



**GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİNİN
İNCELENMESİ: KÜTAHYA İLİNDE
BİR UYGULAMA**

(Yüksek Lisans Tezi)

Gunel LACHINOVA

Kütahya-2023

T.C.
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİNİN
İNCELENMESİ: KÜTAHYA İLİNDE
BİR UYGULAMA**

Danışman:
Prof. Dr. Cengiz DURAN

Hazırlayan:
Günel LACHINOVA

Kütahya-2023

Kabul ve Onay

KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İşletme Ana bilim dalında, 202085401307 öğrenci numaralı, Gunel LACHINOVA'nın hazırlamış olduğu "GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ: KÜTAHYA İLİNDE BİR UYGULAMA" başlıklı yüksek lisans tez çalışması ile ilgili tez savunma sınavı jüri tarafından yapılmış ve adayın tezinin OY BİRLİĞİ ile kabul edilmesine karar verilmiştir.

29/09/2023

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Prof. Dr. Cengiz DURAN (Danışman)		
Prof. Dr. Sema BEHDİOĞLU		
Doç. Dr. Dursun BOZ		

Onay

Doç. Dr. Eray ACAR

Enstitü Müdürü

Bilimsel Etik Bildirimi

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “*Girişimcilerin Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi: Kütahya İlinde Bir Uygulama*” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

29/09/2023

Gunel LACHINOVA

Özgeçmiş

Gunel Lachnova ilk, orta ve Lise öğretimini Bodrum'da tamamladı. Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünden mezun oldu. İşletme Anabilim Dalında Pazarlama Bölümünde yüksek lisans yapmakta olup mezun durumundadır.



ÖZET

GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ: KÜTAHYA İLİNDE BİR UYGULMAMA

LACHINOVA, Gunel
Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Cengiz DURAN
Eylül, 2023, 90 sayfa

Bu çalışmanın amacı, girişimcilerin girişimcilik düzeylerinin incelenmesi ve yenilik yapma, yenilikçi düşünce ve yeni girişimcilik istekleri üzerinde isteklerinin ölçülmesi amacıyla yapılmıştır.

İşletmelerin girişimcilik düzeylerinin ve kararlarının etkilenme ve faaliyete geçirme isteklerinin düzeylerinin incelenmesi adına bu çalışma yapılmıştır. Araştırma Kütahya ilinde bulunan küçük ve büyüklükteki işletme sahibi girişimcileri ele almaktadır. Farklı sektörlerde faaliyet gösteren ve araştırmayı kabullenen 208 girişimciyi çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırma verileri anket yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırmada girişimcilik ölçeği ele alınmıştır. Anket soruları özgüven, fırsatları değerlendirme, öngörü ve girişimcilik alt boyutları içinde değerlendirilmiştir.

Buna göre ticaret, hizmet ve eğlence sektörleri ele alınmıştır. Araştırma gruplara ayrılmıştır.

Araştırmada varılan veriler IBM SPSS Statistics 22 (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 19 Programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Niceliksel verilerin ölçümlerinde Anova Testi, T-Testi, Korelasyon Testi, Faktör ve Güvenirlilik Analizi kullanılmıştır.

Araştırmada çıkan sonuca göre girişimcilerin yaş ve medeni durumları, sektör seçimleri, özgüvenli oluşları, fırsatları değerlendirmeleri, öngörülü olmaları deneyimlere göre farklılık göstermektedir. Genç girişimciliğin yüksek olduğu ölçülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Düzeyi, İnovasyon

ABSTRACT**EXAMINING THE ENTREPRENEURSHIP LEVELS OF ENTREPRENEURS:
AN APPLICATION IN KÜTAHYA PROVINCE****LACHINOVA, Gunel****Master's Thesis, Department of Business Administration****Supervisor: Prof. Dr. Cengiz DURAN****September, 2023, 90 pages**

The purpose of this study is to examine the entrepreneurship levels of entrepreneurs and to measure their willingness to innovate, innovative thinking and new entrepreneurial aspirations.

This study was conducted in order to examine the level of entrepreneurship levels of enterprises and the level of their willingness to be affected by their decisions and to put them into operation. The research deals with entrepreneurs who own small and large enterprises in Kütahya province. A total of 208 entrepreneurs operating in different sectors and accepting the research were included in the study. Research data were obtained by questionnaire method. Entrepreneurship scale was taken into consideration in the research. The survey questions were evaluated within the sub-dimensions of self-confidence, opportunity evaluation, foresight and entrepreneurship.

Accordingly, trade, service and leisure sectors were considered. The research was divided into groups.

The data obtained in the research were analyzed using IBM SPSS Statistics 22 (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 19 Program.

Anova Test, T-Test, Correlation Test, Factor and Reliability Analysis were used to measure quantitative data.

According to the results of the research, entrepreneurs' age and marital status, sector choices, self-confidence, seizing opportunities, and foresight differ according to their experiences. Young entrepreneurship was measured to be high.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Level, Innovation

ÖNSÖZ

Araştırmayı gerçekleştirmemde bana yol gösteren ve desteklerini esirgemeyen danışmanım Prof. Dr. Cengiz DURAN'a; Kamal HEYBAT'a ve her zaman yanımda duran anneme teşekkürlerimi sunarım.



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHİ

1.1. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ: DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK.....	4
1.1.1. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	4
1.1.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	5
1.1.2.1. Osmanlı Döneminde Girişimcilik	5
1.1.2.2. Cumhuriyet Döneminde Girişimcilik.....	7

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

2.1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR	12
2.1.1. Girişim	14
2.1.2. Girişimci	14
2.1.3. Yönetici.....	14
2.1.4. Liderlik.....	14
2.2. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	15
2.2.1. Fırsat Girişimciliği	15
2.2.2. Yaratıcı (Özgün) Girişimcilik	16
2.2.3. Takipçi Girişimcilik	16
2.2.4. Sanal (Dijital) Girişimcilik.....	16
2.2.5. Çevreci Girişimcilik	17
2.2.6. Sosyal Girişimcilik.....	17
2.2.7. İç Girişimcilik	18
2.2.8. Kurumsal Girişimcilik.....	18
2.2.9. Kamu Girişimciliği	18
2.2.10. Kadın Girişimciliği	19
2.3. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	19

2.3.1. Ekonomik Faktörler	20
2.3.2. Sosyal Faktörler	20
2.3.3. Psikolojik Faktörler.....	21
2.4. GİRİŞİMCİDE OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER	22
2.4.1. Bağımsız Olma.....	23
2.4.2. Başarı Odaklı Olma.....	23
2.4.3. Belirsizliklerle Yaşama Becerisi ve Risk Alma	23
2.4.4. İnisiyatif Alma/Yeni İş.....	24
2.4.5. Fırsatları Değerlendirme	24
2.4.6. Öz Yeterlilik ya da Kendine Güven	25
2.4.7. İş ve Görevlere Bağlanma (Sorumluluk)	25
2.5. GİRİŞİMCİLİĞİN OLUŞUMU.....	25
2.5.1. Girişimci Kişilik.....	25
2.5.2. Girişimci Yetenek	26
2.5.3. Girişimci Sosyoloji.....	27
2.6. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ MODELLERİ	28
2.6.1. Shapero'nun Girişimcilik Etkinliği Modeli	30
2.6.2. Girişimsel Niyet Modeli ve Revize Edilmiş Girişimsel Niyet Modeli	30
2.6.3. Davidsson'un Ekonomik –Psikolojik Modeli	31
2.6.4. Girişimci Niyetin Yapısal Modeli	33
2.7. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞMESİNE KATKI SAĞLAYAN KURUM VE KURULUŞLAR	33
2.7.1. KOSGEB (Küçük ve Ortak Ölçekli Sanayi Geliştirme İdaresi Başkanlığı) ..	34
2.7.2. Kalkınma Ajansları	34
2.7.3. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu.....	35
2.7.4. İş ve İşçi Bulma Kurumu	35
2.7.5. Diğer Destek Veren Kurumlar	36
2.8. GİRİŞİMCİLİK AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI	36
2.8.1. Girişimcilik Avantajları	36
2.8.1.1. Kendini Yönetebilme	36
2.8.1.2. Başarma İsteği.....	36
2.8.1.3. Maddi Üstünlük.....	37
2.8.2. Girişimciliğin Dezavantajları.....	37
2.8.2.1. Fedakârlık.....	37
2.8.2.2. Sorumluluk	37
2.8.2.3. Zarar Durumunda Anlayışlı Olamamak.....	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ:
KÜTAHYA İLİNDE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	41
3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, SINIRLILIKLARI VE HİPOTEZLERİ.....	41
3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ	42
3.4. ANKET BİLGİLERİ	42
3.5. ANALİZ BULGULARI	43
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	60
EKLER.....	64
KAYNAKÇA	68
DİZİN	75

TABLULAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 2.1: Girişimcilik Niyet Modelleri.....	29
Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	43
Tablo 3.2: Girişimcilik Ölçeği İçin Faktör ve Güvenirlik Analizi.....	47
Tablo 3.3: Yaş İçin Anova Testi	48
Tablo 3.4: Mesleki Deneyim Açısından Anova Testi.....	49
Tablo 3.5: Çalışma Süresi İçin Anova Testi	50
Tablo 3.6: Sektör İçin Anova Testi	51
Tablo 3.7: Cinsiyet İçin t – Testi.....	51
Tablo 3.8: Medeni Durum İçin t – Testi.....	51
Tablo 3.9: Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu.....	52

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1: Shapero Modeli	30
Şekil 2.2: Bird Girişimsel Niyet Modeli	31
Şekil 2.3: Davidsson Modeli.....	32
Şekil 2.4: Girişimci Niyetin Yapısal Modeli	33
Şekil 3.1: Şematik Tez Modeli	42



KISALTMALAR

İŞKUR	İş ve İşçi Bulma Kurumu
KOSGEP	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MEKSA	Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı
PDT	Planlı Davranış Teorisi
TDK	Türk Dil Kurumu





TEZ METNİ

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle değişim içerisinde giren dünya, insanlarda farklı alanlar ve sektörler de yeni girişimcilik fikirlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır. Herkesin aklında girişim örneği taşıyan ve sonrasında hayata geçireyim ama boş ver dediği birçok proje vardır. Özellikle sürekli değişen teknoloji ile fikirler de sabit kalmamakta. Değişim, teknoloji ve girişim yan yana geldiğinde birçok fikir solmakta. Hıza yetişilmeyen gelişimde solan fikirler artmaktadır. Kimler ne kadar cesaretli veya risk alabilen kişilerdir?

Girişimci; arz zincirinin tüm etkenlerini bir araya toplayan bir hizmeti ya da malı üreten ve kâr amacıyla bütün riski göze alan kişidir. Girişimci ve iş gören kavramları birbirinden farklı anlam taşımaktadır. Girişimcileri farklı kılan risk faktörünün ön planda olmasıdır. Orta çağdan beri girişimciliğin gelişimi ve girişimcilik terimi günümüze kadar gelmiştir. Geliştiren ve yenilikçi kişiye girişimci denir. Başka bir deyişle, uygun zamanları bekleyen ve fırsatını bulduğunda risk alan ve gerçekleştiren kişidir. Girişimcilik kavramının geçmişi çok uzun yıllara sahip olmasına rağmen günümüze kadar özellik açıklamalardaki anlam karmaşası ve çalışmaların yeterli olmaması, girişimcilik kavramı yeterli önemi görmemiştir ve bu yüzden ekonomi bilimi tarafından yeterli incelemeler yapılmamıştır.

Girişim kavramı eyleme geçmek, başlamak veya bir işe girişmek anlamlarında kullanılan ve bir işi yapmak için dilimizde kullanılmaktadır. Girişimci kişiler lider ruhludur, fikir kendisinden çıkmasa bile hayata geçiren kişilerdir. Ekonomide yaşanan zaman içindeki gelişimler ve değişimlerle birlikte girişimcilik kavramı açısından birtakım farklılıklar yaşanmıştır. Her toplum girişimciliği kendine göre yorumlamıştır. Toplumdaki değişimlerin, girişimci kişileri belirlemeye yönelik olumlu bir etki yaratmıştır, girişimciliğin tarihinden itibaren incelendiğinde de bunu söylemek mümkündür.

Kültürel ilerleme ve kalkınma içinde önemli bir rol oluşturan girişimcilik ekonomik kalkınma için önem oluşturmuştur. Girişimcilik kavramı kendi içinde belli bir başlıklar taşımakla birlikte, her biri ayrı bir titizlikle incelenmeye çalışılmıştır. Bunlara; Fırsat Girişimciliği, Yaratıcı (Özgün) Girişimcilik, Takipçi Girişimcilik, Sanal (Dijital) Girişimcilik, Çevreci Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik, İç Girişimcilik, Kurumsal, Girişimcilik, Kamu Girişimciliği ve Kadın Girişimciliği gibi birçok örnekler verilir. Fırsat

girişimciliği hizmet ve ürünleri işleve koymadan önce piyasadaki oluşabilecek fırsatları kollayarak görmek ve ortaya koymaktır. Yaratıcı girişimcilik, ilk kez çıkan düşüncenin, hizmetin veya malın yeniden düzenlenmesi yoluyla, bazı yerlerinde düzeltmeler yapılmasıyla, daha çok kazanç elde etmek amacıyla yeniden ortaya konması ve hizmete sunulmasıdır. Takipçi girişimciler pazarda gelişen fikirleri ve yenilikleri izlemekle yetinen ve ilerlemelere göre Şekil alan, yenilik ortaya koyan girişimcileri takip eden kişilerdir. Dünyanın dijital değişimden etkilenmesi ve yararlanmasına sanal girişimcilik denilmektedir. Çevreci girişimcilik geçmiş yıllardan beri var olan evre problemlerine duyarlı insanlar tarafından zm üretme çabalarıyla yeni iş olanakları oluşmuştur. Sosyal girişimciler ekonomik alanla ilgilenmemek ile beraber itici güçleri eğitim, sağlık ve evre gibi toplumu ilgilendiren konular doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal girişimcilik toplumu ilgilendiren sorunları zmek üzerine çalışmalar yapmakta ve hayatı kolaylaştırmak için aşamalar kastedilmektedir. İ girişimcilik, kurumun kendi içindeki girişimcilik faaliyetlerine denir. Kamu girişimciliği kamu yararını amaçlarken, özel girişimcilik kâr amacı taşımaktadır. Kadın girişimciler, özel kurum veya kamu desteği alan ve bu kuruluşlar ile iletişim içinde olan, riskleri üstlenen ve söz sahibi kadın olarak açıklanır.

Girişimciliği etkileyen faktörler ekonomik, sosyal ve psikolojik olarak sıralanabilir. Girişimci kavramı, birçok yazar tarafından farklı yönlerde incelenmiştir.

Girişimci kişileri sıradan kişilerden ayıran özellikler, yenilikçi, risk alan, belirsizlik karşısında sabırlı, başarma işteği, kendine inanan, yaratıcı ve zgrlk, hızlı karar verebilme yeteneğine sahip olmasıdır.

Araştırmanın hedefi: Girişimcilerin yenilikçi düşünce, yenilik ve girişimcilik özelliklerinden yola çıkarak girişimcilik özelliklerine katkı sağlamak.

Araştırmanın amacı: Girişimci olmak ve girişimcilik cesareti taşımak içten gelen ve sonradan eklenen bir olgudur. Girişimcilik süreci fırsatları görüp risk olarak başlamaktadır. Sadece fikrin olması değil, fikrin gerçekleştirilmesi girişimciliğin başlangıcıdır. Girişimi engelleyecek dışsal faktörler bulunmaktadır. Maddi yetersizlik ve toplum baskısındaki ‘o iş olmaz’ manipülasyonu vb., girişimciliği negatif etkileyen etkenlerdendir. Girişimcilerin yenilikçi girişimcilik kazanımları çerçevesinde yenilik, inovatif düşünce ve girişimcilik ilişkisini ve etkisini gözlemlemek amacı taşımaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHİ

1.1. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde tarih boyunca dünyada ve Türkiye'de girişimciliğin gelişimi ve ilerlemesi anlatılacaktır.

1.1.1. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İlkçağlardan itibaren insanoğlu yaşamını devam ettirebilmek için girişimcilik isteğiyle ve riskleri göze alarak birçok yenilik yapmaya çalışmış ve çıkan olumsuz şartlara karşı mücadele vermiştir. İnanlar demirin icadının öncesinden itibaren ve Kabataş devrinden sonra birçok yenilik yapmış ve hayatlarına kolaylık sağlamışlardır (Durukan, 2007, s. 26).

Tarımla birlikte yerleşik hayata geçen insanoğlu birçok mahsul üretmeye başlamış ve mahsullerini satmaya yönelik insanlık pazar yerleri oluşturup ürünlerine değer biçerek maden, para veya takas yöntemiyle ürünleri satmıştır. Böylece ilk girişimcilik düşüncesi oluşmuş ve ticari anlamda ilk girişim olarak ortaya çıkmıştır (Marangoz, 2017, s. 4-5).

Orta çağlarda ise girişimcilik meslek edinilmiş ve esnaf kuruluşları altında meslek grupları çıkmıştır. Ancak orta çağda meslek grupları risk almak yerine projelerde yer almıştır. Yenilik anlamında girişim gerçekleştirilmemiştir. Girişimcilik fikirleri genel olarak dini yapıların yapımında, kurumsal binaların inşasında ve tarım alanlarının oluşturulmasında karşımıza çıkmıştır. Girişim alanlarında yer almaktansa girişimcinin üretim fikirleri kullanılmıştır (Özgüven, 1992, s. 30).

16. Yüzyıldan itibaren ihraç etme çabasıyla sanayi kuruluşları ortaya çıkmıştır. Sanayi kuruluşlarının üretim ve kazanım ihtiyaçlarının artması diğer ülkelere ihraç faaliyetlerinin de çoğalmasına neden olmuştur. Merkantalizm ticaret çıkarlarını önde tutan anlayış olarak 16. yüzyılda öne sürülmüştür. Merkantalizm sonrasında liberalizm etkisi ile insanlık daha rahat ticarete bulunmuş, siyasi ve ekonomik öğeleri birbirinden ayırmıştır. Liberalizm etkisiyle özel sektör girişimciliği önem kazanmıştır. Risk unsuru 17. yüzyılda karşımıza çıkmıştır. Daha önceki yüzyıllarda risk almaktan kaçınan girişimciler artık girişimcinin fikirlerinde görev almaktansa kendisi risk alıp girişimci olmuştur. Hükümet ve girişimci arasında yazılı anlaşmalar sonucu risk unsuru iş bitiminde kar veya zarar olasılığı ile hesaplanmıştır (Gökdeniz, 2009, s. 61-62).

18. Yüzyıla kadar “ticari kapitalizm” adı altında ticaret faaliyetleri yürütülmüş ve dönemi Çakmak(2003) “ticari kapitalizm” olarak adlandırmıştır. İtalya ve Floransa da tekstil etkileri her ne kadar olsa da, ticari anlamda kapitalist sistemde varlığını sürdürmüştür. Sanayi devrimi ile ticaret mahsullerinin kullanılabilmesi için yeni madenler ve teçhizatlar keşfedilmesi gerekmektedir. Bu nedenle İngiltere de sanayi devriminin olmasıyla tarım ve birçok alanda girişimciler için önemli fırsatlar doğmuştur.

Birinci ve İkinci Dünya savaşının çıkmasıyla halk yorgun düşmüş, ülkeler savaşı etkisiyle kayıplar vermiştir. Ancak savaş zamanlarında ihtiyaçlarının karşılanması için girişimcilere fırsat doğmuş ve ekonomik anlamda ilerleme katetmişlerdir. Ülkelerin savaş stratejilerini ve şifrelerini çözmek ve kayıt altına almak için bilgisayarlara ihtiyaç duyulmuştur. Bu sayede bilgisayarların gelişimi hız kazanmıştır. Bilgisayar ihtiyacından dolayı gereksinim haline gelen internet dünya ölçeğinin teknoloji anlamında küçülmesine yol açmıştır. Tüm gelişmeler sonucu girişimcilik önemli hale gelmiş ve sınırlar ötesine ulaşmıştır (Özmen, 2016, s. 12).

Girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesinde teknolojik yenilik ve bilim önemli rol oynamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle ürünlerinin ömrü azalmış ve bu nedenle arz-talepteki farklılıklar hız kazanmıştır (Aytaç, 2005, s. 82).

1.1.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Bu bölümde Osmanlı ve Cumhuriyet döneminde girişimcilik gelişimi anlatılacaktır.

