÖK Tez Merkezi, Erişim Tarihi: Ağustos-Aralık 2015
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/IstatistikBilgiler>

Ebscohost Veritabanı Sorgusu, Erişim Tarihi:26.11.2015
<http://eds.b.ebscohost.com/eds/search/basic/>

ProQuest Veritabanı Sorgusu, Erişim Tarihi:26.11.2015
<http://search.proquest.com/advanced/>

Google Scholar Veritabanı, Erişim Tarihi: 26.11.2015
<https://scholar.google.com.tr/>

Dünya Sağlık Örgütü, (1946). Erişim Tarihi:12.08. 2015, Aktaran Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı (2011) “Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Sözlüğü”, Yayın No: 814,
<http://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar>

Deutsche Welle, Erişim Tarihi: 10.08.2015
<http://www.dw.com/tr/>

Etimoloji Sözlüğü, Erişim Tarihi: 10.08.2015
<http://www.etymonline.com/>

Türk Dil Kurumu, Erişim Tarihi: 08.10&10.11.2015
<http://www.tdk.gov.tr/>

TÜSİAD Basın Bülteni, (2003). Türkiye’de Girişimcilik, Erişim Tarihi: 10.12.2015
<http://www.tusiad.org:7979/FileArchive/duyuruno284.pdf>

Culture Shock, Erişim Tarihi: 01.12.2015 <http://davidson.studioabroad.com>

EK 1 - Veri Toplama Formu

Değerli Girişimci, bu anket formu **DOKTORA** tezi için hazırlanmıştır. Her bir soru için size en çok uyan sadece bir seçenek işaretlenmelidir. Cevaplarınız **GİZLİ** TUTULACAKTIR. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Prof.Dr. Himmet KARADAL & Muhammet SAYGIN, Aksaray Üniversitesi

Girişimciye İlişkin Bilgiler					
Yaşınız: 1()18-25 2()26-30 3()31-35 4()36-40 5()41-45 6()46-+					
Cinsiyetiniz: 1()Kadın 2()Erkek					
Medeni Haliniz: 1()Bekar 2()Evli ise Çocuk Sayısı..... 3()Diğer					
Eğitim Düzeyiniz: 1()İlköğretim 2()Lise&Dengi 3()Önlisans 4()Lisans 5()Lisansüstü					
Babanızın Mesleği: 1()Girişimci/İşadamı/Esnaf 2()İşçi/Memur/Emekli 3()Çiftçi 4()Diğer.....					
Hangi yabancı dili iyi düzeyde bilmektesiniz: 1()İngilizce 2()Almanca 3()Diğer.....					
İşletmeye İlişkin Bilgiler					
İşletmeyi kim(ler) yönetmektedir: 1()Girişimci 2()Aile Fertleri 3()Ortaklar 4()Profesyonel Yöneticiler					
İşletmeniz hangi sektörde faaliyet göstermektedir:					
1()Metal 2()Makine 3()Madencilik 4()Gıda 5()Plastik 6()İnşaat Malz&Yapı 7()Mobilya 8()Tekstil 9()Otomotiv Yan Sanayi 10()Diğer					
Faaliyet süresi: 1()2 yıldan az 2()2-5 3()6-10 4()11-150 5()16-20 6()20'den fazla					
Toplam çalışan Sayısı: 1()9'dan az 2()10-49 3()50-99 4()100-150 5()151-250 6()250'den fazla					
Girişimcilik Hakkında Bilgiler					
Kaçıncı kuşak girişimcisiniz: 1()1. Kuşak 2()2. Kuşak 3()3. Kuşak 4()Daha Fazla					
Bu kurduğunuz kaçıncı işletme: 1()İlk 2()2. 3()3. 4()4. ve üzeri					
Girişimcilğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni: 1()Konuyla İlgili Bilgi/Tecrübe 2()Aldığım Eğitim 3()İş Fırsatları 4()Aile/Arkadaş Desteği 5()Devlet Teşviki 6()Diğer					
Sizi girişimcilğe motive eden en önemli neden: 1()Prestij Kazanmak 2()Ekonomik Güç Kazanmak 3()Bağımsız Çalışmak 4()Topluma Hizmet Etmek 5()İstihdam Sağlamak 6()Diğer.....					