1.1.2.1. Osmanlı Döneminde Girişimcilik

Türklerin göçebe hayat yaşaması Anadolu’ya gelerek yerleşik hayata geçmesiyle son bulmuştur. Yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte girişimcilik anlamında önemli adımlar atılmıştır. Yerleşik hayatın getirdiği sorumluluklar ile birlikte ticaret ve zanaatkarlık gibi alanlarda ilerlemeler olmuş ve fikirlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönemlerde Anadolu Selçuklular zamanında kurulmuş olan Ahi Teşkilatı, devamlılığını Osmanlı Devleti’nde lonca teşkilatı olarak sürdürmüştür (Durukan, 2007, s. 27). Dönemin padişahları tarafından desteklenen Lonca Teşkilatı önemli ticaret ve iş alanları oluşturmuştur. Bu sayede girişimcilik faaliyetleri artmış ve girişimcilerin

düşünceleri benimsenmiştir (Ercan ve Gökdeniz, 2009, s. 65). Ancak Türklerin askeri ve siyasi güçleri kullanılmış olup daha çok ulemalık, askerlik ve tarım gibi işlere yönelmesine neden olmuştur. Girişimcilik faaliyetleri yine diğer ülkelere verilmiş, Rum, Yahudi gibi etnik grupların girişimcilik örnekleri göstermesine Türklerin ise ticaret dışında bırakılmasına neden olunmuştur (Aşkın, vd., 2011, s. 62).

Osmanlıların askerlik ve güvenlik alanlarında ağırlıklı rol almasından dolayı ticaret yolları denetimi Osmanlılara verilmiştir. Çeşitli kervansarayların kurulması ve bu yolların güvenliğinin sağlanması için ihtiyaç duyulan teçhizatı ve askeri gücü Türkler sağlamıştır. Ticaret yollarından biri olan İpek Yolu dönemin en önemli merkezi haline gelmiştir. Çin'den itibaren başlayan ve Anadolu'dan geçerek Avrupa'ya bağlanan bu yol dönemin ticaret yapanları için önem taşımaktadır. Bu zamanlarda dış pazarlardan mamul almaktansa kendi iç pazarlarında üretim yapılmaya yönelim olmuştur. İthalattan ihracata hızlı geçiş olmuştur (Gümüsoğlu ve Karaöz, 2014, s. 102, Nişancı, 2002, s. 94).

19.yüzyılın başlarına kadar Osmanlı döneminde sanayi gelişimi ile ilgili herhangi bir müteşebbis kaydedilmemiştir. Araştırmacıların bir çoğuna göre Osmanlı'nın klasik ekonomi anlayışına sahip olmasından dolayı girişim örnekleri bulunmamaktadır. Merkantilizm ile elde edilen birikimleri Osmanlı kabul etmeyerek kendi ekonomi anlayışını sürdürmüştür. Tophane ve tersanelerin kuruluşu Fatih Sultan Mehmet zamanından kurulduğu ve dönemin devlet tarafından devam ettirildiği görülmüştür. Yine askeri anlamda bu tip kuruluşlar inşa edilmiştir (Erdal ve Çınar, 2013).

Osmanlı zamanında kurulan Lonca Teşkilatı Avrupalı tüccarlara verilen imtiyazlardan dolayı yeterli gelmemeye başlamış ve yerel halkın ihtiyaçlarını karşılamadığı için çökmüştür. Avrupalı tüccarlara verilen imtiyazlardan bıkan halk ve devlet yeni anlaşmalar yapmaya yönelmiştir. İngilizler ile yapılan Ticaret Anlaşmasıyla %5'lik gümrük vergisiyle dış ticaret için sanayi ürünleri geliştirilmiştir. Ancak aynı yıllarda dış ticaret için %5'lik gümrük verilirken, iç ticaret için başka şehirden başka şehire %8'lik iç gümrük vergisi veriliyordu. Bu durum iç ticaretin gerilemesine ve dış ticarettten elde edilen malların artmasına neden olmuştur. Bu da yerli üretimin yine gerilemesine ve esnafların zorlandığından dolayı dağılmasına yol açmıştır (Kepenek ve Yentürk, 2001, s. 16).

Dış borçlanmanın ilk Abdülmecit döneminde olması sonucunda yeni bir hizmet şirketi kurulmaya karar verilmiştir. Şirket-i Hayriye adında kurulan hizmet şirketi kurulmuştur. Ancak yeterli plan yapılmadığından dolayı yeterli birikim ve müteşebbis

sağlanamamıştır. Bunun sonucunda bir sanayi şirketi kurulamamıştır (Aşkın, vd., 2011, s. 62).

Girişimciliğe yeterli imkanlar sağlanmadığından 20. yüzyılın başlarına yakın yeni bir kuruluş kurulmuştur. 2. Meşrutiyet zamanında “Milli İktisat” siyasetleriyle yerli halk desteklenmiş ve girişimcilerin artması hedeflenmiştir.

Milli bankaların kurulması, yabancılara verilen üstün hakların kısıtlanması, ekonominin gümrükten itibaren korunması için 1913 yılında Teşvik- Sanayi Kanunu çıkarılmıştır. Bu politikalar sonucu önemli derecede olumlu sonuçlar elde edilmiş ve tekrardan halk cesaretlenmiştir (Altıparmak, 1998, s. 65-66).

1.1.2.2. Cumhuriyet Döneminde Girişimcilik

Birinci ve İkinci Dünya savaşlarından yorgun çıkan Türkiye ekonomiyi canlandırmak istemiştir. Bu yüzden önemli adımlar atılması gerekmektedir. İzmir İktisat Kongresi fakirleşmiş bir ülke olan Türkiye’de ekonomiyi canlandırmıştır (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014, s. 103).

İzmir İktisat Kongresi ulusal ve uluslararası sermayeyi güvence vermek amacıyla tüccar, işçi, sanayici ve çiftçilerin sorunlarını bulmak ve yönetimce bilinmesini sağlamak, ekonominin savaş dönemi sonrası hangi durumları yaşayacağını ve savaş sonrasında yabancı yatırımlar hakkında bilgi sahibi olabilmek gibi iki grup şeklinde düzenlenmiştir (Kepenek ve Yentürk, 2001, s. 32-33).

İzmir İktisat Kongresi’nde alınan kararlar (Altıparmak, 1998, s. 68-69):

- Ticaret konusunda işletmelere ve girişimcilere kredi sağlayacak bankanın kurulması,
- Ülkedeki yabancı şirketler bünyesinde bulunan ve pasif durumdaki madenlerin devlet tarafından alınarak kendi ülke vatandaşlarına aktif kullanım hakkının verilmesi,
- Ülke çevresindeki limanların tamamının Türkler tarafından işletilmesi
- Deniz ticaret filosu ve limanları olan şirketlere kredi ve sermaye verecek bankanın kurulması,
- Yerli ve milli üretimin desteklenmesi ve gelişmesini sağlayacak kanunların uygulanması,

- Yerli üretimin değerini korumak için ithalat vergilerinin düzenlenmesi,
- Üretimin ve ticaretin artması için planların tekrar gözden geçirilmesi ve uygulanması,
- Teşvik Kanununun yeniden düzenlenmesi,
- Ülkedeki sanayi kuruluşlarının sermayesinin 4/3'ünün ülke vatandaşlarının elinde olması,
- Kamu kurumlarının ve silahlı kuvvetlerinin ihtiyaçlarını yerli üreticilerden karşılanması,
- Yerli üretimin nakliye giderlerinin düşük tutulması,
- Girişimcilerin şirket kurmasını kanun ve teşviklerle kolaylaştırılması.

İzmir İktisat Kongresi'nin politika kararları, bağımsızlık dönemi Türk siyaseti üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bu kararlar, kişinin girişimcilik faaliyetlerine odaklanan, yasalarla düzenlenen ve girişimcilere önem veren bir iktisadi politika benimseme yolunda atılmış adımları yansıtmaktadır. Kongre kararlarına göre, kişisel girişimler devlet tarafından dikkatle incelenmeli, yasalarla korunmalı ve teşvik edilmelidir. Bu yaklaşım, Türkiye'nin bağımsızlık sürecinde ekonomik kalkınmayı ve girişimciliği teşvik etmek amacıyla benimsenen politika ilkelerinin bir yansıması olarak kabul edilebilir (Demirez ve Cebeci, 2005, s. 33).

İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlar sonucunda, Mustafa Kemal Atatürk, ülkeye yabancı sermayenin prensip olarak girişine izin verilebileceğini ifade etmiş ve bu yaklaşımın ekonominin canlanmasına katkı sağlamayı amaçladığını belirtmiştir. Ancak, savaş sonrası dönemlerde ülkeler arasındaki ekonomik koşulların maliyet yetersizliği nedeniyle yabancı sermayenin Türkiye'ye girişini engellediğine dikkat çekilmektedir (Özçelik ve Tuncer, 2007, s. 256).

Yabancı yatırımcıların bazı yerlerdeki egemenliğini kısıtlayarak son vermeye çalışılırken yerli girişimciliğin isteklendirilmesi için bazı tedbirler alınması gündeme gelmiştir.

Bu dönemde, “Ulusal ekonominin kurulması” hedeflerinin gerçekleştirilmesi amacıyla “Teşvik-i Sanayi Kanunu”nun çıkarılmasıyla fon yönetimi kurma girişimleri ortaya çıkmış, ancak savaşın etkilerinin hala devam etmesi nedeniyle önemli bir ilerleme

kaydedilmemiştir (Aşkın vd., 2011, s. 66).

Teşvik-i Sanayi Kanunu ve yığılma iktisadın kabullenmesiyle müteşebbislerin olumsuz yönde etki eden tecrübesizlik ve bilgisizlik, maddi ve altyapı eksikliği, kapital azlığı gibi faktörlerin devlet yardımıyla en az seviyeye indirgenmesi amaçlanmıştır (Gümüşoğlu ve Karaöz, 2014, s. 104).





İKİNCİ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik ile ilgili ilk araştırmalar 1803 yılından önce Condillac, Cantillon ve Von Thünen tarafından yapılmıştır. Daha sonra 1803 yılında Jean Baptiste Say tarafından tanım yapılmıştır. Risk alma veya risk altına girme kavramı XVII yıllarında Cantillon tarafından ortaya atılmıştır. Bunlarla birlikte Say yeni üretim faktörü olarak girişimcilik kavramıyla dikkat çekmiştir (Nur ve Erataş, 2013, s. 157).

Girişimcilik kavramı oldukça kapsamlı bir kavramdır. İlk ad olarak teşebbüs ve müteşebbis kavramları zamanla değişerek günümüzde girişim ve girişimci olarak bilinmektedir. Jean Baptist, Joseph Alois Schumpeter göre kavramların tanımları farklılık göstermektedir. Girişimcilik kavramı Jean Baptist Saydan itibaren üretim faktörlerinden tanımlanmaktadır. Joseph Schumpeter'e göre girişimci, “yeni tedarikçileri, ürünleri, ürün yaşam döngülerini ve düzenlemelerini değiştirerek katma değer oluşturan, yeniliklere açık olan ve ekonomik ilerlemeye yön veren bireylerdir.” Günümüzde ise girişim ve girişimci terimlerinin anlamları, bir işi başlatma, bir fikri gerçekleştirme veya yeni bir girişimde bulunma eylemi olarak ifade edilirken, girişimci, bu eylemleri gerçekleştiren kişiyi temsil eder (Küçükeşmen, Türkoğlu ve Şimşek, 2019, s. 590).

Girişimci ve iş gören kavramları birbirinden farklı anlam taşımaktadır. Girişimcileri farklı kılan risk faktörünün ön planda olmasıdır. Girişimcilik kavramının birçok farklı tanımı vardır. İşletmesi olan ve yöneten, işletmesi için ve kendisi için risk alan kişileri girişimci olarak tanımlamak mümkündür. Piyasada karşılanmamış istekleri gerçekleştirmeye yönelik girişimci çaba gösterir ve bu istekleri gerçekleştirir. Jean Baptiste Say ise, yaratıcı kavramına daha çok dokunarak girişimcilik temellerini yaratıcılık seviyesi düşük yerden yaratıcılık seviyesi yüksek olan yere doğru ilerlemesinden bahsetmektedir. Timotiy S. Hatten'a göre ise, girişimcilik kavramı, uygun fırsatları değerlendirme ve risk alma süreci olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Taşdemir, 2017, s. 76).

Girişimcilik kavramını işletme idaresi, ekonomi ve ruh bilimi gibi birçok alanlarla görmek mümkündür. Çağdaş ve klasik işletmelerde, makro ve mikro işletmelerde ve farklı işletmelerde karşımıza girişimcilik kavramı çıkmaktadır. Çoğu zaman girişimcilik kavramı girişimci kişilerin bakış açlarına dayalı olarak çözümlene edilmektedir (Ağca, 2005, s. 151).

2.1. GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Girişim, finansal ve hukuki kişiliğe sahip, bir fikir doğrultusunda kâr etmek amacıyla belli bir ücret karşılığında hizmet ve mal satmak ya da sermaye kazanmak için oluşturulan örgüttür. Girişim için girişimcinin yakalanılan fırsatın değerlendirilmesi ve geliştirilmesi, yenilik ortaya koyması mümkündür (Singh, 2001).

Girişimci; bir hizmeti veya malı üretmek için arz zincirinin tüm bileşenlerini bir araya getiren ve bu faaliyeti kar amacıyla gerçekleştiren, aynı zamanda tüm riskleri üstlenen bir bireydir. Say'a göre, girişimcinin tanımı, hem risk alma hem de yöneticilik yeteneğine sahip olmayı ifade eder. Hisrich ve Peters ise girişimcilik kavramına önemli katkılar sunan isimlerdir ve onlara göre girişimci; emek, hammadde ve diğer kaynakları daha büyük bir değer veya fırsat yaratmak için bir araya getiren kişidir. Ayrıca, girişimci, değişiklik, yenilik ve yeni düzenin yaratıcısı olarak da kabul edilir (Aytaç, 2006).

Türk Dil Kurumu, girişimciyi “ticaret, endüstri gibi alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis” şeklinde tanımlarken, ekonomistlere göre girişimci, kaynakları, iş gücünü, malzemeleri ve diğer kaynakları bir araya getiren ve bu birleşimle önceki değerlere kıyasla daha fazla değer yaratan kişiyi ifade eder. Ruh bilimcilere göre, girişimci, hedeflere ulaşma, deneme yapma, başarı elde etme ve diğerlerinin sahip olduğu otoriteyi ele geçirme isteğiyle hareket eden bir kişiyi temsil eder.

İş adamı açısından, girişimci bir tehdit unsurunu veya rekabetçi bir rakibi işaret edebileceği gibi, müşteri, işbirliği yapan biri veya başkalarının refahı ve mutluluğunu artırmak amacıyla çalışan bir kişi olarak da tanımlanabilir. Drucker'a göre ise girişimci, ekonomik kaynakları verimliliği ve ekonomik getirisi daha düşük bir sektörden alarak, daha yüksek verimlilik ve ekonomik getiri sağlayan bir ekonomik alana taşıyan kişidir (Yüzüak, 2010).

Orta çağdan beri girişimciliğin gelişimi ve girişimcilik terimi günümüze kadar gelmiştir. Makro üretim projelerini sürdüren ve yöneten kişi kavramı orta çağ da kullanılmıştır. Orta çağ zamanında kullanılan makro üretim projelerinde kişi risk almamakta ve sadece planlanan kaynakları yönetmektedir (Hisrich, 1985).

Geliştiren ve yenilikçi kişiye girişimci denir. Başka bir deyişle, uygun zamanları bekleyen ve fırsatını bulduğunda risk alan ve gerçekleştiren kişidir. Girişimci kavramı denildiği zaman; arayış içinde olan, yenilikçi, fikirleri olan ve yüreklenip yeni

işler gerçekleştiren kişiler akla gelir. Girişimciyi ayırt eden onaylanmış özellikler olarak şunlar sıralanabilir: kontrolcü, yenilikçi, kendine güvenen, yaratıcı düşünen, hırslı, hür irade, risk alan, dayanıklı, esnek ve iş bilgisi ve yeteneklerine sahip olma (Ağca ve Yörük, 2006).

Girişimcilik kavramının geçmişi çok uzun yıllara sahip olmasına karşı, günümüze kadar özellikle açıklamalardaki anlam karmaşası ve çalışmaların yeterli olmamasından dolayı girişimcilik kavramı yeterli önemi görmemiştir ve bu yüzden ekonomi bilimi tarafından yeterli incelemeler yapılmamıştır. Asıl unsurlardan biri Adam Smith’le birlikte 19.yüzyıla kadar girişimcilik kavramı yöneten kişi olarak anlamlandırılmış ve değerlendirilmiştir (Ercan ve Gökdeniz, 2009).

Girişimcilik mevcut koşulların sonucunu değiştiren, yenilikçi, risk alan ve fikir, hizmet ve ürünlerin oluşturulmasını içine alır (Gartner, 1988). Girişimciliğin en çok geliştiği ve rekabetin olduğu yerler işletme, maliye ve iktisat alanlarıdır ve itici güç durumundadır (Peter, 2008).

Girişimcilik terimi Fransızca kökenli olup, “üstlenmek, girişmek; fırsatları takip etmek; yenilikler ve bir iş başlatarak ihtiyaçları ve istekleri karşılama” anlamından türetilmiştir. Bu terim, girişimci olma eylemini ifade eder (Dilsiz ve Kölük, 2008).

Girişimcilik fırsatları kollama ve takip etme süresidir (Chell, 2007) Girişimcilik, fırsatları kollamak amacıyla durumların ani değişkenlerini biraraya getirerek tanımlanan bir süreçtir. Bu süreç insanın salt karar vermesiyle başladığı onaylanan ve insan iş görme yetisi olarak ele alınmaktadır (Topaloğlu, 2007).

Girişimcilik görev ve mal üretmeye yöneliktir. Görevlerin üstlenilmesi için her türlü üretim olaylarının elde edilmesine ve etkili kullanılmasına bağlıdır. Ayrıca bir sermaye birikimine gereksinim vardır. Sermayenin kendisine ait olması veya başkasına ait olması bu durumu etkilememektedir (Dinçer, 1997)

Girişimcilik, iş oluşturma, ekonomik ilerleme, toplumsal değişim ve teknolojik gelişme gibi önemli bir kaynağın yanı sıra varlığın da kritik bir unsurudur (Shaker, Rawhouser, Bhaw, Neubaum ve Hayton, 2008). Girişimcilik, bilgi çağına geçişle birlikte daha büyük bir önem kazanmıştır. Yapılan araştırmalar, G-7 ülkeleri (Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve Amerika) içinde yıllık ekonomik ilerleme ile girişimcilik düzeyi arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (Güney, 2008).

2.1.1. Girişim

Girişim kavramı eyleme geçmek, başlamak veya bir işe girişmek anlamlarında kullanılan ve bir işi yapmak için dilimizde kullanılmaktadır. Girişim kavramı sürekli olarak günlük konuşmalarda karşımıza çıkmaktadır. Günlük konuşma dilinde çıkan girişim kelimesi üzerine araştırmalar yapma gereği duyulmuştur. TDK' sözlük anlamında "bir işe başlamak, bir iş için eyleme geçmek ya da başlamak" olarak tanımlanmıştır. Bir iş veya hizmet için cesaret göstermek ve adım atmak olarak kullanılmaktadır (<http://tdkterim.gov.tr>).

2.1.2. Girişimci

Girişimci kavramı risk alan ve cesaretli adım atan kişilere denmektedir. Bir işe başlamak ve o işin riskleri alan kişi girişimciler fikir bulur ve bu fikri ortaya koyarak uygular. Girişimci kişiler genel olarak risk alan kişilerdir. Girişimci kişiler lider ruhludur, fikir kendisinden çıkmasa bile hayata geçiren kişilerdir. Girişimci kişiler genellikle motive eden ve sorumluluk sahibi kişilerdir. Fikirlerini hayata geçirerek kâr amacı taşırlar (Aytaç, 2006, s. 102).

2.1.3. Yönetici

Yönetici kavramı, sorunları çözen ve topluluğu idare edip yöneten kişidir. Yönetici doğru stratejiler kurar ve bu doğrultuda doğru iş kişilerini seçer. Geleceği öngörebilen özellikleri sayesinde ileri yönelik planlar yaparlar. Yönetici görev dağılımı yapan ve işlerin ilerlemesinde görev üstlenen kişilerdir. Yönetici kişiler sorumluluk almaktan kaçınmaz ve eleştiriye açıktırlar. Yeniliğe açık olan bu kişiler sorumluluk alır ve her zaman değişimi takip ederler (Özmen, 2016, s. 185).

2.1.4. Liderlik

Liderlik kavramı, bir hedefe varmak için insanları harekete geçirmek kabiliyetidir. Lider kendisinde olan isteği ve gücü başkalarına aktarabilir. İşinde veya içinde bulunduğu konumda diğer kişilere yön bulduran ve takip etmesini sağlayan kişilere lider denir. Tek başına çalışmayan, çevresindeki insanları isteklendiren ve birlikte hareket ettiren kişidir. Lider; güven veren, kendine güveni olan, güçlü ilişkiler kuran, çözümcü, öfkesine hâkim olabilen, nezakete ve saygıya önem veren, iletişim becerileri kuvvetli, işini şevkle yapan ve güçlü iletişim kuran kişidir (Marangoz, 2017, s.44).

2.2. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Ekonomide yaşanan zaman içindeki gelişimler ve değişimlerle birlikte girişimcilik kavramı açısından birtakım farklılıklar yaşanmıştır. Genel olarak birtanım yapıldığında girişimcilik kavramı piyasa ekonomisinde ve kamu ekonomisinde olmak üzere iki başlık altında toplanmıştır. Zaman ile girişimcilik kavramı birçok tür oluşturmaya başlamıştır (Türkmen, 2017, s. 32). Girişimciliğin günümüzde iyice yayıldığı gözlemlenmektedir. Günden güne girişimciliğe istek artmıştır ve birçok tür çıkmaya başlamıştır.

Her toplum girişimciliği kendine göre yorumlamıştır. Toplumdaki değişimler girişimci kişileri belirlemeye yönelik olumlu bir etki yaratmıştır, girişimciliğin tarihinden itibaren incelendiğinde de bunu söylemek mümkündür. Farklı kültürler de gelişim gösteren, girişimcilik toplumların kendi yapısına göre şekillenmektedir (Saygın, 2016, s. 68). Her geçen gün tanınan girişimcilik kavramı, kişiler arası iş imkanları olarak benimsenmeye başlanmış ve devlette siyasi yönetimlerinin önemli bir unsuru haline alması nedeniyle artış göstermektedir.

Kültürel ilerleme ve kalkınma içinde önemli bir rol oluşturan girişimcilik ekonomik kalkınma için önem oluşturmuştur. Girişimcilik kavramı kendi içinde belli bir başlıklar taşımakla birlikte, her biri ayrı bir titizlikle incelenmeye çalışılmıştır. Bunlara; Fırsat Girişimciliği, Yaratıcı (Özgün) Girişimcilik, Takipçi Girişimcilik, Sanal (Dijital) Girişimcilik, Çevreci Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik, İç Girişimcilik, Kurumsal, Girişimcilik, Kamu Girişimciliği ve Kadın Girişimciliği gibi birçok örnekler verilir (Saygın, 2016, s. 71-72).

2.2.1. Fırsat Girişimciliği

Girişimci kavramı kâr amacı taşıyan ve risk alarak güncel iş düşüncesini ortaya koyan kişidir. Fırsat kavramı ise iş düşüncesinin uygun anını beklemek ve ortaya konmasıdır. Fırsat girişimciliği hizmet ve ürünleri işleve koymadan önce piyasadaki oluşabilecek fırsatları kollayarak görmek ve ortaya koymaktır. Girişimci halen varlığını sürdüren işi de yapabilir veya geliştirebilir. Bu nedenle her girişimci fırsat girişimci olamaz. Fırsat girişimcisi süre gelen pazardaki oluşan tüm fırsatları gören ve anında değerlendirip risk alan kişidir. Her girişimci fırsatları görse de fırsatları değerlendiremeyebilir.

Fırsat girişimciliği kişileri sürdürülen pazar için fırsatları fark ederek, fırsat önsözlerini yorumlamak üzere adım atan, piyasalarda hizmet veya mal satma amacı taşıyanlardır. Pazarlar içinde mevcut istekleri ve ihtiyaçları karşılayamama durumunda fırsatlar değerlendirilebilmektedir (Saylan, 2011, s. 21). Fırsat girişimciliği ileride oluşabilecek değişimlerin ve gelişimlerin görerek tespit edilmesi ile görülür.

2.2.2. Yaratıcı (Özgün) Girişimcilik

Yaratıcı girişimcilik, ilk kez çıkan düşüncenin, hizmetin veya malın yeniden düzenlenmesi yoluyla, bazı yerlerinde düzeltmeler yapılmasıyla, daha çok kazanç elde etmek amacıyla yeniden ortaya konması ve hizmete sunulmasıdır (Akpınar, 2009, s. 48). Dünya üzerinde birçok eğitimler verilen ve teşvik sunulan alan haline gelmiştir (Doğan v.d., 2010, s. 48).

Yaratıcı girişimcilik kavramında imal edilecek üründe istek olması ya da yeniden yaratılması önemli bir hususu oluşturur. İmal edilecek hizmet veya mamul, teknolojiye önemli yer edinmiş olsa dahi pazarda hezimet yaşanmasını halinde hayal kırıklığına neden olur. Bu yüzden yeni ürünler kolaylık sağlamalı ve yararlı olmalıdır. Bu sayede piyasada başarılı bir şekilde var olabilirler (Saylan 2011, s. 21).

2.2.3. Takipçi Girişimcilik

Takipçi girişimciler pazarda gelişen fikirleri ve yenilikleri izlemekle yetinen ve ilerlemelere göre şekil alan, yenilik ortaya koyan girişimcileri takip eden kişilerdir. Genel olarak kendi fikirlerinden ziyade, başkalarının fikirlerini izleyen ve bu fikirler doğrultusunda şekil alırlar. Takipçi girişimcilik piyasadaki mal ve hizmetleri taklit etmekle beraber, kendilerine özgü fikirlerden kaçınırlar. Bu sayede çok düşünme gücünde bulunmazlar.

Takipçi girişimcilik, taklit girişimciliği olarak da adlandırılır. Pazar payında genel olarak benzer malları ve hizmetleri takip ederek kendilerine yer edinirler. Girişimcilik türleri yer arasında alan bu girişimciler, sadece pazardaki ilerlemeleri gözlemler ve gözlemlerinin sonucuyla hareket ederler (Tekin, 2009, s. 14).

2.2.4. Sanal (Dijital) Girişimcilik

Dünyanın dijital değişimden etkilenmesi ve yararlanmasına sanal girişimcilik denilmektedir. Aynı zamanda gerçek bir ortak yerine internet aracılığıyla veya internetin

olduğu teknolojik aletlerle yapılan faaliyetleri içermektedir. Sanal girişimcilik pandemiyle birlikte daha çok gelişime uğramıştır. Pandemi etkilerinin sonrasında ise halen ilerleme göstermektedir. Üç ana bileşene sahip olan sanal girişimcilik dijital ekonomi olarak adlandırılmaktadır. İnovasyon, girişimci ve sermayeci bileşenlerine sahip olan sanal girişimciler, dijital ekonomiyi de beraberinde getirmiştir (Salik, 2015, s. 32).

Dijital ekonomi, pandemiyle birlikte birçok alanda yenilikler yaşamıştır. Dijital ekonomi sosyal medya, e-reklamcılık, e-ticaret, çevrimiçi uygulamalar, online paralar, gibi işleri de ekonomiye getirmiştir. Sanal girişimcilik sayesinde zamandan tasarruf edilmiş ve fiziksel iş gerektiren ofis ortamlardan uzaklaşarak dijital ofislere olanak sağlamıştır (Salik, 2015, s. 32).

2.2.5. Çevreci Girişimcilik

Çevreci girişimcilik geçmiş yıllardan beri var olan çevre problemlerine duyarlı insanlar tarafından çözüm üretme çabalarıyla yeni iş olanakları oluşmuştur. Çevreci girişimciler çevre problemlerini fırsata çeviren ve bu çerçevede çözüm arayan kişilerdir. Geri dönüşüm projeleriyle birlikte doğaya zarar vermeyen doğal üretim yaparak, yeni iş imkanlarını sağlamışlardır. Çevreci girişimciliği, yeşil girişimcilik olarak da görebilir. Doğaya duyarlı olan bugirişimcilik türü doğadan üretimi hedeflemiş ve yeni sağlıklı ürünler üretmeyi sağlamak istemişlerdir (Top, 2006, s. 17).

Çevreci girişimcilik farklı perspektifler altında değerlendirilebilir. Bu perspektifler arasında eko-girişimcilik, yeşil girişimcilik ve ekolojik girişimcilik bulunmaktadır. Çevreci girişimcilik, özellikle çevre koruma konusunda duyarlılık gösteren bir yaklaşımı temsil eder. Bu tür girişimciler, yatırımlarını çevresel fayda ve sürdürülebilirlik odaklı olarak yönlendirerek yeni iş fırsatları da yaratmaktadırlar Top, 2006, s. 17).

2.2.6. Sosyal Girişimcilik

Refah bir toplum yaratmak için, yaşanan değişiklikleri kullanarak yenilikçi aşamaları tutan girişimcilik türüdür. Sosyal farkındalık yaratmak amacıyla sosyal girişimler olması, kâr niyeti taşımamaktadır (Apak, 2010, s. 57). Sosyal girişimciler ekonomik alanla ilgilenmemek ile beraber itici güçleri eğitim, sağlık ve çevre gibi toplumu ilgilendiren konular doğrultusunda ortaya çıkmaktadır.

Sosyal girişimcilik toplumu ilgilendiren sorunları çözmek üzerine çalışmalar yapmakta ve hayatı kolaylaştırmak için aşamalar katetmektedir. Ayrılan enerji ve kaynaklar miktarı gün geçtikçe artmakta ve büyümektedir. Sosyal girişimcilik devletin siyasetinde de etkilidir.

2.2.7. İç Girişimcilik

Gifort Pinchot tarafından ilk kez 1983 yılında kullanılmıştır. Ortak amacı olan kurum ve kuruluşların bünyesinde olan girişimcileri anlatır. Ancak sadece tek yenilik yapılması yetmemekte, bu olay sürekli şekilde devam etmelidir. İç girişimcilik, kurumun kendi içindeki girişimcilik faaliyetlerine denir. Yeni bir hizmet, ürün veya teknolojinin gelişmesini sağlamak, mevcut durum üzerinde değişiklikler yapmak, sonucu bilinmeyen işlerde işlev göstermek, fırsatları kollamak gibi birçok alanı kapsamaktadır (Karaca, 2016, s. 41).

Girişimciliğin önemini arttıran yeni mevduat seçeneklerini, ekonomik olarak ilerlemesi ve kârın çoğalması olarak görülür. Rekabet açısından oldukça önemlidir ve rekabet avantajı sağlar (Karaca, 2016, s. 42).

2.2.8. Kurumsal Girişimcilik

II. Dünya Savaşı'nın son zamanlarına kadar devam edip 1929 Ekonomik Buhran ile başlayan kötü koşullar nedeniyle ortaya çıkan girişimcilik türüdür. Sonraki yıllarda yararlı bulunan kurumsal girişimcilik kavramı geliştirilmiştir. Küçük ve Büyük ölçekli işletmelerin kendi yapıları içindeki girişimciliğin düzenlendiği yapıdır. Kurumsal girişimcilik riskleri düşük seviyeye indirerek kârı arttırmak üzerine, küçük ve hür girişimleri teşvik eder ve onlara destek vererek iş birliği sağlar (Karaca, 2016, s. 43).

Kurumlar arası rekabet sayesinde girişimciliğin önemi artmıştır. Uluslararası pazarların zaman içinde birleşmesi ve bu birleşmeden dolayı rekabetin artması kurumsal girişimcilikte rekabetin artmasına neden olmuştur. Kurumların etrafında bulunan fırsatları değerlendirebilmek amacıyla risk, yenilik, rekabet gibi bütün koşullarını yerini getirmiştir (Saygın, 2016, s. 74).

2.2.9. Kamu Girişimciliği

Hizmet veya ürünü devletin kendisinin üretmesine kamu girişimciliği denir. Nakdi yatırımı şahıs veya özel bir kuruluş değil, devlet kendisi üretir. Devlet tarafından

girişimciliğin desteklenmesi güven vermekte olduğu içinyaygın olarak kullanılmaktadır. Kamu girişimciliği kamu yararını amaçlarken, özel girişimcilik kâr amacı taşımaktadır (Salik, 2015, s. 32).

Kamu girişimcilerin diğerlerinden farkı belli bir kurallara bağlı olmaları ve bağlı oldukları kamunun yönlendirmelerine göre hareket etmeleri. Devlet eliyle üretim yapılmasına müsaade eden kamu girişimciliği devlet desteğinden faydalanmaktadır. Riskleri örgüt veya kişinin kendisi isteğine göre alamamaklabirlikte devlet tarafından denetim altında tutulmaktadır. Riskler planlı ve toplum yararınadır (Salik, 2015, s. 32).

2.2.10. Kadın Girişimciliği

Kadın girişimciler, özel kurum veya kamu desteği alan ve bu kuruluşlar ile iletişim içinde olan, riskleri üstlenen ve söz sahibi kadın olarak açıklanır. Arka plana atılmış kadınların desteklenmesi onların uyum içinde olmalarını sağlamaktadır (Saygın, 2016, s. 72). Kadınların girişimci yanlarının desteklenmesi iş hayatında aktif olmasını sağlar.

Kadın girişimcilerinin az olmasının sebepleri eş veya aile faktörleri, bir şeyler yapmak istemeleri ama kendilerini hazır hissetmemeleri veya istemelerine rağmen harekete geçmemeleri olarak gösterilebilir. Aile içinde girişimcilikmaliyetlerin ekonomik açıdan sıkıntıya sokacağını düşünülmesinden dolayı arkaplana atılmasına neden olmuştur (Saygın, 2016, s. 70). Ev işlerinden dolayı kadınlar iş hayatına atılmakta çekimser davranmaktadır. Ev işlerinin ve aile sorumluluklarının aksamasını istemediklerinden dolayı esnek çalışma saatlerini seçmektedirler. Sorumlulukların fazla olmasından dolayı girişimciliğe önem vermediğinin düşünülmesinin aksine kadın girişimciliği yaygın rastlanan bir alandır.

2.3. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimcilikte risk almak, fırsatları yakalamak ve oluşan risk ortamlarında stratejik bir plan geliştirmek için bireylerin bazı yetenekleri olması gerekmektedir. Girişimci kişilerde olması gerek birtakım özellikler çevresel faktörlerle gelişmekteyken, birtakım özellikler ise doğuştan gelmektedir. Girişimcilerde etkili olan birtakım özellikler ise sonradan kazanılmıştır. Bunları ekonomik faktörler, sosyal faktörler ve psikolojik faktörler olarak sıralanabilir (Gürer, Sezen ve Solmaztürk, 2014, s. 6).

2.3.1. Ekonomik Faktörler

Ekonomik gelişme ve firmaların katkısı arasındaki ilişki, birbirine bağlıdır ve bu ilişki ekonomik rekabeti teşvik eder (Özkan, 2003, s. 149). Ekonomik ilerleme için kritik politika unsurları da dikkate alınmıştır. İlk olarak, girişimciliği teşvik etmeyi amaçlayarak, üretim dışı alanlarda faaliyet gösteren bireylerin yenilikçi ve verimli işler yaratmalarını teşvik etmek amacıyla girişimcilerin üretim dışı işlerden ayrılmasını önceliklendirir. İkincisi ise, tarımsal girişimcilik fırsatlarının artırılmasına odaklanır (Dutz, Ordover ve Willig, 2000).

Ekonomik ilerlemeye oldukça teşvik sağlayarak; yeni mamul ve ilerlemeler, yeni piyasalar ve buna benzer etkenlerin bir araya gelmesiyle yeni ve eskinin birbirinin yerini alan hareketli girişimciler önemli ölçüde liderlik etme pozisyonuna yerleşmişler (Müftüoğlu, 2004, s. 2). Aynı zamanda ekonomik alanında yapılan yenilikler; ekonomik güçlenmenin hızını arttırmak, işgücünü sağlamak, endüstrileri belirlemek, refah miktarını çoğaltmak ve gelişme miktarındaki farklılığı minimuma indirmek gibi incelenebilir (Gülşen, 2021).

2.3.2. Sosyal Faktörler

Belirli bir topluluk da ki kişilerin birbiriyle olan iletişimleri, bağımsız olan kıymetler ve kurallar, yaşayış şekilleri, düşünce düzeyleri sosyal faktörleri etkilemektedir. Erken egemen bir aile yapısında özellikle, ailenin kuralları, baba ile annenin sürekli ve emredici kültüründe daha çok görülmektedir (Jahoda, 1993, s. 625). Bu tarz ailelerde, genellikle baskıcı olduğu görülmekte ve geleneksel olarak müdahalenin yoğun şekilde gerçekleşmesinden dolayı olarak, aile bireyleri, önceden belirlenen, aynı devam eden kökler üzerine gerçekleşmektedir. Bu gibi aile yapılarında girişimcilikte başarı elde etmek zordur. Çünkü girişimci kişiler risk alan, heyecanlı, yenilikçi, kendini daima ileride gören, üretken bireylerdir. Baskıcı ailede yetişen kişilerde cesaret kavramı yok denecek kadar azdır. Bu yüzden aile yapısı baskıcı kişilerde girişimcilik rolü bulunmamaktadır (Giddens, 2000, s. 43).

Uzmanlar “sosyal hayatın içinde toplumun gelenek ve göreneklerine göre şekillenmesinin; kişiler arası iletişim, müesseseler ve toplumsal teşkilatlanma biçimleri ile bağlantılıdır” sonucuna ulaşmıştır. Her toplumun kendisine göre şekillenmiş gelenek ve görenekleri, düşünce yapıları, ırkları, eğitim şekilleri gibi kavramları vardır (Giddens, 2000, s. 43).

Bazı toplumlardaki sosyal ilişkiler, girişimciliği teşvik etmekte ve cesaretlendirmektedir. Parsons'un da vurguladığı gibi, girişimcilik, aile ve akrabalık ilişkilerine dayalı yüz yüze, sosyal olarak samimi bağlantılardan ziyade, ikincil, rasyonel, kişisel olmayan ve anonim nitelikteki sosyal ilişkilerle daha fazla beslenmektedir (Şaylan, 1974, s. 209-211).

2.3.3. Psikolojik Faktörler

Girişimciliğin oluşumunda belirleyici faktörler arasında öncelikle sosyo-kültürel ve psikolojik faktörler önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, toplum içindeki genel örgütlenme yapısı, değerler düzeni, aile, akrabalar, arkadaşlar ve yakın çevre ile olan ilişkiler, resmi eğitim sistemi, politik ve yönetsel etkenler gibi etkenler, girişimcilik olgusunu etkileyip, bireylerin kendi öz değerlerini şekillendirmelerine katkıda bulunmaktadır (Yüzüak, 2010, s. 9).

İlk başta psikolojik teorilerden biri olan David McClelland'ın "İhtiyaçların Başarılması Teorisi"dir. İhtiyaçların Başarılması Teorisi'ne göre, başarıya içgüdüsel olan kişilik göstergelerinden birkaçı, girişimcilik ilerlemesinin başlıca göstergesidir. Bundan dolayı bir toplum yapısında hali hazırda olan ortalama gereksinimlerin giderilmesi biraz daha fazlaysa, sözkonusu toplum yapısında çok sayıda girişimcilik ilerlemesi olmaktadır (www.yourarticlelibrary.com, 2023).

McClelland teorisi, ekonomik kalkınma için yüksek başarı ihtiyacının özelliğini vurgulamaktadır. McClelland girişimci kavramı geniştir, bir aracı, bir yönetici veya herhangi bir düşünceyi girişimci olarak düşünüyordu (Sexton ve Smilor, 1986). Başarı güdüsü fazla olan kişilerin kritik beş adet ayrıştırıcı özelliklerinin var olduğunu savundu. İlki, oluşan problemlerin durumunda her zaman çözüm bulurlar (Sexton ve Smilor, 1986). İkinci sıradaki ise öz eleştiriyi kabul ederler. Üçüncü sıradaki, sıradan görevlerden ve tesadüfi kazanılan başarılarından istemezler. Dördüncüsü, kendilerini en üstün gösterecek en üst görevleri hedefler ve bu görevleri yerine getirmeyi isterler. Beşincisi ve en sonuncusu ise her başarının belli bir kâr kazancı elde edilmesi gerektiğini ve elle tutulur kesin bilgiler olması gerektiğini düşünürler (Kothari, 2013, s. 4-5).

Psikolojik açıdan incelendiğinden geçmişten gelen ve sonradan kişide yeredinen davranışlar, değerler, yaşadıkları olaylar bilinçaltlarına işler ve bu gibi durumlar girişimcilik yapmalarında önemli etkin rol oynar. Bu yüzden, cesaretli olma, yenilikçi biri olma, başarıya iç güdüsü, risk alma, egemen olma, problemler karşısında çözüm

üretmek, mucitlik ve içsel kontrol odağı gibi psikolojik olayların etkilediği görülmektedir (Kaygın ve Güven, 2015, s. 36).

2.4. GİRİŞİMCİDE OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Girişimcilik söz konusu olduğunda birçok özellik olmakla beraber her bir girişimci birbirinden farklı özellikler taşımaktadır. Girişimcilik özelliklerini kişilerin bilmesi uzun uğraşlar sonucunda veya bazı ölçmelerle belirlenir ve bu süreç oldukça zordur. Bu zorlu süreçler bir sürü araştırma konusu olmuş ve diğer bireylerden ayırma özellikleri nasıl olduğunu belirlemek istemişlerdir (Döm, 2012, s. 28).

Girişimci kavramı, birçok yazar tarafından farklı yönlerde incelenmiştir. Yönetim teoriklerinin çoğu girişimciyi işletmeci, yönetici veya yaratıcı olarak tanımlarken diğer araştırmacılar, girişimciyi risk alan ve kâr elde etmek isteyen kişiler olarak anlatmıştır (Güney, 2008, s. 55-56).