Beşeri Sermaye Özellikleri																				
Bu işletmeyi kurmayı düşündüğünüz tarih ile kurmanız arasında kaç yıl geçmiştir? yıl																				
BU İŞLETMEYİ KURMAYI DÜŞÜNDÜĞÜNÜZ AN					Aşağıdaki her bir ifade için size en uygun seçeneği işaretleyiniz. 1-çok düşük 2-düşük, 3-orta, 4-yüksek, 5-çok yüksek											BU İŞLETMEYİ KURDUĞUNUZ AN				
1	2	3	4	5	Urettiğim mal/hizmet hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Urettiğim mal/hizmetin taşıdığı standartlar hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Urettiğim mal/hizmeti geliştirme süreci hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Urettiğim mal/hizmetin üretim yöntemleri hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Yeni bir mal/hizmet geliştirme deneyimim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Farklı müşterilerin problemlerinin sorunları hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Özel müşteri sorunları hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Müşterilerin mal/hizmeti kullanma biçimleri hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Hedef müşteriler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Müşterilerle olan etkileşimim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Farklı teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Özel teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	İşimin merkezinde bulunan teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Yaygın olmayan teknolojiler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	İşimde önemli olan teknoloji ile ilgili deneyimim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Pazarın işleyişi hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Pazardaki tedarikçiler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Pazardaki diğer üreticiler hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Bilinmeyen pazarlar hakkındaki bilgi düzeyim											1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Pazardaki deneyimim											1	2	3	4	5

Girişimci Kişilik Özellikleri					
Aşağıdaki her bir ifade için size en uygun seçeneği işaretleyiniz.					
1-Kesinlikle Katılmıyorum	2- Katılmıyorum	3-Kararsızım	4-Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum	
İnsanların şanssızlıklarını yaptıkları hatalardan kaynaklanır.	1	2	3	4	5
İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınınm.	1	2	3	4	5
Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm.	1	2	3	4	5
Diğer insanlar çevrede olmayan dışı bir şeyle görmediği halde işle ilgili fırsatları algılayabilirim.	1	2	3	4	5
Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım var.	1	2	3	4	5
Hisselerinin kar edeceğini bildiğim bir ortaklığa yatırım yapmaktan çekinmem	1	2	3	4	5
Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim.	1	2	3	4	5
Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar.	1	2	3	4	5
Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez.	1	2	3	4	5
İnsanların mutsuz durumları kötü şanslardan kaynaklanır.	1	2	3	4	5
İşin sürekli ve güvenli olması benim için kardan daha önemlidir.	1	2	3	4	5
Benim için iş güvenliği önemlidir.	1	2	3	4	5
Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum.	1	2	3	4	5
Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım.	1	2	3	4	5
Karar ve eylemlerimin olumu veya olumsuz sonuçlarına razı olurum.	1	2	3	4	5
Çakışan iş talimatlarının vermem beni rahatsız eder.	1	2	3	4	5
İnsanlar işe alırken beceri esasına göre değil bağlılıklarına göre alırlar.	1	2	3	4	5
Hakkında birşey bilmediğim görevi üzerime almaktan çekinirim.	1	2	3	4	5
Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretli de olsa o işi yapmaktan hoşlanmam.	1	2	3	4	5
Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum.	1	2	3	4	5
Yeterince kar ediyorsam işle ilgili belirsiz koşullarda çalışmaktan rahatsız olmam	1	2	3	4	5
Ücret iyi olduğu sürece rutin ve sıkıcı işlerde çalışmaktan kaçınmam	1	2	3	4	5
Bana göre iyi iş neyin nasıl yapılacağına açık talimatlarla ifade edildiği işlerdir.	1	2	3	4	5
Hassasiyetle takip etmeye çalıştığım bir iş programım var.	1	2	3	4	5
Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim.	1	2	3	4	5
Başarının kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
Zekam ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim.	1	2	3	4	5
Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebileceğimden şüpheliyim.	1	2	3	4	5
Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım	1	2	3	4	5
Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirler üretmekte zorlanırım.	1	2	3	4	5
Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim birşeyler yaparım.	1	2	3	4	5
Yetenekli, hırslı ve çalışkan olsam da param olmadığı sürece iş kuramam.	1	2	3	4	5
Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik etmeyi severim.	1	2	3	4	5
Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanırım.	1	2	3	4	5