Alfred Marshall neo-klasik yaklaşımın öncülerinden biri olarak literatürde girişimcinin görevini hizmet ve mal üretmek ve aynı zamanda yenilikçi ve metotlar sunmaktır. Girişimci, sorumluluk sahibi ve kontrol şeklini yerine getirendir. Girişimci kişi risk alacak, üretimi yönlendirecek, girdi çıktıları kontrol edecek, maliyetleri düşürecek, fırsatları kollayacak ve yeniliğe açık olacaktır (Güney, 2008, s. 6).

Girişimciliğin birden fazla tanımı olmakla beraber, hepsinin ortak olan noktanın girişimci her zaman “diğer insanların göremediği fırsatları görerek iş fırsatına çeviren” ve “fırsatlar uğruna karar alıp riskleri göze almaya yatkınlığı” olduğunu söyler (Tekin, 2009, s. 3). Aynı şekilde araştırmaların tümü girişimcilerin en önemli özellikleri olarak riskleri üstlenen ve risk alan kişiler olarak üst düzey yöneticilerden ayırılan bir özellik olarak belirtilir. Bu anlatıma göre üst düzey yöneticilerde kâr ve risk başka birine aittir, girişimci ise kâr amacı taşımakta ve oluşabilecek riskleri üstlenmektedir. Bu özelliklerin yanısıra, girişimcinin başarı elde etmesinde görev üstlenen nitelikler” atak olma, yaratıcılık, öngörü yeteneği, analiz etme yeteneği, çabuk karar verebilme, özgüven sahibi olma, güven verebilme ve akıcılık” olarak sıralanabilir (Çelik ve Akgemci, 2007, s. 19).

Girişimci kişileri sıradan ayıran kişilerden ayıran özellikler, yenilikçi, riskalan, belirsizlik karşısında sabırlı, başarıya isteği, kendine inanan, yaratıcı ve özgürlükçü, hızlı karar verebilme yeteneğine sahip olma şeklindedir (Akpınar, 2011, s. 51).

2.4.1. Bağımsız Olma

Girişimcilerin girişimci olma isteklerinden ana sebep olarak kendilerinin yönetici olmaları ve bağımsızlık isteğidir. Bağımsızlık, karar alabilme ve kendini anlatabilme, özgür davranabilme, kendi kararları doğrultusunda rahatça hareket edebilmesi demektir. Bağımsızlık sayesinde girişimci fark yaratır (Tiryaki vd., 2012, s. 33). Ekonomik özgürlük nedeni kendi işinin patronu olmak olarak gösterilebilir. Bağımsızlık isteği ve karar verme yetkisinin kendisinde olması isteği girişimcilerin en önemli amaçlarından biridir. İş kararlarını özgürce alabilmek, bağımsızlık isteği girişimcilerin en temel isteklerindedir (Akpınar, 2011, s. 33).

2.4.2. Başarı Odaklı Olma

Girişimciler her zaman yeni bir başlangıç yapma eğilimindedirler. Bir iş yaratma düşüncesini kâr amacına dönüştürmek ve kendinin tek patron olduğunu bilmek, girişimciye başarı isteği yaratmaktadır (Akpınar, 2011, s. 33). Girişimci kişiler sürekli arayış içinde olup mücadele ruhu taşırlar. Bu kişiler başarmanın verdiği güç ile kendilerine olan güvenleri artar ve daha çok arayış içinde olmak için kendilerini isteklendirip motive ederler. Başarı isteği yüksek olan kişiler her yaptığının en iyisini olmasını isterler. Rakiplerinden üstün olma isteği taşırlar ve rekabeti severler (Yıldırım, 2008, s. 35).

2.4.3. Belirsizliklerle Yaşama Becerisi ve Risk Alma

İnsanlar birbirinden farklı kişilik özelliklerine sahiptirler. Bazı kişiler risk almaktan kaçınırken bazı bireyler riske girmekten çekinmezler. Bilinenin aksine girişimciler büyük derecede risklere girmezler. Kendilerini ve işlerini güven altına almadan karar vermezler. Bu yüzden ki risk almaktan çekinmezler ama temkinli adımlar atarlar. Orta derecede risk almayı tercih ederler. Kendilerine ait olan becerilerin farkındadırlar, sorumluluklarının farkına vararak işlerini veya projelerini başarıyla yönetir ve yerine getirmeleri beklenmektedir (Döm, 2012, s. 28).

Bir yandan risk almaktan çekinmezlerken, başarı ihtiyacı ile girişimciler oldukları mevcut konumdan ve projelerden olmamak adına yüksek oranda risk almaktan geri planda kalmaları söz konusudur (Varol ve Güler, 2005, s. 10).

Girişimci kişilik özelliğine sahip kişiler, sıradanlıkları değiştirmeye yönelik ön görüş sahibi kişilerdir. Alışagelmişin dışına çıkma isteğinin yanı sıra risklidir. Girişimci kişiler kaybetme riskini kabullenebilenler ve bu riskler karşısında ani karar değişimi yaparak oluşabilecek durumları tolere edebilirler (Yıldırım, 2008, s. 35-36).

2.4.4. İnisiyatif Alma/Yeni İş

Girişimcilerin sahip oldukları temel nitelikler şu şekilde özetlenebilir:

- *Fırsatları Tanıma Yetisi:* Girişimciler, mevcut fırsatları tespit edebilme kabiliyetine sahiptirler ve bu fırsatları iş süreçlerine dönüştürme yeteneğini sergilerler.
- *İnovasyon Yeteneği:* Girişimciler, en iyi fikirleri gerçekleştirme konusunda yaratıcı ve yenilikçi bir yaklaşım benimserler ve bu fikirleri hayata geçirme konusundaki kararlılıkla hareket ederler.
- *İnisiyatif Alma:* Girişimciler, başkalarının önceden keşfetmiş olabileceği fikirleri bile daha iyi bir şekilde uygulayabileceklerine inanır ve bu inisiyatifi kullanarak faaliyetlere dönüştürme kararlılığını taşırlar.
- *Önceden Düşünölmüş Fikirleri Hayata Geçirme Yeteneği:* Girişimciler, önceden planlanmış veya düşünölmüş fikirleri uygulama konusunda kararlıdırlar ve bu nedenle önceden tasarlanmış fikirleri hayata geçirme süreci girişimciliğın önemli bir unsurunu oluşturur (Yıldırım, 2008, s. 36).

2.4.5. Fırsatları Değerlendirme

Girişimcileri diğerk kişilerden ayırıştıran unsurlardan biri de oluşın fırsatları arasında görmek ve değerlendirebilmektir. Görölen ve yakalanan fırsatları yenilikçi değışimlerle dinamik uygulamalara uyumlayabilen, kendi projelerine alan kişiler gerçek girişimcilerdir. Girişimci kişiler hayal kurabilen ve hayalleridoğrultusunda adım atabilen kişi değıldir. Akılcı, hesaba dayalı ve kitabınkurallarına göre plan yapar ve bunu işleve koyar. Yakalanan fırsatları karşısınaproblemler çıkısa dahi yenilikçi yaklaşımlarla çözer ve uygulamaya koyar (Döm, 2012, s. 28).

2.4.6. Öz Yeterlilik ya da Kendine Güven

Girişim, yenilik ve başarıma isteği süreçleri değiştirmeye yönelik programlardır. Schumpeter deyişiyse değişim ve yenilik yaratıcı yıkımı getirmektedir. Bu şekildeki görevler kendine inanan kişilerle gerçekleşir. Kendine güven, öz yeterliliğini tamamlamış ve kendini bilen kişilerden gelmektedir. Öz yeterliliğini bilen kişiler başkalarına ihtiyaç duymadan, kendi kararları ile hayata karşı mücadele ederler (Yıldırım, 2008, s. 36).

2.4.7. İş ve Görevlere Bağlanma (Sorumluluk)

Girişimciler giriştikleri işi yarım bırakmazlar. Projelerinin yarım kalması hoşlarına gitmez. İş hususunda elde edemedikleri başarıdan ya da yanlış uygulanmış kararlar girişimcilerin canını sıkır ve akıllarında uzun süreli yer edinirler. Kolay yoldan başarının kazanılmayacağını bilen girişimciler, işi kendi haline bırakmadan projelerini başarılı şekilde uygulamak için sonuna kadar direnirler (Döm, 2012, s. 28).

2.5. GİRİŞİMCİLİĞİN OLUŞUMU

Girişimci üç temel etkenin etki etmesi ile oluşur. Girişimci kişilik, girişimcinin sosyal çevresi ve girişimcinin kişiliğidir. Girişimcinin kişiliğine yönelik yapılan araştırmalarda girişimcinin ayırt edici yönleri incelenmiştir.

2.5.1. Girişimci Kişilik

Kurulan işletmelerin başarısı ile girişimci kişiliğin yakından ilişkisi vardır. Çoğunlukla işletmelerin başarısız oluşu girişimci kişiliğin yeterince gelişmemiş oluşu veya girişimci kişiliğinin özelliklerini baştan taşımamış oluşudur. Girişimci kişiliği az olan veya hiç olmayan kişilerin kendilerine güvenleri az, risk almaktan hoşlanmayan, yenilikleri takip etmeyen ve uyum sağlayamayan ve yaratıcı gücü yok denecek kadar az olan kişilerdir. Bu husustaki kişiler başarı elde etmekte zorlanırlar (Joe A.Lischeron, 1993, s. 84).

Girişimci kişilerin özellikleri hususunda birleşilen bir nokta da “*girişimcinin başkalarının göremediği fırsatları görüp bunları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve risk alma yatınlığıdır*” (Titiz, 1994, s. 3). Girişimci kişiler öğrenmeye elverişli, kendine güvenen ve başarıma isteği yüksek, güvenilir ve çalışkan, oluşan fırsatları gören ve tehditleri fark ederek önlem alan, iyimser vesorunlara çözüm bulan, hedefine odaklanmış özelliklerini taşır.

Girişimci kişiler öğrenmeye istekli olmalıdır. Ancak öğrenme isteği olan kişiler tüm deneyimlere sahip olmalı ki bir işe başladıklarında başarı elde edebilsinler. İleri görüşlü, yenilikçi, yaratıcı, somut ve doğru düşünebilen, işletme hakkında bilgi sahibi kişiler öğrenme isteğinin işaretidir (Titiz, 1994, s. 3).

Girişimciler güvenilir olmak zorundadır. Güvenilir kaynaklara ulaşmada ve iş fikrini hayata geçirebilmede güvenilir kişiliğe sahip olmak, çalışkan ve verdiği sözü yerine getirmek önemlidir. Aksi durumda hayat geçirecek olan iş ve fikirlerin önemi kalmamakta ve boşuna zaman kaybedilmektedir.

Girişimci kişiler fırsatları, çağın getirdiklerini ve değişmekte olan koşulları görmelidir. Fırsatları görmeli ve oluşabilecek tehditlere karşı temkinli olmalıdır. Bu sayede girişimci iş sektöründe hemen bir sonuca ulaşır ve yeni iş imkanlarını yakalar.

Girişimci kişiler belirsizliklerin olduğu ve risklerin çok olduğu bir sektörde çalıştıkları için, en kötü senaryo durumunda bile iyimser olmalıdırlar. Girişimcilerin motivasyonunu iyimserlikte etkilemektedir (Döm, 2006, s. 27).

2.5.2. Girişimci Yetenek

Girişimci kişiliğin oluşumunda ikinci önemli faktör ve girişimci kişinin başarısının üzerinde diğer etkili etki edici ise, kişide olması gereken yeteneği ile doğrudan ilişkilidir. Kişilik ne kadar tamamlayıcı olsa da bazı yeteneklerle desteklenmesi sayesinde başarı elde edilebilir. Girişimcinin yetenekleri içinde; yenilikçi ve yaratıcı olmak, risk almak, liderlik yeteneği, vizyon sahibi olmak, stratejik plan yapmak, sorunlara çözüm bulmak ve proaktif olmak yer alır (Döm, 2006, s. 10).

Girişimciliğin ayrılmaz kavramların parçalarından yaratıcılık ve yenilikçilik, girişimci kişiliğin en önemli özelliklerinden sayılmaktadır. Yaratıcılık, fikirlerin ilk kez geliştirilmesi, fırsatlar ve tehditlere karşı bakış açısı geliştirebilmektir. Yenilik ise problemler karşısında ve fırsatların değerlendirilmesi açısından insanların en iyi yaşam refahını geliştirecek veya iyileştirmeler yapacak şekilde yaratıcılıkla çözüm yollarını uygulamaya koyma becerisidir (Döm, 2006, s. 10).

Girişimcilerin belirleyici diğer bir özelliği risk almaktır. Risk almak deyince akla ortaya çıkabilecek sorunları görmeden ve olabilecek alternatifler arasından en yararlı seçeneği seçmeden düşüncesizce riski seçmek değildir (Busenitz, 1999, s. 35). Tüm bunların tersine risk, elde edilecek kârın yüksek olacağına inanç ve planlı şekilde akli

kullanarak karar verip en uygun girişimi gerçekleştirmeyi içerir (Kinay, 2006).

Girişimcinin başarılı olması için birçok faktörü başarıyla yönlendirmesi gerekmektedir. Liderlik kavramı girişimcilerin verimli ve etkili şekilde çalışması için önem taşır. Girişimci risk alarak işletmesi için birçok görevi yerine getirmektedir. Girişimci kararlarını alırken çalışanları etkileyerek, işletmenin yararları doğrultusunda çalışmalarını sağlamalıdır. Bunun içinde belli liderlik tutumlarını ve özelliklerini yerine getirmelidir. Girişimcinin öncelikli iş, kâr eldeedeceği işletmesi için fırsatları ve yatırım çözümlerini yapabilecek duruma getirmek ve yatırım çözümlerini öğeleri tespit etmek ve kaynakları toplayabilmektir (Aykan, 2002, s. 61).

Girişimciler kendileri ve işletmeleri için en iyi vizyonu oluşturmalıdır. Bunun sonucunda iş görenlerinin motivasyonu başarı için şekillenecek ve davranışları değişecektir. Stratejik planlama, girişimcinin başarısını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Girişimci stratejik planlama ile, karşısına çıkan fırsatları varlık ve kaynaklarıyla bağlayarak, ileri görüşlülüğü ve görevleri belirleme olanağı bulacaktır. Girişimci kişiler sürekli olarak problemlerle karşı karşıya gelmektedir. Bu yüzden problem çözme kabiliyeti artmaktadır. Bu yeteneğin aşamaları, sorunu tespit etmek, doğruyu görme, sorunları çözmek için planlama şeklindedir (Aykan, 2002, s. 61).

Proaktif kişiler, hata yapmaktan korkmayan ve inandığı fikirleri işleve koyan ve istediğinden emin olurlar. Aynı zamanda fırsatları takip eden, inisiyatif alan, dinamik ve yeniliği yakalamaya dair kişiliği ifade eder (Batteman ve Crant, 1993, s. 105).

2.5.3. Girişimci Sosyoloji

Girişimci gelişiminde, “moral değerler, hukuk sistemi, ekonomik istikrar ve dış ticaret rejimi, eğitim, fiziki altyapı, teşvik politikaları gibi dışsal faktörler büyük önem taşır (Kinay, 2006, s. 14). Girişimci en çok etkileyen güç sağlıklı sosyal koşullardır. Baskıcı ve hukuki açıdan güvensiz bir ortam olan ülkelerde, girişimci yetenek ve kişilik sahibi kişilerin başarıma şansı daha düşüktür. Girişimciyi isteklendiren şeylerin güvence olarak desteklenmesi gerekir. Yüksek maliyetli iş düşüncesi girişimciyi başarısız yapabilir. Bir iş fikrini kendi ülkesinde yüksek faizle yaparken başarısız olan kişi aynı fikri başka ülkede düşük faizle yapan kişi başarılı olabilir. Özellikle döviz kuruyla iş yapan girişimci kişilerin girdileri kur yükseldiğinde işletme maliyetlerini artırabilir. İnsan yaşamında karakterin ve kültürünün oluşması için ekonomik durumlar ve din rol oynamaktadır. Kişin doğduğu andan itibaren etkilendiği şeyler din ve aile evresidir. Bu

değerlere bağlılık, kişinin girişimci düşünlerini etkilemektedir. Bu yüzden ki girişimci kişi karar verirken ve girişimde bulunurken din ve çevresel kültür açısından etkilenir ve ona göre kendine kazanım şekillendirir. Din ve ekonomi iç içe konu olarak bağdaştırılabilir. Girişim aşamasında dini vecibeler doğrultusunda ekonomiden destek alır. Girişimcinin etkilendiği ortamda, hukuksal ve etik değerlerin ekonomik masraflarını karşılama miktarına göre evren şekillenecektir. Eğer girişimci istediği saygınlığı ve morali alacak bir çevreden yoksunsa, kendini zayıf hissedecektir.

2.6. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ MODELLERİ

Literatürde birçok kaynaklarda farklı araştırmacılar tarafından girişimcilik niyetinin oluşumu ile ilgili araştırma modelleri vardır. Bireylerin davranışları ve bireyler arasındaki ilişkiyi anlatan niyet modelleri girişimcilik kavramını aktarmak için önemli bir sorunu ele almış olarak değerlendirilmektedir. Niyet modellerinin girişimciliğe ait algıyı ve tahmin yeteneğimizi arttırmak için çok büyük bir fırsat sunar (Krueger vd, 2000, s. 415).

Bozkurt'un (2014, s. 29) araştırmalarında topladığı modelleri bir araya getirerek ele alırsak birçok model olduğu görülmektedir. Bu modeller:

- Davidson Modeli,
- Girişimci Niyetinin Yapısal Modeli (Luthje ve France, 2003),
- Bird'ün(1988) geliştirdiği ve Boyd ve Vozikis (1994) tarafından yenilenen Girişimsel Niyet Modeli,
- Shapero ve Sokol'un (1982) Girişimcilik Etkinliği Modeli,
- Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranışlar Teorisi Modeli.

Tung'un araştırmasında bu modeller farklı türler açısından karşılaştırma yapmıştır (Tablo 2.1).

Tablo 2.1'de görüleceği gibi girişimcilik incelemeleri kapsamında farklı niyet modelleri ele alınmıştır ve girişimci niyeti modelleri uyum sağlamıştır. Girişim öncesi olayları vurgulamıştır (Tung, 2011, s. 83).

Bu modellerin içinde daha detaycı kapsam bakımından ayrışan ve literatürde baskın çıkmış modeller bulunmaktadır. Bu niyet modelleri içinde, sadece PDT, girişimci niyetinin ilklerini toplumsal seviye geniş açısı uygulanmakta ve bu faktörle girişimcilik

niyeti açısından birebir etkisi vardır (Tung, 2011, s. 89). PDT kadar diğer girişim modelleri etkili olmamıştır. PDT dengeli ve uygulanabilir bir teorik bir sınır sunmaktadır (Linan vd., 2016, s. 762).

Tablo 2.1: Girişimcilik Niyet Modelleri

Perspektifler	EEM (Shapero ve Sokol, 1982)	EIM (Bird, 1988)	Revised EIM (Boyd ve Vozikis, 1994)	TPB (Ajzen, 1991)	EPM (Davidsson, 1995)	SMEI (Luthje ve Franke, 2003)
Niyet	Dikkate alındı	Dikkate alındı	Dikkate alındı	Dikkate alındı	Dikkate alındı	Dikkate alındı
Temel Teori	Niyet teorisi	Hedef belirleme teorisi	Hedef belirleme teorisi ve öz yeterlilik teorisi	Niyet teorisi	Niyet teorisi	Niyet teorisi
Bireysel algı: Arzu edilebilirlik	Arzu edilebilirlik	Dikkate alınmaz	Tutum	Girişimciliğe karşı tutum	Genel ve özel tutum	Girişimciliğe karşı tutum
Bireysel algı: Yetenek	Uygulanabilirlik algısı	Dikkate alınmaz	Öz yeterlilik	Algılanan davranışsal kontrol	İnanç	Dikkate alınmaz
Sosyal norm/ Sosyal baskı	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz	Subjektif norm	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz
Kişilik Özellikleri	Tutumu ve dolaylı olarak niyeti etkileyen dışsal faktörler	Tutumu ve dolaylı olarak niyeti etkileyen dışsal faktörler	Tutumu ve dolaylı olarak niyeti etkileyen dışsal faktörler	Tutumu ve dolaylı olarak niyeti etkileyen dışsal faktörler	Dikkate alınmaz	Tutumu ve dolaylı olarak niyeti etkileyen dışsal faktörler
Davranış eğilimi	Davranış eğilimi	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz	Dikkate alınmaz
Durum/ Bağlamsal faktörler	Harekete geçirici olay	Sosyal, politik ve ekonomik bağlam	Sosyal, politik ve ekonomik bağlam	Algılanan davranışsal kontrol (hem niyet hem de davranışları etkiler)	Mevcut istihdam durumu	Algılanan engeller ve destekler
Uygulama Alanları Kapsamı	Girişimcilik eğitimi ve uygulaması	Girişimcilik uygulamaları	Girişimcilik uygulamaları	Girişimcilik eğitimi ve uygulaması	Girişimcilik eğitimi ve uygulaması	Girişimcilik eğitimi
Girişimcilik Niyetleri üzerine ampirik çalışmalar	Audet (2002), Krueger (1993), Krueger vd.. (2000), Peterman ve Kennedy (2003), Segal vd.. (2005), Veciana vd.(2005), Walstad ve Kourilsky (1998)		Chen vd., (1998); De Noble vd..(1999), Li (2008), Wilso vd., (2007), Zhao vd. (2005)	Audet (2002); Autio vd. (2001),Fayolle vd.(2006), Gelderen, vd.(2008), Gird ve Bagraim (2008),Kolvereid (1996), Krueger vd. (2000),Souitaris vd. (2007), Tkachev ve Kolvereid (1999), Veciana vd. (2005)	Autio vd. (1997), Davidsson (1995)	Luthje ve Franke (2003)

Kaynak: Tung, 2011, s. 85.

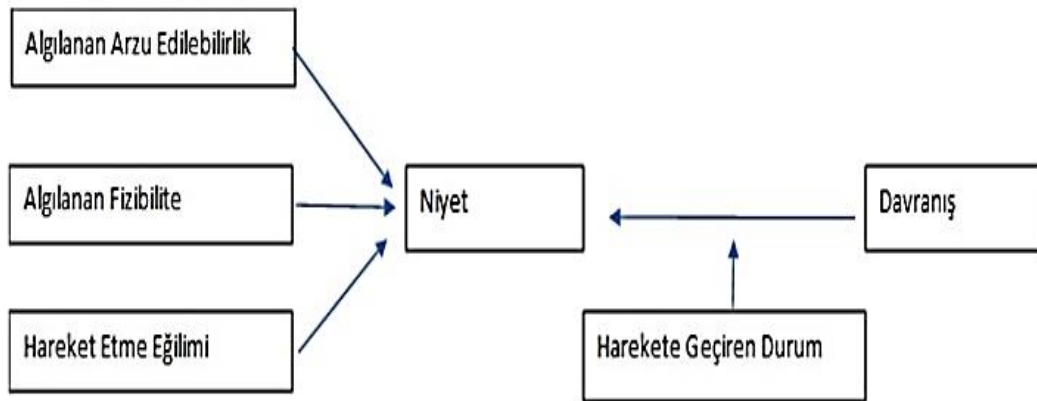
2.6.1. Shapero'nun Girişimcilik Etkinliği Modeli

Shapero ve Sokol tarafından 1982 yılında girişimcilik niyeti etkinliği modeli incelenmiş ve şekillendirilmiştir (Şekil 2.1). Girişimci niyeti Shapero'nun modeline göre; "algılanan arzu edilebilirlik, algılama fizibilite ve hareket etme eğilimi" ile belirlenir (Malebana, 2016, s. 367; Zhang vd., 2014, s. 626).

Bu şu şekilde anlatılabilir (Oosterlinck, 2016, s. 20):

- Algılanan arzu edilebilirlik, bireyin kendi işlerini yaratma konusuna ne kadar yatkın olduğunu ifade eder,
- Algılanan fizibilite, kişinin bir girişim faaliyetine başlayabileceğini düşünmesidir. Bu faktör öz yeterliliği esas olarak yansıtmaktadır.
- Hareket etme eğilimi, bireyin aldığı kararlara göre hareket etme isteğidir ve kontrol algıları (harekete geçerek kontrol etme arzusu) tarafından yönlendirilir.

Şekil 2.1: Shapero Modeli



Kaynak: Oostelinck, 2016, s. 20.

2.6.2. Girişimsel Niyet Modeli ve Revize Edilmiş Girişimsel Niyet Modeli

Bird'ün şekillendirdiği ve sonra Boyd ve Vozikis tarafından düzeltilen girişimcilik niyet modeli literatürde sürekli ele alınan bir modeldir. Bird modeli, "Bir hedefe ulaşmak için bir kişinin dikkatini belirli bir nesne veya yola yönlendiren bir zihin durumu" olarak tanımlamıştır. Model davranışsal analiz için tespit edilmesi için imkân sağlar. Girişimcilerin örgütlerin ne şekilde oluşturduğunu, ilerlettiğini ve nasıl çevirdiğini açıklamaya yöneliktir. Bu nedenle girişimciliği stratejik yönetimden ayırmak için açıklamaya yardım eden sorulara dikkati yönlendirir (Bird, 1988, s. 442). Model

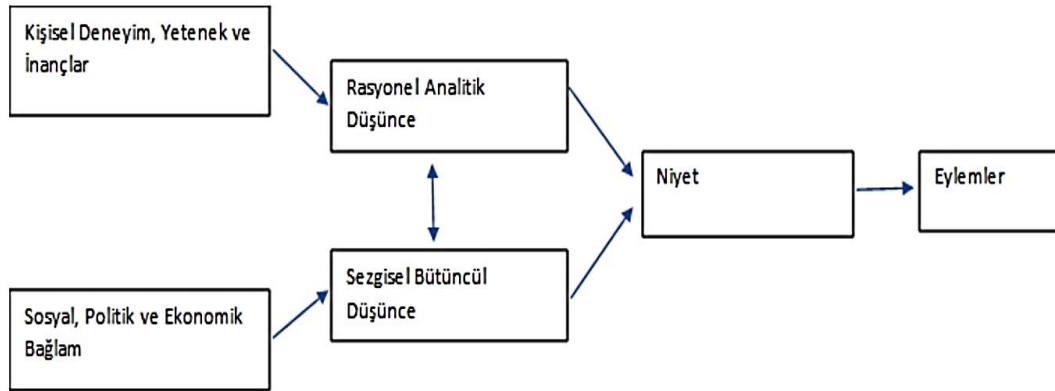
girişimciler için yönetme ve iş kurma açısından yol göstermekte (Tung, 2011, s. 76) ve üç kısımda girişimcilik niyetini incelemektedir (Bird, 1988, s. 451).

Birinci kısım, stratejik yönetim ve girişimcilik arasındaki değişikliği gösterir ve girişim gerçekleştirme psikolojik alanda inceler.

İkinci kısım: modelde gösterilen teklifler ve varsayımlar, girişimci niyetlerin örgütsel doğru yönelmesine, var olmasına, örgütsel biçime liderlik ve büyüme, örgütsel gelişme ve örgüt kuramıyla aynı anlamı taşıyacak şekilde üzerinde tesiretmesine izin verir.

Üçüncü kısım, işlerin oluşturulması, düzenlenmesi ve işletilmesinin girişimcilerin kendi düşünceleri ve kazanımları sonucunda şekillendiğini belirtmektedir. Bu model sayesinde girişimci örgüt ve kuramların, öncesini ve yapı taşlarını oluşturan, iç ruhsal ve sosyal yapılar incelenebilir.

Şekil 2.2: Bird Girişimsel Niyet Modeli



Kaynak: Bird, 1988, s. 444.

2.6.3. Davidsson'un Ekonomik –Psikolojik Modeli

Davidsson 1995 yılında, kişilerin niyetlerine etki eden ekonomik psikolojik modeli literatürde yayımlanmıştır. Modelin gelişmesinin ardındaki ana maddeler şunlardır (Davidsson, 1995, s. 4):

Sokol ve Bird modellerini inceleyerek Davidsson modelini geliştirmiştir ve bu modelleri yükselten istikşaf eden bilimsel sonuçlarını birleştirmiş, yeni girişimcilerin ve girişimci olacak olan kişilerin özelliklerine ait ampirik araştırmalarını dikkate almış ve yeni iş oluşumu ve büyüme miktar tahminlerini, psikolojik ve asıl ekonomik teorilerini göz

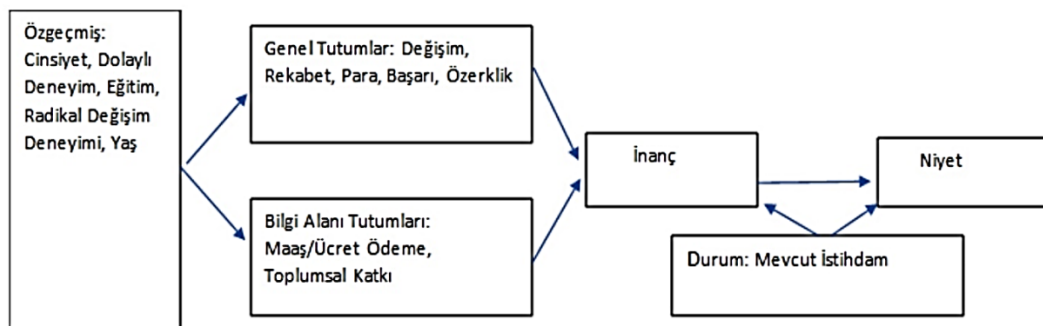
önünde bulundurmıştır.

Davidsson'un Ekonomik-Psikolojik Modelinde, otobiyografinin hem genel anlamda tutumları hem de alan anlamında tutumları etki ettiği farz edilmektedir. Bu faktörler:

- Niyet: Yeni girişim süreci, belli zaman diliminde plan yapmaktadır ve niyet, girişime geçme faaliyetinde bulunma isteğidir (Davidsson, 1995, s. 6).
- İnanç: Bireyin inandığı ve kariyeri için uygun bir seçenek olduğuna inanması ve belirleyicinin niyet olmasıdır (Davidsson, 1995, s. 6).
- Mevcut İstihdam Durumu: Girişimcilik ile istihdam durumu arasında olumlu bir ilişki vardır. Birçok yapılan araştırmalar sonucunda tespit edilmiştir (Davidsson, 1995, s. 6).
- Genel Tutumlar: Kişinin psikolojik durumları anlatılmaktadır (Davidsson, 1995, s. 7).
- Bilgi Alanı Tutumları: Girişimcinin bilgi birikimi ve mevcut durumlarının uygunluğunu ifade etmektedir (Davidsson, 1995, s. 6).
- Özgeçmiş: Kapsamlı davranış ile bilgi sahası tutumların oluşmasını ve farklı olmasını gerektğini sağlayan faktördür.

Kişinin yaşamı ile girişimcilik için psikolojik yönelimleri ve girişimciliğe yönelik inandığı inanç, girişimcilik arzusu oluşmasında etkili faktörleri meydana getirmektedir ve kişinin o an ki çalıştırma durumu girişimcilik niyetini güçlendirmektedir.

Şekil 2.3: Davidsson Modeli



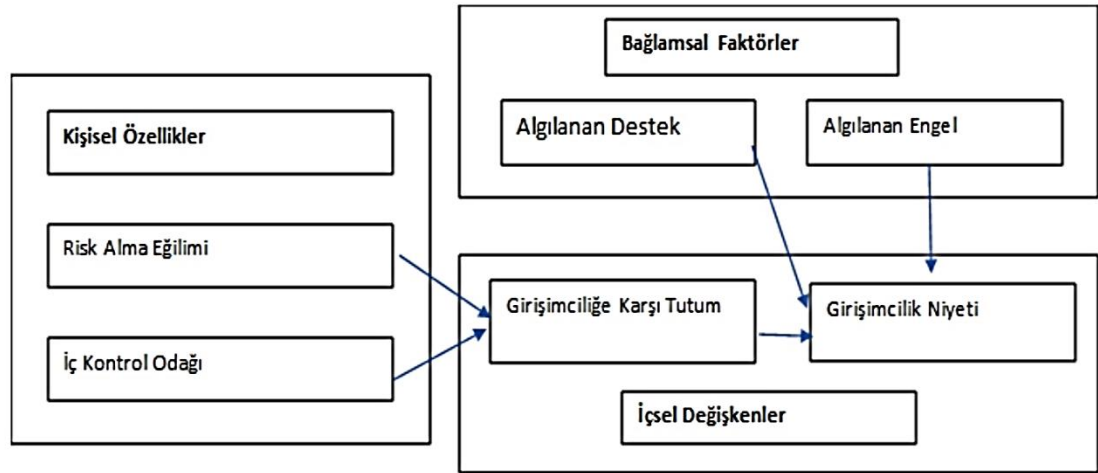
Kaynak: Davidsson, 1995, s. 5.

2.6.4. Girişimci Niyetin Yapısal Modeli

Yapısal girişim modelini girişimcilik üstünde tutumun etkisi göz önünde bulundurulduğunda yapısal girişimi Luthje ve Franke geliştirmiştir. Bu modelde bireyin benlik niteliklerinin girişimci niyetini etki ederek yeni bir iş oluşturmak niyetini farklı yoldan etkilediği düşünülmektedir. İlişkisel olarak faktörleri bağlamsal etkisinde vurgulanmaktadır. Birçok araştırma ve mülakatlar sonucunda modeli kişisel özellik olarak “*risk alma eğilimi*” ve “*kontrol odağı*” yapısal modele uyarlamışlardır. Kişiliğin bir parçası olarak risk alma ve kontrol odağı girişimcilik alanında yapılan çalışmalarda sürekli olarak vurgulanmıştır (Krueger vd. 2000, s. 415).

Model girişimi başlatmak için dört faktörde incelenmiştir. Bu faktörler: kontrol odağı, çevresel destek, risk alma eğilimi ve engeller olmak üzere sıralanabilir. Model değerler, öğrenilmiş kişilik özellikleri ile “özel girişimcilik” davranışı arasındaki bağlamın ürünüdür (Luthje ve Franke, 2003, s. 138).

Şekil 2.4: Girişimci Niyetin Yapısal Modeli



Kaynak: Luthje ve Franke, 2003, s. 139.

2.7. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞMESİNE KATKI SAĞLAYAN KURUM VE KURULUŞLAR

Girişimciliği destekleme konusunda ülkemizde aktif olan birçok kurum ve kuruluşlar vardır. Girişimciler için girişimcilik ile ilgili eğitim, danışmanlık, eleman istihdamı için destek, maddi destek, tanıtım desteği gibi birçok konularda yardım

etmektedirler. Bu kurum ve kuruluşlar girişimci destekleri konusunda destek alınabilecek yerlerdir.

2.7.1. KOSGEB (Küçük ve Ortak Ölçekli Sanayi Geliştirme İdaresi Başkanlığı)

20 Nisan 1990 tarihinde kurulan küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin sosyal ihtiyaçlarının karşılanması, ekonomik gereksinimlerinin giderilmesi, rekabet güçlerini yükseltmek, rekabet düzeylerini ölçmek ve sanayide uyumu ekonomik ilerlemelere uygun şekilde gerçekleştirmek amacıyla 3624 sayılı kanunla kurulmuştur (Öktem, Aydın ve Ekinci, 2007 s. 29).

KOSGEB'in vermekte olduğu destekler şu şekilde sıralanabilir:

- Kredi Getiri Desteği
- İşbirliği Güç Birliği Destek Programı
- Girişimcilik Destek Programı
- Laboratuvar Hizmetleri
- Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı
- Genel Destek Programı
- AR-GE, İnovasyon, ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı
- Tematik Proje Destek Programı
- KOBİ Destek Programı.

KOSGEB, Sanayi ve Ticaret Bakanlığına bağlı kamu kuruluşudur. Tüzel kişiliğe sahip olan bu kuruluş, tüm işletmelerin özel hukuk hükümlerine bağlıdır.

2.7.2. Kalkınma Ajansları

Devlet Planlama Teşkilatı'na bağlı olarak kurulan kalkınma ajanslarının amacı; sosyal ilerleme sahasında oluşan strüktürel şekil değiştirmenin ve devamlı kalkınmanın ve yöresel maddi kalkınmanın önemli yapı taşlarını oluşturan kurumlar içinde yer almaktır. Kalkınma ajansları (<https://www.ka.gov.tr/sayfalar/bolgesel-kalkinma-ve-ulkemizde-bolgesel-kalkinma-politikalarinin-gelisim-sureci--22>, 2023);

- Bölgesel etkinlerinin yükseltilmesi ve bu açıdan uygulamaların artmasını; ülkece kalkınmasına, ilerlemesine, başarı oranının artmasına ve dengesiz uyumun sağlanmasını; hukuk temellerinin sağlanması ve bütünleşmeyle içme politikalarının küreselleşmeyle birlikte yeni pazar şartlarına uyumun artırılmasına yardımcı olacak,
- Eğitim verilerek donanımlı çalışanlar yetiştirmek, girişimcilere maddi ve inzibati hususta her türlü destek, kaynaklar ve iş yaratma konusunda teşviklerin sağlanması,
- Plan ve projelerin yürütülmesi ve uygulanması konusunda beceri ve yeteneklerin kazandırılması,
- Girişimcilerin iş fikirlerinin değer kazandırılması ve ortaya konulması hususunda cesaretlendirilmesi ve özgünlük yaratarak ulusal anlamda pazar payında yer edindirilmesi,
- Sonuç olarak bölgeler arasında ki farklı projelerin ekonomik anlamda bölgesel olarak değerlendirilmesi sonucunda belirli istihdamların kuruluşça sağlanması.

2.7.3. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

Özel hukuk hükümleri tabi bu kurum 24 Temmuz 1963'te 11462 sayılı Resmî Gazete yayınlanmış, 17 Temmuz 1963 tarihinde 278 kanunla kurulmuştur. Başlangıçta sadece bilim alanında destek verirken şimdi birçok alanda teşvik sağlamaktadır.

Yurt dışındaki gelişmeleri takip ederek yurt içi gelişmelere adapte edip girişimcilere fikir sunmak ve desteklemek amacıyla da kurulan bu kurum yurt içi gelişmenin artmasını ve üreticilerin destekleyici çalışmaları da temsil etmektedir.

2.7.4. İş ve İşçi Bulma Kurumu

İşsizlere ve işçi arayanlara destek amacıyla kurulan İş ve İşçi Bulma Kurumu girişimcilere destek programları sunmaktadır. KOSGEB ile İŞKUR anlaşmasıyla eğitim içeriği belirlenir ve eğitim verilmektedir. Eğitimlere katılmak için reşit olmak, kayıtlı işsiz olmak. En az ilköğretim mezunu olmak ve daha önce girişimcilik konusunda teşvik almamak gerekir.

2.7.5. Diğer Destek Veren Kurumlar

Girişimciliği destekleyen birçok kurum olmakla beraber diğer destek kurumlarını şu başlıklar altında sıralayabiliriz:

- Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA)
- Toplum Gönüllüleri Vakfı
- Türkiye Kalkınma Bankası
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

2.8. GİRİŞİMCİLİK AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Girişimcilik kararı almadan önce kişi avantajlarını ve dezavantajları bilmesi gerekmektedir. Oluşabilecek avantajlar ve dezavantajlar durumunda doğru adımları atabilmeli ve bu adımların farkına varmalıdır (Güney, 2008).

2.8.1. Girişimcilik Avantajları

Girişimcilikte kendi işletmemizi kurmamız hayatın bize sunabileceği en karlı fırsatlardan olabilir. Girişimcilik kararı alınırken veya girişimci olmak isterken avantajları şu şekilde sıralayabiliriz:

2.8.1.1. Kendini Yönetebilme

Girişimci özgür olmalıdır ve hiçbir etki altında kalmadan kendi kararlarını alabilmelidir. Girişimcinin kendini yönetebilmesi ve bağımsız bir şekilde karar alması girişimciyi tatmin eder ve girişimci birçok kişiye örnek olabilir.

2.8.1.2. Başarma İsteği

Girişimciler için yenilik çok önemlidir ve aldıkları kararlar yeni başlangıç yapmaları için üstlendikleri kararlar girişimciler için önem taşır. Karlılık amacı taşıyan fikirler başarma isteği taşır ve aldıkları kararların başarılı olması veya olmaması durumunda sorumlu olanın kendileri olduklarını bilirler.

2.8.1.3. Maddi Üstünlük

Girişimciler amaçların doğrultusunda ne kadar zengin olmak olarak görünse de istedikleri şey hayallerini gerçekleştirmektir. Girişimciler maddi üstünlük yaratıp kontrolün kendilerinde olmasını isterler. Yönetilen değil yöneten olmak isterler. Çalışma saatlerinin kendilerine göre olmasını isterler. Bu yüzden ki kontrol etmek istediklerinin arasında işe girme saati veya işten çıkma saati de vardır. Üstünlük konusunda ailede veya çevrede saygınlık da sayılabilir. Girişimciler kendi çevresi ve diğer kişilerin gözünde başarılı ve takdir edilen olarak görülmek isterler.

2.8.2. Girişimciliğin Dezavantajları

Girişimci olmak kolay görünse de aslında en zor mesleklerden biridir. Bir iş fikri olmakla birlikte cesaretli ve istekli olmak gerekir. Girişimcilerin olmanın avantajları olsa da dezavantajları da vardır (Güney, 2008). Şu şekilde sıralanabilir:

2.8.2.1. Fedakârlık

Girişimci olmak fikri ne kadar iyi olsa da her şeyin plan ve programı girişimciye aittir. İlk iş fikri oluşturulmaya başlandığında zaman kaybı olur. Kendisi ve çevresindekilere zaman ayıramaz, çoğunlukla iş konusunda zamanını harcar. İlk aylarda oluşan bu serüvende yüksek tempoda ve haftanın her günü çalışmak gerekir. Kişisel hobileri ve ailesi gibi etkenler ikinci planda kalır. Ne kadar kendisinin fedakârlık etmesi gerektiği düşünülse de çevresinin de bu konuda fedakârlık etmesi gerekir. Bu nedenle girişimciler iş fikrini gerçekleştirdikten sonra bir süre zorluk yaşarlar (Güney, 2008).