Sosyal ve Kültürel Sermaye Özellikleri					
Aşağıdaki her bir ifade için size en uygun seçeneği işaretleyiniz.					
1-Kesinlikle Katılmıyorum	2- Katılmıyorum	3-Kararsızım	4-Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum	
Klasik müzik dinlemekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5
Kitap okumaktan zevk alırım.	1	2	3	4	5
Kültürlü bir insanım.	1	2	3	4	5
Bütün ünlü müzisyenleri bilirim.	1	2	3	4	5
Kitaplar hakkında çok şey bilirim.	1	2	3	4	5
Sık sık müzeleri ve tiyatroları ziyaret ederim.	1	2	3	4	5
Sık sık kitap satın alırım/ödünc alırım.	1	2	3	4	5
Okumaktan genel olarak zevk alırım.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem kitap okumam için beni cesaretlendirdi.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda evimizde fazla sayıda kitabımız vardı.	1	2	3	4	5
Eğitim hayatımda okul dışında sanat ya da müzik dersleri aldım.	1	2	3	4	5
Annem ilkököl eğitimime sürekli katkı sağladı.	1	2	3	4	5
Gençler için düzenlenen aktivitelerde yer almaktan hoşlanırım.	1	2	3	4	5
İbadetimi sürekli olarak yerine getiririm	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem günlük aktivitelerime dahil olurdu.	1	2	3	4	5
Aile bireylerimi haftada bir kez görürüm.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem ödevlerimi yapmamda yardımcı olurdu.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda annem okuldaki veli toplantılarına sürekli olarak katılırdı.	1	2	3	4	5
Güçlü bir yardımlaşma ağının olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
Arkadaşlarımla hafta bir kez görüşürüm.	1	2	3	4	5
Yüksek kalitede mükemmel okullarda okudum.	1	2	3	4	5
Dil bilgimi kullanma konusunda yetkin olduğumu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem gelişimi izlerdi.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem nerede ne yaptığımı bilirdi.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem arkadaş çevremi bilirdi.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda ailem arkadaşlarımla ailesini tanırdı.	1	2	3	4	5
Eğitim hayatımda okul aktivitelerine düzenli olarak katılırdım.	1	2	3	4	5
Eğitim hayatım boyunca müfredat dışı etkinliklerde bulundum.	1	2	3	4	5
Eğitim hayatım boyunca ailem ödevlerimi takip ederdi.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda meslekler hakkında ailemle konuşturdum.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda meslekler hakkında diğer insanlarla konuşturdum.	1	2	3	4	5
Ailem okul uygulamaları hakkında söz sahibiydi.	1	2	3	4	5
Çocukluğumda akranlarımla yakın bağlarım oluştu.	1	2	3	4	5
Ailemin diğer insanlarla yakın bağları vardı.	1	2	3	4	5
Samimi bir aile ortamımız vardı.	1	2	3	4	5

Sizi girişimcilğe sevk eden en önemli neden nedir?

.....

Girişimci olmak için neler gereklidir?

.....

Girişimci olmak için maddi kaynakların dışında nelere ihtiyaç duyulur?

.....

.....