2.8.2.2. Sorumluluk

Girişimci kişinin her konu hakkında bilgi sahibi olması gerekir. Çalışanları olsa da her departman hakkındaki bilgisiyle doğru yönlendirmeleri yapabilmeli ve doğru iş dağılımını yapabilmelidir. Girişimci kişi lider/yöneten kişi konumunda olduğu için kimi zaman yalnız kalmaktadır. Çalışanlar kendi aralarında dostluk kurup kendi içlerinde buluşma planları gibi etkinlikler yapabilmektedir. Ancak girişimci bu gibi etkinliklerden uzak kalabilir. Tüm zamanını ve enerjisini işi için harcar. Bu doğrultuda sorumluluk yükünü çalışanlarına göre kendisi daha çok taşır (Güney, 2008).

2.8.2.3. Zarar Durumunda Anlayışlı Olamamak

Girişimcinin girişimde bulunurken sermayesi kısıtlı olabilir ve sermayenin tamamını kendine ait olabilir. Bu durumda girişimci maddi anlamda zorluk yaşayabilir. Sermayenin yetmemesi durumlarında meydana gelecek olan sermaye zorluklarıyla baş edebilmelidir. İşletmenin sermaye kaybı durumunda gerekli sermayeyi bulmak için özveri gösteremeyebilir. Girişimci kişiliği az olan veya hiç olmayan kişilerin kendilerine güvenleri az, risk almaktan hoşlanmayan, yenilikleri takip etmeyen ve uyum sağlayamayan ve yaratıcı gücü yok denecek kadar az olan kişilerdir. Bu husustaki kişiler başarı elde etmekte zorlanırlar (Joe A.Lischeron, 1993, s. 84).

Literatürde girişimcilerin örgütlerin ne şekilde oluşturduğunu, ilerlettiğini ve nasıl çevirdiğini açıklamaya yöneliktir. Bu nedenle girişimciliği stratejik yönetimden ayırmak için açıklamaya yardım eden sorulara dikkati yönlendirir (Bird, 1988, s. 442).

Çoğu zaman girişimcilik kavramı girişimci kişilerin bakış açılarına dayalı olarak çözümlenmektedir (Ağca, 2005, s. 151).

Girişimciliğin en çok geliştiği ve rekabetin olduğu yerler işletme, maliye ve iktisat alanlarıdır ve itici güç durumundadır (Peter, 2008).

Girişimcilik fırsatları kollama ve takip etme süresidir (Chell, 2007).

Girişimciliğin en çok geliştiği ve rekabetin olduğu yerler işletme, maliye ve iktisat alanlarıdır ve itici güç durumundadır (Peter, 2008).

Girişim için girişimcinin yakalanan fırsatın değerlendirilmesi ve geliştirilmesi, yenilik ortaya koyması mümkündür (Singh, 2001). Asıl unsurlardan biri Adam Smith’le birlikte 19.yüzyıla kadar girişimcilik kavramı yöneten kişi olarak anlamlandırılmış ve değerlendirilmiştir (Ercan ve Gökdeniz, 2009).

Girişimcilik kavramının birçok farklı tanımı vardır. İşletmesi olan ve yöneten, işletmesi için ve kendisi için risk alan kişileri girişimci olarak tanımlamak mümkündür. Piyasada karşılanmamış istekleri gerçekleştirmeye yönelik girişimci çaba gösterir ve bu istekleri gerçekleştirir. Jean Baptiste Say ise, yaratıcı kavramına daha çok dokunarak girişimcilik temellerini yaratıcılık seviyesi düşük yerden yaratıcılık seviyesi yüksek olan yere doğru ilerlemesinden bahsetmektedir. Timotiy S. Hatten ise, girişimcilik kavramını müsait anların avantaja çevrilmesi ve risk alması olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Taşdemir, 2017, s. 76).

Girişimcilik kavramı oldukça kapsamlı bir kavramdır. İlk ad olarak teşebbüs ve müteşebbis kavramları zamanla değişerek günümüzde girişim ve girişimci olarak bilinmektedir. Jean Baptist, Joseph Alois Schumpeter göre kavramların tanımları farklılık göstermektedir. Girişicilik kavramı Jean Baptist Saydan itibaren dördüncü olarak üretim faktörlerinden tanımlanmaktadır. Günümüzdeki anlamları girişim ve girişimci olan teşebbüs ve müteşebbis kavramlarının anlamları, girişim için bir işi yapmaya kalkışmak, can atmayı, davranışta bulunmayı veya fikir gerçekleştirmeyi ifade ederken; girişimci ise bu olayları gerçekleştirecek kişiyi ifade eder (Küçükeşmen, Türkoğlu ve şimşek, 2019, s. 590).





ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ:
KÜTAHYA İLİNDE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Girişimci olmak ve girişimcilik cesareti taşımak içten gelen ve sonradan eklenen bir olgudur. Girişimcilik süreci fırsatları görüp risk alarak başlamaktadır. Sadece fikrin olması değil, fikrin gerçekleştirilmesi girişimciliğin başlangıcıdır. Girişimi engelleyecek dışsal faktörler bulunmaktadır. Maddi yetersizlik ve toplum baskısındaki ‘o iş olmaz’ manipülasyonu vb., girişimciliği negatif etkileyen etkenlerdendir. Girişimcilerin inovatif girişimcilik kazanımları çerçevesinde yenilik, inovatif düşünce ve girişimcilik ilişkisini ve etkisini demografik değişkenler ile test etmek amaçlanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, SINIRLILIKLARI VE HİPOTEZLERİ

Araştırma Kütahya İl’inde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerde mevcut işi bulunan ve işletmelerin sahibi olan girişimcileri kapsamaktadır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket için Girişimcilerin Girişimcilik, İnovasyon Yapma, İnovatif Düşünce ve İnovatif Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi adlı Makbule Alkan’ın Yüksek Lisans Tezindeki ölçekten yararlanılmış ve katılım %100 oranında karşılıklı görüşmeler yolu ile girişimcilerin anketi cevaplayarak katkı göstermeleri sağlanmıştır. Kütahya İl’inde bizzat firma sahibi, girişimcilik düşüncelerini hayata geçirmiş olan kişiler görüşme kapsamına alınmıştır. Anket 3 sektörde yapılmıştır. Anket sektör kısıtlaması 1- Eğence, 2- Ticaret, 3- Hizmet sektör başlıklarıyla kısıtlanmış ve 250 kişiyle yapılmıştır. Ancak tüm sorulara tam yanıt vermemiş olan 41 kişi çıkarılmıştır. 209 kişi tüm sorulara tam yanıt vermiş olduğu için bu kişilerin anketi araştırmaya dahil edilmiştir.

Hipotez 1. “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı ilişki vardır”

Hipotez 2. “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile yaş arasında anlamlı ilişki vardır”

Hipotez 3. “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile medeni durum arasında anlamlı ilişki vardır”

Hipotez 4. “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile mesleki deneyim arasında anlamlı ilişki vardır”

Hipotez 5. “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile çalışma süresi arasında anlamlı ilişki vardır”

Hipotez 6. “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile sektör

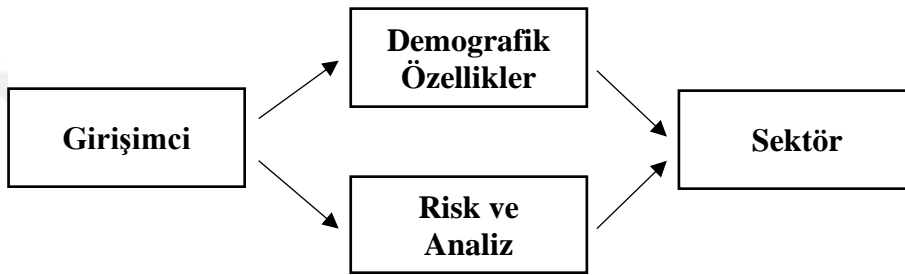
arasında anlamlı ilişki vardır”

Sorulara verilen cevaplara göre kavramlar birbiri ile anlamlı yönde etkilenmiştir ve birbirleri ile ilişki olduğu yönünde cevaplar alınmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Çalışmanın modeli verilen cevaplara göre elde edilmiş ve kurgulanmıştır. Çalışmanın şematik modeli aşağıdaki gibidir;

Şekil 3.1: Şematik Tez Modeli



3.4. ANKET BİLGİLERİ

Anket tek ölçekle 38 soru ile çalışma için oluşturulmuştur. Bu girişimcilik ölçeğidir. Anket ve ölçekler, ilgili literatür taranarak araştırmacılar Doç. Dr. Haluk Tanrıverdi ve Makbule Alkan tarafından oluşturulmuştur.

3.5. ANALİZ BULGULARI

Tablo 3.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışma Süresi				Medeni Durum		Toplam	
				Evli	Bekar		
1-5 yıl	Ticaret	Cinsiyet	Erkek	25	17	42	
			Kadın	17	14	31	
		Toplam		42	31	73	
	Hizmet	Cinsiyet	Erkek	2	4	6	
			Kadın	3	6	9	
		Toplam		5	10	15	
	Eğlence	Cinsiyet	Erkek	10	16	26	
			Kadın	7	7	14	
		Toplam		17	23	40	
	Toplam	Cinsiyet	Erkek	37	37	74	
			Kadın	27	27	54	
		Toplam		64	64	128	
6-10 yıl arası	Ticaret	Cinsiyet	Erkek	18	6	24	
			Kadın	6	6	12	
		Toplam		24	12	36	
	Hizmet	Cinsiyet	Erkek	3	2	5	
			Kadın	2	0	2	
		Toplam		5	2	7	
	Eğlence	Cinsiyet	Erkek	4	3	7	
			Kadın	4	1	5	
		Toplam		8	4	12	
	Toplam	Cinsiyet	Erkek	25	11	36	
			Kadın	12	7	19	
		Toplam		37	18	55	
11 yıl ve üzeri	Ticaret	Cinsiyet	Erkek	17	2	19	
			Kadın	3	0	3	
		Toplam		20	2	22	
	Hizmet	Cinsiyet	Kadın	1		1	
			Toplam	1		1	
	Eğlence	Cinsiyet	Erkek	2		2	
			Toplam	2		2	
	Toplam	Cinsiyet	Erkek	19	2	21	
			Kadın	4	0	4	
		Toplam		23	2	25	
	Total	Ticaret	Cinsiyet	Erkek	60	25	85
				Kadın	26	20	46
		Toplam		86	45	131	
Hizmet		Cinsiyet	Erkek	5	6	11	
			Kadın	6	6	12	
		Toplam		11	12	23	
Eğlence		Cinsiyet	Erkek	16	19	35	
			Kadın	11	8	19	
		Toplam		27	27	54	
Toplam		Cinsiyet	Erkek	81	50	131	
			Kadın	43	34	77	
		Toplam		124	84	208	

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 3.1'de verilmiştir.

Girişimcilerin 1-5 yıl çalışma suresi medeni durumuna gore ticaret sektorunde erkeklerin (42) 25'inin evli 17'sinin bekar, kadınların (31) ise 17'sinin evli 14'ünün bekar olduğu gorlmektedir. Toplamda 42 evli, 31 bekar, 73 kişi katılım sağlamıştır. Ticaret sektorunde evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısından fazla olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısından fazla olduğu, evli kişilerin çalışma sayısı bekar kişilerin çalışma sayısından fazla olduğu gorlmektedir. Buna gore ticaret sektorunde evlilerin bekarlara gore çalışma isteğinin fazla olduğu gozlemlenmiştir.

Girişimcilerin 1-5 yıl çalışma suresi medeni durumuna gore hizmet sektorunde erkeklerin (6) 2'sinin evli 4'ünün bekar, kadınların ise (9) 3'ünün evli 6'sının bekar olduğu gorlmektedir. Toplamda 5 evli, 10 bekar, 15 kişi katılım sağlamıştır. Hizmet sektorunde evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısından az olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısından az olduğu, evli kişilerin çalışma sayısı bekar kişilerin çalışma sayısından az olduğu gorlmektedir. Buna gore hizmet sektorunde evlilerin bekarlara gore çalışma isteğinin az olduğu gozlemlenmiştir.

Girişimcilerin 1-5 yıl çalışma suresi medeni durumuna gore eğlence sektorunde erkeklerin (26) 10'nunun evli 16'sının bekar, kadınların ise (14) 7'sinin evli 7'sinin bekar olduğu gorlmektedir. Toplamda 17 evli, 23 bekar, 40 kişi katılım sağlamıştır. Eğlence sektorunde evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısından az olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısına eşit olduğu gorlmektedir. Buna gore eğlence sektorunde evlilerin bekarlara gore çalışma isteğinin az olduğu gozlemlenmiştir.

Girişimcilerin 6-10 yıl çalışma suresi medeni durumuna gore ticaret sektorunde erkeklerin (24) 18'inin evli 6'sının bekar, kadınların (12) ise 6'sının evli 6'sının bekar olduğu gorlmektedir. Toplamda 24 evli, 12 bekar, 36 kişi katılım sağlamıştır. Ticaret sektorunde evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısından fazla olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısının eşit olduğu gorlmektedir. Buna gore ticaret sektorunde evlilerin çalışma isteğinin fazla olduğu gozlemlenmiştir.

Girişimcilerin 6-10 yıl çalışma suresi medeni durumuna gore hizmet sektorunde erkeklerin (5) 3'ünün evli 2'sinin bekar, kadınların ise (2) 2sinin evli, bekar kadının katılmadığı gorlmektedir. Toplamda 5 evli, 2 bekar, 7 kişi katılım sağlamıştır. Hizmet sektorunde evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısından fazla

olduğu, bekar kadının katılım sağlamadığı görölmektedir. Buna göre hizmet sektöründe evlilerin bekarlara göre çalışma isteğinin fazla olduğu görölmektedir.

Girişimcilerin 6-10 yıl çalışma süresi medeni durumuna göre eğlence sektöründe erkeklerin (7) 4'ünün evli 3'ünün bekar, kadınların ise (5) 4'ünün evli, 1'inin bekar kadın olduğu görölmektedir. Toplamda 8 evli, 4 bekar, 12 kişi katılım sağlamıştır. Eğlence sektöründe evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısına göre fazla olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısına göre fazla olduğu, evli kişilerin çalışma sayısı bekar kişilerin çalışma sayısına göre fazla olduğu görölmektedir. Buna göre eğlence sektöründe evlilerin bekarlara göre çalışma isteğinin fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Girişimcilerin 11 yıl ve üzeri çalışma süresi medeni durumuna göre ticaret sektöründe erkeklerin (19) 17'sinin evli 2'sinin bekar, kadınların (3) ise 3'nün evli, bekar kadının katılmadığı görölmektedir. Toplamda 20 evli, 2 bekar, 22 kişi katılım sağlamıştır. Ticaret sektöründe evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısına göre fazla olduğu, bekar kadının katılım sağlamadığı, evli kişilerin çalışma sayısı bekar kişilerin çalışma sayısına göre fazla olduğu görölmektedir. Buna göre ticaret sektöründe evlilerin bekarlara göre çalışma isteğinin fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Girişimcilerin 11 yıl ve üzeri çalışma süresi medeni durumuna göre hizmet sektöründe erkeklerin katılmadığı, kadınların (1) ise 1'nin evli, bekar kadının katılmadığı görölmektedir. Toplamda 1 evli kişi katılım sağlamıştır. Hizmet sektöründe evli ve bekar erkeklerin katılmadığı, evli kadının katıldığı görölmektedir. Buna göre hizmet sektöründe sadece kadın çalışma isteğinin olduğu gözlemlenmiştir.

Girişimcilerin 11 yıl ve üzeri çalışma süresi medeni durumuna göre eğlence sektöründe kadınların katılmadığı, erkeklerin (2) ise 2'sinin evli, bekar erkeğin katılmadığı görölmektedir. Toplamda 2 evli kişi katılım sağlamıştır. Eğlence sektöründe evli kişilerin çalışma isteğinin olduğu gözlemlenmiştir.

Ticaret sektöründe toplamda (131) 60 evli erkek, 25 bekar erkek, 26 evli kadın, 20 bekar kadın katılım sağlanmıştır. Evli erkek katılımı bekar erkek katılımına göre daha fazladır. Evli kadın katılımı bekar kadın katılımına göre fazladır. Evli erkek katılımı evli kadın katılımına göre fazladır. Bekar erkek katılımı bekar kadın katılımına göre fazladır. Ticaret sektöründe evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısına göre fazla olduğu, evli kadınların çalışma bekar kadınların çalışma sayısına göre fazla olduğu,

evli kişilerin çalışma sayısı bekar kişilerin çalışma sayısına göre fazla olduğu görülmektedir. Buna göre ticaret sektöründe evlilerin bekarlara göre çalışma isteğinin fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Hizmet sektöründe toplamda (23) 5 evli erkek, 6 bekar erkek, 6 evli kadın, 6 bekar kadın katılım sağlanmıştır. Bekar erkek katılımı evli erkek katılımına göre daha fazladır. Evli kadın katılımı bekar kadın katılımı eşittir. Evli kadın katılımı evli erkek katılımına göre fazladır. Bekar kadın katılımı erkek katılımına göre fazladır. Hizmet sektöründe evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısına göre az olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısına eşit olduğu görülmektedir. Buna göre hizmet sektöründe evlilerin bekarlara göre çalışma isteğinin az olduğu gözlemlenmiştir.

Eğlence sektöründe toplamda (50) 16 evli erkek, 19 bekar erkek, 11 evli kadın, 8 bekar kadın katılım sağlanmıştır. Bekar erkek katılımı evli erkek katılımına göre daha fazladır. Evli kadın katılımı bekar kadın katılımına göre fazladır. Evli erkek katılımı evli kadın katılımına göre fazladır. Bekar erkek katılımı bekar kadın katılımına göre fazladır. Eğlence sektöründe evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısına göre az olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısına göre az olduğu, evli kişilerin çalışma sayısı bekar kişilerin çalışma sayısına göre az olduğu görülmektedir. Buna göre eğlence sektöründe evlilerin bekarlara göre çalışma isteğinin az olduğu gözlemlenmiştir.

Ticaret, hizmet ve eğlence sektörlerinde 81 evli erkek, 50 bekar erkek, 43 evli kadın, 34 bekar kadın olmak üzere 208 kişi katılım sağlamıştır. Evli erkek katılımı bekar erkek katılımına göre fazladır. Evli kadın katılımı bekar kadın katılımına göre fazladır. Evli erkek katılımı evli kadın katılımına göre fazladır. Bekar erkek katılımı bekar kadın katılımına göre fazladır. Medeni duruma göre 124 evli, 84 bekar kişi katılım sağlamıştır. Buna göre ticaret, hizmet ve eğlence sektöründe evli erkeklerin çalışma sayısı bekar erkeklerin çalışma sayısına göre fazla olduğu, evli kadınların çalışma sayısı bekar kadınların çalışma sayısına göre fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 3.2: Girişimcilik Ölçeği İçin Faktör ve Güvenirlik Analizi

Faktör	Madde	Faktör Yüğü	Varyans	Cronbach's Alpha
Özgüven	24	0,602	0,3	0,81
	16	0,847		
	6	0,846		
	31	0,842		
	14	0,810		
	12	0,755		
Fırsatları Değerlendirme	26	0,755	0,22	0,77
	8	0,856		
	35	0,864		
	30	0,834		
	25	0,799		
	37	0,585		
Öngörü	11	0,531	0,13	0,75
	15	0,829		
	1	0,77		

Açıklanan Varyans =0,65 Cronbach's Alpha=0,88

Araştırmaya katılan katılımcıların faktör ve güvenirlik analizi dağılımları Tablo 3.2'de verilmiştir.

Özgüven faktörün varyans değeri 0,3, fırsatları değerlendirme faktörün varyans değeri 0,22, öngörü faktörünün varyans değeri 0,13 olduğu görülmektedir.

Girişimcilik ölçeği özgüven boyutu 6 ifadeden, fırsatları değerlendirme boyutu 6 ifadeden, öngörü boyutu 3 ifaden oluşmaktadır. Toplamda 15 ifade yer almıştır.