EK 2 - Görüşme Verileri

KT1: “Girişimci olmamı sağlayan temel sebepler yeniliğe açık olmam, risk almam gibi özelliklerdir. Bu özellikler benim girişimci daha fazla önem duymamı sağladı. Başarılı olmanın sırrı risk almaktır. Alınan bu risk de sizi GİRİŞİMCİ yapar. Hayal kuran, hedef belirleyen herkes girişimci olabilir. Hayal kurmak, hedef belirlemek, kollektif çalışmak ve ekip çalışması girişimci çok önemlidir. Girişimci işletme sahipleri muhasebe ve para yönetimini biraz daha etkin kullanırsa daha başarılı rol model bir girişimci olabilirler.”

KT2: “Her insanın mutlaka bir hedefi vardır. Örneğin 9-10 aylık bir bebek düşünelim ki bu bebeğin hedefinde yürümek vardır. Yürümek için birçok çeşit (denemelerde) girişimlerde bulunur. Örneğin bunlardan biri bir yerlerden destek almaktadır veya benzer şeylerdir. Sonuçta o bebekte hedefine ulaşmak için girişimlerde bulunur. Bizleri de girişimciliğe sevk eden en önemli neden hedeflerimize ulaşmak için yapılan bir eylemdir diyelim. Girişimci olmak için her insanın hedefi, amacı ve hayattan bir beklentisi olması gerekir diye düşünürüm. Girişimci olmak için maddiyattan daha önemlisi hedeflerini doğru belirlemesi ve ulaşmak için de çalışacağı ekibini iyi belirlemesi gerekir. Kendilerine başarılı olacakları ve eğitimi aldıkları bölümlerini kapsayan hedeflerini belirlemeleri gerekir. Hedefine ulaşmak için düzgün bir plan yapması ve o planı hayata geçirmesi gerekir.”

KT3: “Öncelikli olan yaşam standartlarımızı yükseltmektir, sonrasında ki neden yaptığımız girişimlerle ülkemiz ve milletimiz için faydalı olabilmektir. Kenara çekilip para mı kazanayım ne olursa olsun mantığı girişimci ruha uygun değildir. Girişimci olmak için fikir, cesaret ve azim gereklidir. Toplumda düşünülen para, sermaye gibi finansal konular bu 3 gereklilik sağlandığı takdirde çözülür. Çok iyi bir EKİP, bürokrasinin bilinmesi ve oluşan engellerin aşılması, girişim sonrasında müşteri, kullanıcı ağı, iyi bir lider... Güzel bir fikir var ise, güzel bir ekip oluşur, bu fikri gerçekleştirmek için cesur bir lider olması gerekir. Hiç durmadan bürokrat tanımaya başlaması, karşılaşılabilecek engellerde yılmadan yola devam etmeleri azimli olmaları önemlidir. Sermaye yok diyerek işten kaçmamaları o sermayeyi karşılamak için banka, yatırımcı, ortak bulmaya çalışmaları gerekmektedir.”

KT4: “Kendini gerçekleştirme ihtiyaçları, para kazanma, toplumdaki saygı düzeyini yükseltme ihtiyacı, hayallerini gerçekleştirme ümidi, sosyal fayda isteği, hayaller, hedef belirleme öngörüsü, sermaye, bilgi, çevre, istek, cesaret girişimcilikte olmazsa olmaz unsurların başında gelir. Ayrıca, iyi gözlem yapabilme ve finansal kaynaklara ulaşabilme becerisi de önemlidir. Bireyler girişimci olmak istiyorlarsa cesaretli olmalı fakat deli cesareti değil ayakları yere basar şekilde olmalı, piyasa araştırması objektif şekilde yapılmalı, çevresel koşullar iyi değerlendirilmeli, ahilik düsturuna sadık kalmalı ve yaptığı işte kaliteyi elden bırakmamalı ve internete hakim olmalıdır.”

KT5: “Girişimcilik yaşanan toplumu şekillendirme ve değiştirme anlamına gelir. Eğer girişimci

yaşadığı toplumu etkilemiyorsa girişimcilikten söz edilemez. Tabi para kazanma yani kâr elde etme de bu hususların başında gelmektedir. Şahsen ben bir girişimci olarak içinde bulunduğum topluma nasıl fayda sağlarım bakış açısıyla hareket ediyorum. Bunu yaparken de işletmenin ilk amaçlarından olan kâr etme gayemi de elbette unutmuyorum. Ancak sadece para kazanma yeterli değildir. Sürdürebilir olmak için topluma fayda sağlamak esastır. Girişimci olmak isteyen kişiler sadece para kazanmak amacıyla iş kurmamalı, toplumu da yönlendirme cesaretine sahip olmalıdır.”

KTŁ6: “Girişimci olmak için atılgan olmak gerekir, girişimci olmak demek malum para kazanmak ve kâr etmek demek. Aslında maddi olmayan unsurlar da önemli. Girişimci olmak için çevreyi iyi gözlemlemek gerekir. Bizler işimizi kurarken elbette sadece para diyerek başlamadık ama para kazanma isteğı olmadan da olmaz. Bunun dışında girişimci olmak için çevreye hakim olmak gerekir. Çevrede ne olup ne bittiğinin farkında olmak insanlarla iyi ilişkiler kurmak gibi. Girişimci olmak istiyorsak önce çevremizde olup bitenlerin farkında olacağız. Aksi taksirde çevresel ilişkileri umursamadan para kazanmaya kalkarsan başarısız olursunuz. Girişimci olmak isteyenlere önerimiz çevrelerini iyi tanımaları ve atılgan olmalarıdır.”

KTŁ7: “İş kurmak demek girişim yapmak girişimci olmak demektir. Hepimizin iş kurma amacımız kâr elde etmek yani para kazanmaktır. Aslında tüm işletmelerin temel amacı para kazanmaktır. Ama sadece para kazanma olarak da görmemek lazım. Para kazanırken de istihdam sağlayarak çalışanların evine ekmek götürmesini sağlayarak topluma hizmet etmiş oluyoruz. Girişimci olmak isteyenlerin öncelikle bu iki hususu düşünmeleri gerekir. Girişimci olurken sadece kendimiz için değil bizler sayesinde evine ekmek götüreceğ yani para kazanacak kişileri de gözetmeliyiz. Girişimci olmak için cesaret gerekir, hırs azim gerekir. Umutsuzluğa düşmemek gerekir. Girişimci olmak isteyenlere tavsiyelerim bunlardır.”

KTŁ8: “Zenginleşmenin yolu girişimcilikten geçmektedir. Daha iyi kazanmak için girişimci olunur. Girişimci biraz daha özgür olur, hiç kimseye bağımlı değildir. Girişimci olmak için hayal kurmak şarttır. Hedef belirlemek ve eyleme geçmek önemlidir. Cesaret, insan ilişkisi, halkla ilişkilerin iyi olması ve inovasyon sahibi olmak yani değişime açık olmak girişimci olmak için önemlidir. Girişimci olmak isteyenler için söyleyebileceklerim, kesinlikle, şu anda üniversitede biliyorsunuz Türkiye’de herkes üniversite mezunu, fark yaratmak için adeta bir memur olmaması yani bütün üniversite öğrencileri biliyorsunuz hep memur olmayı hedeflemekte oysa farklı bir yönün de olduğunu zenginleşmenin de girişimcilikten geçtiğini unutmamalıdır. Ben insanlara, topluma kendisine ve ailesine faydalı olmak istiyorsa kişilerin girişimci olmasını, iş üretmesini, işyerleri kurup hem istihdam sağlayıp, katma değer üretmesini tavsiye ederim. Zenginleşmenin yolu girişimcilikten geçeri bu ana fikirdir.