Özgüven Cronbach's Alpha değerleri özgüven için(a=0,81), fırsatları değerlendirme için(a=0,77), öngörü içinse (a=0,75) olarak tespit edilmiştir. Buna göre elde edilen sonuçlara göre, analizde kullanılan ölçeklerin Alpha değerleri .70'in üzerinde olduğu için oldukça güvenilir olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3: Yaş İçin Anova Testi

		N	Ortalama
Özgüven	18-30 arası	65	4,63
	31-40 arası	85	4,52
	41 ve üzeri	58	4,35
	Toplam	208	4,51
Fırsatları Değerlendirme	18-30 arası	65	4,63
	31-40 arası	85	4,50
	41 ve üzeri	58	4,33
	Toplam	208	4,50
Öngörü	18-30 arası	65	4,76
	31-40 arası	85	5,02
	41 ve üzeri	58	4,37
	Toplam	208	4,76
Girişimcilik	18-30 arası	65	4,66
	31-40 arası	85	4,61
	41 ve üzeri	58	4,35
	Toplam	208	4,55

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş dağılımları Tablo 3.3'de verilmiştir

Özgüven açısından; 18 – 30 yaş arası ile 41 ve üzeri yaş ($p=0,0$); 31 – 40 yaş arası ile 41 ve üzeri yaş ($p=0,01$), fırsatları değerlendirme açısından; 18 – 30 yaş arası ile 41 ve üzeri yaş ($p=0,0$); öngörü açısından; 18 – 30 yaş arası ile 41 ve üzeri yaş ($p=0,0$); girişimcilik açısından 18 – 30 yaş arası ile 41 ve üzeri yaş ($p=0,0$), 31 – 40 yaş arası ile 41 ve üzeri yaş ($p=0,01$) %95 güven aralığında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Bu duruma göre özgüven 18-30($x=4.63$) yaş aralığında yüksek, 41 ve üzeri(4.35) yaş aralığında düşük çıkmıştır. Gençlerin girişimcilik konusunda daha çok özgüvenli olduğu görülmektedir. Fırsatları değerlendirmede 18-30($x=4.63$) yaş aralığında yüksek, 41 yaş ve üzeri($x=4.33$) yaş aralığında düşük çıkmıştır. Gençlerin girişimcilik konusunda fırsatları değerlendirme de daha istekli olduğu görülmüştür. Öngörü kısmında 31-40($x=5.02$) yaş aralığında daha yüksektir.

Tablo 3.4: Mesleki Deneyim Açısından Anova Testi

		N	Ortalama
Özgüven	1-5 yıl arası	88	4,59
	6-10 yıl arası	76	4,49
	11 yıl ve üzeri	44	4,38
	Toplam	208	4,51
Fırsatları Değerlendirme	1-5 yıl arası	88	4,57
	6-10 yıl arası	76	4,52
	11 yıl ve üzeri	44	4,30
	Toplam	208	4,50
Öngörü	1-5 yıl arası	88	5,08
	6-10 yıl arası	76	4,59
	11 yıl ve üzeri	44	4,41
	Toplam	208	4,76
Girişimcilik	1-5 yıl arası	88	4,68
	6-10 yıl arası	76	4,52
	11 yıl ve üzeri	44	4,36
	Toplam	208	4,55

Araştırmaya katılan katılımcıların mesleki deneyim dağılımları Tablo 3.4'de verilmiştir.

Özgüven açısından; 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,01$), fırsatları değerlendirme açısından; 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,0$), 6 – 10 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,02$); öngörü açısından, 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,04$), girişimcilik açısından 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,01$) %95 güven aralığında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Bu duruma göre mesleki deneyim açısından özgüven 1-5 yıl arası ($x=4.59$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.38$) düşük çıkmıştır. Mesleki deneyimin 1-5 yıl arasında özgüvenin arttırdığını göstermiş. Fırsatları değerlendirme de 1-5 yıl arası ($x=4.57$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.30$) düşük, öngörü 1-5 yıl arası ($x=5.08$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.41$) düşük, girişimcilik 1-5 yıl arası ($x=4.68$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.36$) düşük çıkmıştır. Yani mesleki deneyim açısından 1-5 yıl arası daha özgüvenli, fırsatları değerlendiren, öngörülü ve girişimci oldukları gözlemlenmiş olup 11 yıl ve üzeri yaş grubunun risk almak istemediği görülmüştür.

Tablo 3.5: Çalışma Süresi İçin Anova Testi

		N	Ortalama
Özgüven	1-5 yıl	128	4,56
	6-10 yıl arası	55	4,51
	11 yıl ve üzeri	25	4,25
	Toplam	208	4,51
Fırsatları Değerlendirme	1-5 yıl	128	4,57
	6-10 yıl arası	55	4,49
	11 yıl ve üzeri	25	4,14
	Toplam	208	4,50
Öngörü	1-5 yıl	128	4,93
	6-10 yıl arası	55	4,59
	11 yıl ve üzeri	25	4,25
	Toplam	208	4,76
Girişimcilik	1-5 yıl	128	4,64
	6-10 yıl arası	55	4,52
	11 yıl ve üzeri	25	4,21
	Toplam	208	4,55

Araştırmaya katılan katılımcıların çalışma süresi dağılımları Tablo 3.5'de verilmiştir.

Özgüven açısından; 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,0$), 6 – 10 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,01$), fırsatları değerlendirme açısından; 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,0$), 6 – 10 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,02$); öngörü açısından, 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,04$); girişimcilik açısından, 1 – 5 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,0$), 6 – 10 yıl arası ile 11 yıl ve üzeri ($p=0,01$) %95 güven aralığında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Bu duruma göre çalışma süresi açısından özgüven 1-5 yıl arası ($x=4.56$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.25$) düşük çıkmıştır. Çalışma süresinin 1-5 yıl arasında özgüvenin arttırdığını göstermiş. Fırsatları değerlendirme de 1-5 yıl arası ($x=4.57$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.14$) düşük, öngörü 1-5 yıl arası ($x=4.93$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.25$) düşük, girişimcilik 1-5 yıl arası ($x=4.64$) yüksek, 11 yıl ve üzeri ($x=4.21$) düşük çıkmıştır. Yani çalışma süresi açısından 1-5 yıl arası daha özgüvenli, fırsatları değerlendiren, öngörülü ve girişimci oldukları gözlemlenmiş olup 11 yıl ve üzeri yaş grubunun işlerinin sabit olmasını istedikleri görülmüştür.

Tablo 3.6: Sektör İçin Anova Testi

		N	Ortalama
Özgüven	Ticaret	131	4,47
	Hizmet	23	4,57
	Eğlence	54	4,56
	Toplam	208	4,51
Fırsatları Değerlendirme	Ticaret	131	4,46
	Hizmet	23	4,66
	Eğlence	54	4,52
	Toplam	208	4,50
Öngörü	Ticaret	131	4,76
	Hizmet	23	4,74
	Eğlence	54	4,77
	Toplam	208	4,76
Girişimcilik	Ticaret	131	4,52
	Hizmet	23	4,64
	Eğlence	54	4,59
	Toplam	208	4,55

Araştırmaya katılan katılımcıların sektör dağılımları Tablo 3.6'da verilmiştir.

Fırsatları değerlendirme açısından ticaret ve hizmet sektörleri ($p=0,02$) arasında %95 güven aralığında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 3.7: Cinsiyet İçin t – Testi

	Cinsiyet	N	Ortalama	p
Özgüven	Erkek	131	4,50	0,07
	Kadın	77	4,52	
Fırsatları Değerlendirme	Erkek	131	4,49	0,08
	Kadın	77	4,50	
Öngörü	Erkek	131	4,70	0,2
	Kadın	77	4,85	
Girişimcilik	Erkek	131	4,54	0,03
	Kadın	77	4,58	

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet dağılımları Tablo 3.7'de verilmiştir.

% 95 güven aralığında erkeklerin girişimcilik düzeylerinin kadınlardan daha az olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8: Medeni Durum İçin t – Testi

	Medeni Durum	N	Ortalama	p
Özgüven	Evli	124	4,49	0,02
	Bekar	84	4,54	
Fırsatları Değerlendirme	Evli	124	4,49	0,3
	Bekar	84	4,50	
Öngörü	Evli	124	4,82	0,01
	Bekar	84	4,67	
Girişimcilik	Evli	124	3,56	0,02
	Bekar	84	4,55	

Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durum dağılımları Tablo 3.8'de verilmiştir.

% 95 güven aralığında bekarların özgüven düzeyleri evlilerden, evlilerin öngörü düzeyleri bekarlardan, bekarların girişimcilik düzeyleri evlilerden daha fazladır.

Tablo 3.9: Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu

	1- Özgüven	2- Fırsatları değerlendirme	3- Öngörü	4- Girişimcilik	5- Cinsiyet	6- Yaş	7-Medeni durum	8-Mesleki deneyim	9- Çalışma süresi	10-Sektör
1-Özgüven	1,00	0,711**	0,214**	0,680**	0,030	-0,290**	0,060	-0,210**	-0,240**	0,120
2-Fırsatları Değerlendirme		1,00	0,264**	0,728**	0,010	-0,260**	0,010	-0,220**	-0,280**	0,070
3- Öngörü			1,00	0,823**	0,040	-0,080	-0,040	-0,161*	-0,141*	0,00
4- Girişimcilik				1,00	0,040	-0,230**	-0,010	-0,250**	-0,260**	0,060
5-Cinsiyet					1,00	-0,110	0,060	-0,190**	-0,169*	0,020
6- Yaş						1,00	-0,230**	0,550**	0,505**	-0,340**
7-Medeni Durum							1,00	-0,210**	-0,290**	0,148*
8- Mesleki Deneyim								1,00	0,771**	-0,260**
9-Çalışma Süresi									1,00	-0,200**
10-Sektör										1,00

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*olanlar %95 **olanlar %99 güven aralığında demek.

Araştırmaya katılan katılımcıların korelasyon dağılımları Tablo 3.9'da verilmiştir.

Özgüven ve fırsatları değerlendirme arasında yüksek ($r=0,711$, $p<0,05$), özgüven ve öngörü arasında düşük ($r=0,214$, $p>0,05$), özgüven ve girişimcilik arasında yüksek ($r=0,680$, $p<0,05$), özgüven ve cinsiyet arasında düşük ($r=0,030$, $p>0,05$), özgüven ve yaş arasında düşük ($r=-0,290$, $p>0,05$), özgüven medeni durum arasında yüksek ($r=0,060$, $p<0,05$), özgüven ve mesleki deneyim arasında düşük ($r=-0,210$, $p>0,05$), özgüven ve çalışma süresi arasında düşük ($r=-0,240$, $p>0,05$), özgüven ve sektör arasında düşük ($r=0,120$, $p>0,05$).

Fırsatları değerlendirme ve öngörü arasında düşük ($r=0,264$, $p>0,05$), fırsatları değerlendirme ve girişimcilik arasında yüksek ($r=0,728$, $p<0,05$), fırsatları değerlendirme ve cinsiyet arasında düşük ($r=0,010$, $p>0,05$), fırsatları değerlendirme ve yaş arasında düşük ($r=-0,260$, $p>0,05$), fırsatları değerlendirme ve medeni durum arasında düşük ($r=0,010$, $p>0,05$), fırsatları değerlendirme ve mesleki deneyim arasında düşüktür ($r=-0,220$, $p>0,05$), fırsatları değerlendirme ve çalışma süresi arasında düşüktür ($r=-0,280$, $p>0,05$), fırsatları değerlendirme ve sektör arasında düşüktür ($r=0,120$, $p>0,05$).

Öngörü ve girişimcilik arasında yüksektir ($r=0,823$, $p<0,05$), öngörü ve cinsiyet arasında düşüktür ($r=0,040$, $p>0,05$), öngörü ve yaş arasında düşüktür ($r=-0,080$, $p>0,05$), öngörü ve medeni durum arasında düşüktür ($r=-0,040$, $p>0,05$), öngörü ve mesleki deneyim arasında düşüktür ($r=-0,161$, $p>0,05$), öngörü ve çalışma süresi arasında düşüktür ($r=-0,141$, $p>0,05$), öngörü ve sektör arasında bağlantı bulunmamaktadır.

Girişimcilik ve cinsiyet arasında düşüktür ($r=0,040$, $p>0,05$), girişimcilik ve yaş arasında düşüktür ($r=-0,230$, $p>0,05$), girişimcilik medeni durum arasında düşüktür ($r=-0,010$, $p>0,05$), girişimcilik ve mesleki deneyim arasında düşüktür ($r=-0,260$, $p>0,05$), girişimcilik ve sektör arasında yüksektir ($r=0,060$, $p<0,05$).

Cinsiyet ve yaş arasında düşüktür ($r=-0,110$, $p>0,05$), cinsiyet ve medeni durum arasında yüksektir ($r=0,060$, $r<0,05$), cinsiyet ve mesleki deneyim arasında düşüktür ($r=-0,190$, $p>0,05$), cinsiyet ve çalışma süresi arasında düşüktür ($r=-0,169$, $p>0,05$), cinsiyet ve sektör arasında düşüktür ($r=0,020$, $p>0,05$).

Yaş ve medeni durum arasında düşüktür ($r=-0,230$, $p>0,05$), yaş ve mesleki deneyim arasında yüksektir ($r=0,550$, $p<0,05$), yaş ve çalışma süresi arasında yüksektir ($r=0,505$, $p<0,05$), yaş ve sektör arasında düşüktür ($r=-0,340$, $p>0,05$).

Medeni durum ve mesleki deneyim arasında düşüktür ($r=-0,210$, $p>0,05$), medeni durum ve çalışma süresi arasında düşüktür ($r=-0,290$, $p>0,05$), medeni durum ve sektör arasında düşüktür ($r=-0,148$, $p>0,05$).

Mesleki deneyim ve çalışma süresi arasında yüksektir ($r=0,771$, $p<0,05$), mesleki deneyim ve sektör arasında düşüktür ($r=-0,260$, $p>0,05$).

Çalışma süresi ve sektör arasında düşüktür ($r=-0,200$, $p>0,0$)

Özgüven ve fırsatları değerlendirme arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,711$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve fırsatları değerlendirmeleri güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %50.55'dir. Yani fırsatları değerlendirmenin %50.55'i özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve öngörü arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,214$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve öngörüsü güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %4.57'dir. Yani öngörünün %4.57'si özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve girişimcilik arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,680$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve girişimcilikleri güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %45.24'dür. Yani girişimcilik %45.24'ü özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve cinsiyet arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,030$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve cinsiyetleri güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.09'dur. Yani cinsiyetin %0.09'u özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve yaş arasında düşük düzeyde negatif ($r=-,290$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve yaşı düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-84.10'dur. Yani yaşı %84.10'u özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve medeni durum arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,060$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve medeni durumu güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.36'dır. Yani medeni durumun %0.09'u özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve mesleki deneyim arasında düşük düzeyde negatif ($r=-,210$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve mesleki deneyimi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-44.10'dur. Yani mesleki deneyimin %-44.10'u özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve çalışma süresi arasında düşük düzeyde negatif ($r=-,240$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve çalışma süresi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-57.60'dır. Yani çalışma süresinin %-57.60'ı özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Özgüven ve sektör arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,120$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların özgüven ve sektörü güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %1.44'dür. Yani sektörün %1.44'ü özgüvenden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve öngörü arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,264$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve öngörü güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %6.96'dır. Yani sektörün %6.96'sı fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve girişimcilik arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,728$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve girişimcilik güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %52.99'dur. Yani sektörün %52.99'u fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve cinsiyet arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0,010$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve cinsiyet güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.01'dir. Yani sektörün %0.01'i fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve yaş arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.260$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve yaş düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-6.76'dır. Yani sektörün %-6.76'sı fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve medeni durum arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.010$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve medeni durum güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.01'dir. Yani sektörün %0.01'i fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve mesleki deneyim arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.220$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve mesleki deneyim düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-4.84'dür. Yani sektörün %-4.84'ü fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve çalışma süresi arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.280$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları

değerlendirme ve çalışma süresi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-7.84'dür. Yani sektörün %-7.84'ü fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Fırsatları değerlendirme ve sektör arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.070$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların fırsatları değerlendirme ve sektörün güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.49'dur. Yani sektörün %0.49'u fırsatları değerlendirmeden kaynaklanıyor olabilir.

Öngörü ve girişimcilik arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.823$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların öngörü ve girişimciliği güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %67.73'tür. Yani sektörün %67.73'ü öngörüden kaynaklanıyor olabilir.

Öngörü ve cinsiyet arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.040$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların öngörü ve cinsiyeti güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.16'dır. Yani sektörün %0.16'sı öngörüden kaynaklanıyor olabilir.

Öngörü ve yaş arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.080$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların öngörü ve yaşı düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-0.64'tür. Yani sektörün %-0.64'ü öngörüden kaynaklanıyor olabilir.

Öngörü ve mesleki deneyim arasında düşük düzeyde negatif ($r=-1.161$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların öngörü ve mesleki deneyimi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-2.59'dur. Yani sektörün %-2.59'u öngörüden kaynaklanıyor olabilir.

Öngörü ve çalışma süresi arasında düşük düzeyde negatif ($r=-1.141$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların öngörü ve çalışma süresi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-1.98'dir. Yani sektörün %-1.98'i öngörüden kaynaklanıyor olabilir.

Girişimcilik ve cinsiyet arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.040$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların girişimcilik ve cinsiyet güçlü bir ilişki

ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.16'dır. Yani sektörün %0.16'sı girişimcilikten kaynaklanıyor olabilir.

Girişimcilik ve yaş arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.230$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların girişimcilik ve yaş düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans % -5.29'dur. Yani sektörün % -5.29'u girişimcilikten kaynaklanıyor olabilir.

Girişimcilik ve medeni durum arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.010$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların girişimcilik ve medeni durum düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans % -0.01'dir. Yani sektörün % -0.01'i girişimcilikten kaynaklanıyor olabilir.

Girişimcilik ve mesleki deneyim arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.250$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların girişimcilik ve mesleki deneyim düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans % -6.25'dir. Yani sektörün % -6.25'i girişimcilikten kaynaklanıyor olabilir.

Girişimcilik ve çalışma süresi arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.260$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların girişimcilik ve çalışma süresi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans % -6.76'dır. Yani sektörün % -6.76'sı girişimcilikten kaynaklanıyor olabilir.

Girişimcilik ve sektör arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.060$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların girişimcilik ve sektör güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.36'dır. Yani sektörün %0.36'sı girişimcilikten kaynaklanıyor olabilir.

Cinsiyet ve yaş arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.110$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların cinsiyet ve yaş düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans % -1.21'dir. Yani sektörün % -1.21'i cinsiyetten kaynaklanıyor olabilir.

Cinsiyet ve medeni durum arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.060$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların cinsiyet ve medeni durum güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde

açıkladıkları varyans %0.36'dır. Yani sektörün %0.36'sı cinsiyetten kaynaklanıyor olabilir.

Cinsiyet ve mesleki deneyim arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.190$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların cinsiyet ve mesleki deneyim düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-3.61'dir. Yani sektörün %-3.61'i cinsiyetten kaynaklanıyor olabilir.

Cinsiyet ve çalışma süresi arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.169$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların cinsiyet ve çalışma süresi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-2.85'dir. Yani sektörün %-2.85'i cinsiyetten kaynaklanıyor olabilir.

Cinsiyet ve sektör arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.020$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların cinsiyet ve sektör güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %0.04'tür. Yani sektörün %0.04'ü cinsiyetten kaynaklanıyor olabilir.

Yaş ve medeni durum arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.230$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların yaş ve medeni durum düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-5.29'dur. Yani sektörün %-5.29'u yaştan kaynaklanıyor olabilir.

Yaş ve mesleki deneyim arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.550$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların yaş ve mesleki deneyim güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %30.25'tir. Yani sektörün %30.25'i yaştan kaynaklanıyor olabilir.

Yaş ve çalışma süresi arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.505$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların yaş ve çalışma güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %25.50'dir. Yani sektörün %25.50'si yaştan kaynaklanıyor olabilir.

Yaş ve medeni durum arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.340$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların yaş ve medeni durum düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-11.56'dır. Yani sektörün %-11.56'sı yaştan kaynaklanıyor

olabilir.

Medeni durum ve mesleki deneyim arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.210$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların medeni durum ve mesleki deneyim düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-4.41'dir. Yani sektörün %-4.41'i medeni durumdan kaynaklanıyor olabilir.

Medeni durum ve çalışma süresi arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.290$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların medeni durum ve çalışma süresi düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-8.41'dir. Yani sektörün %-8.41'i medeni durumdan kaynaklanıyor olabilir.

Medeni durum ve sektör arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.148$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların medeni durum ve sektör güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %2.19'dur. Yani sektörün %2.19'u medeni durumdan kaynaklanıyor olabilir.

Mesleki deneyim ve çalışma süresi arasında güçlü düzeyde pozitif ($r=0.771$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların mesleki deneyim ve çalışma süresi güçlü bir ilişki ile ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %59.44'tür. Yani sektörün %59.44'ü mesleki deneyimden kaynaklanıyor olabilir.

Mesleki deneyim ve sektör arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.260$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların mesleki deneyim ve sektör düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %-6.76'dır. Yani sektörün %-6.76'sı mesleki deneyimden kaynaklanıyor olabilir.