KTŁ9: “Ailemin maddi durumu iyi olmasına rağmen bana haftalık bile harçlık vermemesi beni iş hayatına atılmama sebep oldu. 5 yıl bir firmada muhasebe departmanında çalıştıktan sonra askerlik hizmetimi yaptım. İş hayatına döndüğümde kendimin işletme kuracağı yatırımı fazla olmayan bir

sektör seçtim. O sektörde 1 yıl çalıştım ve sektörü tanıdıktan sonra kendi işletmemi kurdum. HAYAL, HEDEF, ÇOK ÇALIŞMAK, RİSK ALMAK, KAYBETMEYİ BİLMEK, SABIRLI OLMAK VE DÜRÜST OLMAK girişimci olmak için gerekli özelliklerdir. İletişim kurmayı ve yeni insan tanımayı sevmek gerekir. Özellikle Sivil Toplum Kuruluşlarına üye olmak hatta görev almak gerekir. Allah yer yüzü alemini ayrı ayrı ve farklı özellikte yaratmış. Ve birbirlerine muhtaç kılmış. İnsanların karakterleri ve kişilikleri farklı farklıdır. Herkes girişimci olmak zorunda da değildir. Girişimci olmak isteyen insan önce kendisini iyi tanıması gerekir. İkinci soru da aslında özellikleri saydım. Bu özellikler var mı kendisinde ölçüp tartması gerekir. Yoksa girişimci olması kendisine ve ailesine zarar verir.”

KTL10: “Her insan belirli seviyede girişimci ruha sahiptir. Kimi insanda sürekli aktifken, kimisinde daha pasifize hale gelmiştir. Dolayısı ile girişimciliğe sevk edebilecek etmenler kişinin bu konuda daha etkili olmasını sağlayan her şey olabilir. Benim girişimcilik için daha aktif olmamı sağlayan yegane neden yaşadığım başarısızlıklar olmuştur. Her defasında beni yeniden motive etmiş ve yaptığım yanlışlardan dolayı edindiğim tecrübeler daha başarılı olmalı sağlamıştır. Girişimci olmak için girişimci bir ruha sahip olunmalı, doğru yere kanalize olmalı, bu konuda bireyi motive edebilecek ne varsa çevresinde bunları taşımali. Yapılan hatalardan asla yılmamalı. Her defasında daha fazla istekle çalışmalı. Girişimcilikte maddi kaynaklar büyük önem taşır fakat tek başına yeterli değildir. Her şeyden önce yeni yapılacak bir yatırımda iyi bir ön fizibilite çalışması yapılmalı. İş planı buna göre düzenlenmeli. Doğru insanlarla iş yapılmalı ve süreç içerisinde tüm yönlerini işine vermelidir girişimci. Diğer taraftan girişimcilikte esas olan unsurlardan biri de sürecin sürdürülebilirliğidir. Günümüzde iş kurmak oldukça basitleşti. Gerekli maddi kaynaklar ve yukarıda saydığımız diğer etmenlerle de iş kurulabilir. Fakat ondan sonraki süreçte işi sevmek, işi geliştirmek de girişimcinin bundan sonraki başarısını doğrudan etkileyebilir. Her yolun başı ilk adımdan geçer. İlk adımda her zaman cesaret ister. Çünkü bilinmeyen bir yöne gidildiğinde insan her zaman tedirgin olur ve yolda nelerle karşılaşacağını bilmez. Başarısızlıktan korkmadan, fakat her şeyi elden geldiğince hesap ederek ve geçmiş insanlardan tecrübe edinilerek hareket edilmelidir.”

EK 3 - Özgeçmiş

Adı Soyadı: **MUHAMMET SAYGIN**

Doğum Yeri: **BURDUR**

Doğum Yılı: **06.06.1984**

Eğitim Durumu

Lisans:

Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dil Bilimi Bölümü (2002-2007)

Yüksek Lisans:

Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (2009-2012)

Doktora:

Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (2012-2016)

İletişim Bilgileri

Adres: **Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu**

Telefon: **(+90) 532 280 4667**

E-posta: **muhammetsaygin@gmail.com**

Web: **www.msaygin.com**