Çalışma süresi ve sektör arasında düşük düzeyde negatif ($r=-0.200$) ve anlamsız ($p>0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Yani katılımcıların süresi ve sektör düşük bir ilişki ile ve anlamsız olarak birlikte azalmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İlk çağlardan itibaren insanlar yaşamlarını sürdürebilmek için girişimcilik ruhuyla birçok yenilik yapma ihtiyacı duymuştur. İnsanoğlunun varlığından itibaren buluşların yapıldığı ve kayıt altında olmasa dahi birçok girişimcilik fikirlerinin gerçekleştiği düşünülmektedir. Mevsim değişimlerine göre göç yapan insanlık yerleşik hayata tarımla birlikte geçmiştir. Tarım yapmaya başlayan insanlık mahsul üretmeye ve mahsullerin işlenmesinde araçların bulunmasına vesile olmuştur. Üretim sonrasında mahsullerin satışı için pazarlar kurulmuştur. İnsanlar mahsullerini takas, madeni para yöntemleri ile satışa sunmuştur. Böylece girişimcilik fikirlerinin temelleri atılmaya başlamıştır.

Orta çağlarda girişimciler meslek edinmiş ve esnaf kuruluşları adı altında meslek grupları kurulmuştur. Ancak orta çağlarda girişim anlamında faaliyette bulunmamışlardır. Bu zamanlarda başkalarının girişim fikirlerinde yer almışlardır.

16. yüzyılda ihraç etme çabasıyla sanayi kuruluşları çıkmış olsa da 17. yüzyılın başlarında risk alarak girişimcilik önem kazanmıştır. Daha önceki yüzyıllarda risk almaktan kaçınan girişimci 17. yüzyılda risk almaya başlamış ve 18. yüzyılda ticari kapitalizm etkisiyle girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirebilmiştir.

19. yüzyılda etkisini sürdüren kapitalizmler sonucu varlığını sadece ticaret yapabilmek amacıyla devam ettiren girişimcilik 20. yüzyıldan itibaren savaşların çıkması ile yönünü askeri ihtiyaçları karşılamaya doğru çevirmiştir. Savaş zamanlarında askerlerin ihtiyaçlarını karşılamak için birçok girişimcilik fikirlerine fırsat doğmuş ve ekonomik anlamda ilerleme kat etmişlerdir. Savaş esnasında oluşan şifreleme ve savaş stratejilerinin kaydedilmesi için bilgisayarlar ihtiyacı duyulmuş ve bu zamandan itibaren internet gereksinimi doğmuştur. İnternetin hayatımıza girmesiyle günümüze kadar birçok girişimcilik fikirleri de oluşmuştur.

Günümüze kadar ulaşan girişimcilik serüveni halihazırda devam etmekte ve girişimcilik fikirlerinin oluşmasından ziyade girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi açısından birçok araştırma bulunmaktadır.

Türkiye'de girişimcilik temellerinin atılması Cumhuriyet döneminde gerçekleşmiştir. Cumhuriyet döneminde kongreler düzenlenmiş, anlaşmalar imzalanmış ve girişimcilerin desteklenmesi için kanunlar çıkarılmıştır. Girişimcilik faaliyetleri ülke içinde kalmamakla birlikte ihraç için desteklenmiştir. Ülke içindeki ticaret zaman zaman

zorluklarla karşılaştı da düzenlemeler yapılarak hem iç girişimcilik hem de dış girişimcilik için çalışmalar yapılmıştır.

Girişimcilik kavramı risk unsurunu ve inisiyatif kavramını göz önüne alarak kar etme ve Kendi işinin patronu olma isteği anlamıyla ifade edilebilir. Girişimciliğe engelleyen unsurlar olduğu gibi zorlayıcı şartları da vardır. Kendine güven ve istek ne kadar etkili olsa da engelleyici unsurlar yoğunlukta olabilmektedir. Bu unsurlar cinsiyet, medeni durum, yaş gibi sıralanabilir.

Geçmiş yıllara göre baskıcı engellerden günümüze desteklenen girişimcilik olarak evrimleşmiştir. Girişimcilik maddi anlamda desteklenmiş bu sefer de alt etkenler çıkmıştır. Sosyal ve psikolojik faktörlerin girişimcilik üzerinde etkisi vardır. Girişimci de olması gereken özellikler arasında tam bağımsızlık, başarı isteği duyma, belirsizliklerle baş edebilme ve risk alma, inisiyatif kullanma, fırsatları değerlendirme, öz yeterlilik veya kendine güven ve sorumluluk gibi sıralanabilir. Bu özelliklerin oluşmasında girişimcilik etkili olmaktadır. Kişilik, yetenek ve sosyoloji girişimcilik oluşumunun önemli etkileridir.

Türkiye'de girişimciliği desteklemek amacıyla kurum ve kuruluşlar kurulmuştur. Amaç girişimcilik faaliyetlerini desteklemek ve arttırmaktır. Bu amaçlar doğrultusunda çalışmalar devam etmektedir.

Kütahya ilinde girişimcilik büyük önem taşımakta ve desteklenmektedir. Birçok alanda girişimcilik adına eğitimler verilmektedir. Eğitimler sonucu girişimci desteklenip maddi yardım sağlanmaktadır. Kütahya ilinde girişimcilik büyük önem taşımaktadır. Birçok alanda olduğu gibi girişimcilik sektöründe ve porselen üretiminde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Araştırmada test edilen verilerin bulguları incelendiğinde;

- “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı ilişki vardır hipotezi” kabul edilmiştir.
- “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile yaş arasında anlamlı ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.
- “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile medeni durum arasında anlamlı ilişki vardır hipotezi” kabul edilmiştir.

- “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile mesleki deneyim arasında anlamlı ilişki vardır hipotezi” kabul edilmiştir.
- “Araştırmaya katılan girişimcilerin Girişimcilik düzeyleri ile çalışma süresi arasında anlamlı ilişki vardır hipotezi” kabul edilmiştir.
- “Araştırmaya katılan girişimcilerin girişimcilik düzeyleri ile sektör arasında anlamlı ilişki vardır hipotezi” kabul edilmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda öneriler şöyle olacaktır.

Araştırma sonuçlarına göre girişimcilere cesaretlendirmek ve girişimcilik faaliyetlerinde yer aldirmek amacıyla cinsiyet Medeni durum mesleki deneyim çalışma süresi ve sektör gözetmeksizin desteklenmelidir. Girişimcilerin girişim olanaklarının oluşumunda şirket kültürü ve ekonomik düzeyleri düzeltilmelidir. Girişim sadece girişimcinin isteği doğrultusunda değil gerekli fırsatların desteklenmesini de sağlanmalı. Araştırmada girişimcilerin özgüven ve fırsatları değerlendirme isteğinin girişim düşüncesini besleyerek Yeni fikirlerin oluştuğunu göstermektedir.

Bu çalışma, yaş, tecrübe, cinsiyet ve medeni durum gibi demografik faktörlerin insanların girişimcilik eğilimlerine olan etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Elde edilen veriler, bu faktörlerin girişimcilik eğilimleri üzerinde belirli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Yaşın girişimcilik eğilimleri üzerinde önemli bir faktör olduğu görülmüştür. Genç bireylerin daha yüksek bir girişimcilik eğilimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu, gençlerin risk almayı daha fazla tercih etmesi, değişime açık olmaları ve yeni fırsatları keşfetme arzularının daha güçlü olmasıyla açıklanabilir.

Tecrübenin de girişimcilik eğilimleri üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Daha deneyimli bireylerin, girişimcilikteki zorlukları daha iyi yönetme ve başarı için daha donanımlı olma eğiliminde oldukları gözlenmiştir.

Cinsiyet açısından, kadın ve erkek girişimciler arasında belirli farklar tespit edilmiştir. Kadınların, genellikle daha sosyal ve duygusal zeka becerilerine sahip olmaları nedeniyle müşteri ilişkilerini daha iyi yönetebileceği görülmüştür. Erkekler ise genellikle daha risk alıcı ve hızlı karar verme eğilimindedirler. Ancak, cinsiyetin girişimcilik başarısı üzerindeki etkisi, sosyal normlar ve cinsiyet eşitsizliği gibi diğer faktörlerle de etkileşime girebilir.

Medeni durumun da girişimcilik eğilimleri üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Evli veya ilişkisi olan bireylerin daha az risk alıcı olma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Bu durum, aile sorumlulukları ve finansal bağımlılıkların, girişimcilik yolunda ilerlemeyi sınırlayabileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak, yaş, tecrübe, cinsiyet ve medeni durum gibi demografik faktörlerin insanların girişimcilik eğilimlerini etkilediği açıktır. Ancak unutulmamalıdır ki, her bireyin girişimcilik potansiyeli farklı olabilir ve diğer kişisel özellikler ve çevresel etkenler de bu eğilimleri etkileyebilir. Bu nedenle, girişimcilik konusunda yapılacak ileri çalışmalarda bu faktörlerin yanı sıra diğer değişkenlerin de dikkate alınması önemlidir.

Bu çalışmanın sonuçları, girişimcilik eğilimlerini anlamak ve desteklemek amacıyla politika yapıcılar ve iş dünyasında karar vericiler tarafından dikkate alınabilir. Özellikle genç nüfusu desteklemek, girişimcilik ekosistemini güçlendirmek ve kadın girişimcilerin potansiyelini açığa çıkarmak için uygun politikalar ve programlar geliştirilebilir. Böylece, toplumların ekonomik büyümesi ve yenilikçilik kapasitesi artırılabilir.



EKLER

Ek-1: Anket Formu

Bu anket formu **Girişimcilerin Girişimcilik Düzeylerinin İncelenmesi, Kütahya İlinde Bir Uygulama** başlıklı yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Sizlerden edinilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katkılarınız bizim için önemlidir. Şimdiden değerli katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Danışman
Prof. Dr. Cengiz DURAN

Günel LACHINOVA
Dumlupınar Üniversitesi
Yüksek Lisans Öğrencisi

1- Lütfen size uygun cevabı işaretleyiniz.

1	Cinsiyetiniz	Erkek	Kadın		
2	Yaşınız	18-30	31-40	41-50	51 ve üzeri
3	Medeni Durumunuz	Evli	Bekar		
4	Mesleki Deneyiminiz	1-5 Yıl arası	6-10 Yıl arası	11-15 Yıl arası	16 yıl ve üzeri
5	Bulduğunuz Yerdeki Çalışma Süreniz	1-5	6-10	11-15	16 ve üzeri

Bulduğunuz Sektör?

TİCARET

HİZMET

EĞLENCE

.....

Girişimcilerin Düzeylerinin İncelenmesi, Kütahya İlinde Bir Uygulama

Lütfen aşağıdaki ifadeleri dikkatlice okuyarak, mevcut duygu ve düşüncelerinizi en iyi yansıtan seçeneği (X) ile işaretleyiniz. 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

	ANKET	1	2	3	4	5
1	Düşünen ve yeni fikirler üreten bir yapıya sahibim					
2	Birbirinden farklı ve benzersiz materyalleri bir araya getirerek yeni ürünler ortaya çıkarmaya çalışırım					
3	Farklı, yeni, değişik bir ürün veya hizmet geliştirerek bunu pazara sunarım					
4	Değişik ve yeni tasarımlar, ambalajlar ve pazarlama yöntemlerini geliştirmek için fikirler üretirim					
5	Yeni müşteri bulmak için yeni pazarlar oluşturmaktan çekinmem					
6	Fırsatların oluşması için beklemem, fırsatı oluşturmak için şartları oluşturmaya çalışırım					
7	Gerekli şartları sağlayarak yeni pazarlara girmekte tereddüt etmem					
8	İş fırsatlarını değerlendirmekte maksimum özveri gösteririm					
9	Yeni çalışma ve iş yapış yöntemlerinin geliştirilmesi ve var olan yeni sistemlerin firma şartlarına uyarlanmasına özen gösteririm					
10	Aynı örgütsel düzeydeki kişi ve birimler arasında uyumlu bir çalışma birlikteliği sağlarım					
11	Dün'ü ve Bugün'ü doğru okuyup geleceği çıkarımlarıma göre kurgularım					
12	İçsel motivasyon kaynağım her zaman itici gücüm olmuştur					
13	Yeni değer oluşturan yapılar kurmak benim için başarı ölçütüdür					
14	Risk almak demek benim için bir işte başarının olmazsa olmaz faktörüdür					
15	Geleceği ön görür ve hamlelerimi ona göre gerçekleştiririm					
16	İş hayatımı dış etkenler değil bizzat ben şekillendiririm					
17	Kendime artı değer katabileceğim ortamlarda bulunmayı tercih ederim					
18	Kişisel gelişimime pozitif katkı sağlayacak ortam bulamazsam bizzat kendim oluştururum					
19	Eski fikirleri başlangıç noktası kabul edip köklü yeni uygulamaları bu birikimle oluşturmaya uğraşırım.					
20	Çok boyutlu değerlendirmeler ışığında yeni perspektif kazandıracak proje ve iş modelleri ile uğraşırım					
21	Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim					
22	Çaprazlama eşleştirmeler yaparak yeni ne üretebileceğimi araştırırım					

23	Dünyanın her yerindeki yeniliklerin sıkı bir takipçisiyim					
24	İnsanları inandırma ve ikna etme kabiliyetimin her zaman yüksek olduğunu düşünmüşümdür					
25	Hedefe giden yolda ısrarcı olmanın sonuca ulaşmada en etkili faktörlerden olduğuna inanırım					
26	Diğer firmalara karşı rekabette nasıl üstün hale gelebileceğimin yöntemlerini ararım					
27	Dağıtım ve satış sonrası hizmet alanlarında hizmet üstünlüğü sağlamak için yeni yöntemler ararım					
28	Değişime, dönüşüme açık ve istekli olduğumu düşünüyorum					
29	Radikal fikirler sonucu daha önce denenmemiş ürün,hizmet veya yöntemlerin geliştirildiği büyük atılımlar yaparım					
30	Rekabet avantajı sağlayacak ürün ve hizmetler üzerinde yoğunlaşırım					
31	Cesaret, tutku ve kararlılıkla istenilen sonuca ulaşabileceğimi düşünürüm					
32	Farklı iş modelleri geliştirebilen bir kişilik özelliğine sahip olduğumu düşünürüm					
33	Bulduğum yenilikleri nasıl ticari ve satış gücü yüksek kazançlara dönüştürebileceğimin yollarını ararım					
34	Yeniliklerin fayda sağlama potansiyelleri hakkında detaylı çalışmalar yaparım					
35	Toplumun tutum, davranış ve algılarında ki değişim ve dönüşümleri analiz etmeye çalışır ve yeni fırsat kapıları oluşturmaya çalışırım					
36	İnovasyon yapabilmek için dahi olmaya gerek olmadığını, çok çalışma ve özveri ile inovasyon yapılabilceğine inanırım					
37	Disiplinli ve nitelikli çalışmalar yaparak inovatif değişikliklerin yapılabilceğine inanırım					
38	Eski ve klasikleşen projelerde yer almak yerine yenilikler sağlayan projelerde yer almak önceliklerimdir					

KAYNAKÇA

- Ağca, V. (2005). Girişimcilik, girişimcilik yaklaşımları ve girişimsel süreç: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 149-168.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki farklar: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 155-173.
- Akpınar, S. (2011). *Girişimciliğin temel bilgileri* (1. Basım). Kocaeli, Umuttepe Yayınevi.
- Altınpulluk, H. ve Kesim, M. (2015, 4 Şubat). *Geçmişten günümüze artırılmış gerçeklik uygulamalarında gerçekleşen paradigma değişimleri*. Erişim Adresi: <https://ab.org.tr/kitap/ab15.pdf>.
- Altıparmak, A. (1998). Türkiye’de Cumhuriyetin ilk yıllarında müteşebbis sınıfının gelişimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13, 169-181.
- Apak, S., Taşçıyan, K. H. ve Aksoy, M. (2010). *Girişimcilik ve sermaye tedarik yöntemleri* (1. Basım). İstanbul: Papatya Yayınevi.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel süreçte girişimcilik kavramı ve gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 55-72.
- Aykan, E. (2002). *Girişimcilik ve girişimcilerin liderlik davranışları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Aytaç, Ö. (2005). İktisadi ve sosyal gelişme açısından girişimcilik. *Journal of Academic Studies*, VII(26), 79-102.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 101-12.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.

- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2014). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde öğrencilerin girişimci olma niyetlerinin incelenmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-47.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26.
- Çakmak, O. (2003). Girişimciliğin tarihsel gelişimi. *Piyasa Dergisi*, 8(315), 61-77.
- Çelik, A. ve Akgemci, T. (2007). *Girişimcilik kültürü ve Kobiler* (2. Basım). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çetin, O. ve Taşdemir, Ö. (2017). Girişimcilik kapasitesi ve bireysel yenilikçiliğin girişimcilik niyeti üzerine etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 6(3), 76-87.
- Davidsson, P. (1995, 13 April). *Determinants of entrepreneurial intentions*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/27464379_Determinants_Of_Entrepreneurial_Intentions
- Demirez, M. ve Cebeci, R. (2005, 12 Eylül). *Türkiye'de girişimciliğin tarihçesi ve girişimcilerin sosyolojik profili*. Erişim Adresi: <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/349/rapor-ve-istatistikler>
- Dilsiz, A. ve Kölük, M. (2008). *Girişimcilik* (1. Basım). Ankara: Detay Yayınevi.
- Dinçer, Ö. ve Fidan, Y. (1997). *İşletme yönetimine giriş* (1. Basım). İstanbul: Beta Basım Yayınevi.
- Doğan, S., Altın, H. ve Başar, E. (2010). *Meslek yüksekokulları için girişimcilik* (1. Basım). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Döm, S. (2006). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği* (1. Basım). Ankara: Detay Yayınevi.
- Döm, S. (2012). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği* (1. Basım). Ankara: Detay Yayınevi.
- Durukan, T. (2007). Dünden bugüne girişimcilik ve 21. yüzyılda girişimciliğin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.

- Dutz, M. A., Ordovery, J. A., & Willig, R. D. (2000). Entrepreneurship, access policy and economic development: Lessons from industrial organization. *European Economic Review*, 44(4), 739-747.
- Ercan, S., ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından Kazakistan. *Ahmet Yesevi Üniversitesi, Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49, 59-82.
- Erdal, C. ve Çınar, A. (2013, 1 Kasım). *Osmanlı Devleti ve Türkiye Cumhuriyeti'nde girişimciliğin tarihsel gelişimi*. Erişim Adresi: <https://www.bilimsenligi.com/uluslararası-girisimcilik-ve-kariyer-sempozyumu.html/>.
- Gartner W. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 4, 47-68.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji* (1. Basım). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gülşen, F. (2021). OECD ülkelerinde girişimcilik eğiliminin ekonomik etkileri. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 10-20.
- Gümüsoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel süreçte girişimcilik: Muğla örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 97-116.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular* (1. Basım). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Gürer, A., Sezen, S. ve Solmaztürk, A. B. (2014). Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik bir alan araştırması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 49(2), 1-19.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. (1985). *Entrepreneurship: Starting, developing and managing a new enterprise* (1nd ed.). New York: Richard D. Irvin Inc.
- Jahoda, M. (1993). Socialization. In W. Outhwaite & T. Bottomore (Eds.), *The Blackwell dictionary of twentieth-century social thought* (pp. 624-625). Cambridge, MA: Blackwell.
- Karaca, M., Özdevecioğlu, M. ve İnce, F. (2016). Kamu girişimcilerinin kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik uygulamalı bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 94-119.

- Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). *Girişimci olmayı belirleyen faktörler, Temel kavramlar, girişimcilik türleri, girişimcilikte güncel konular* (1. Basım). İstanbul: Siyahinci Akademi Yayınevi.
- Kepenek, Y. ve Yentürk, N. (2001). *Türkiye ekonomisi* (1. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kinay, H. F. (2006). *Girişimcilik, kalkınma ve rekabet ilişkisi Kütahya'da Kobilerin girişimcilik profili* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kothari, H. C. (2013, 1 July). *Socio-psychological factors of entrepreneurship: A survey*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/292993997_Socio-Psychological_Factors_of_Entrepreneurship_A_Survey_Research_journali's_Journal_of_Entrepreneurship.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Küçükeşmen, E., Türkoğlu, M. E. ve Şimşek, A. (2019). Önlisans öğrencilerinin memnuniyet durumları üzerine ampirik bir araştırma: Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 588-610.
- Linan, F., Moriano, J. A., & Jaen, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context?. *International Small Business Journal*, 34(6), 760-776.
- Lischeron, J. A. (1993). The entrepreneurial personality. *R&D Management*, 23, 78-88.
- Lowel W. B. (1999). Entrepreneurial risk and strategic decision making: It's a matter of perspective. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 35(3), 325-340.
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Malebana, M. (2016). Does entrepreneurship education matter for the enhancement of entrepreneurial intention?. *Southern African Business Review*, 20, 365-387.
- Müftüoğlu, T. (2004). *Girişimcilik* (1. Basım). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınevi.

- Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Başar, M. ve Tosunoğlu, B. T. (2005). *Girişimcilik*. Odabaşı Y. (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınevi.
- Nişancı, Ş. (2002). *15-16. Yüzyıllarda Osmanlı iktisat zihniyeti* (1. Basım). İstanbul: Okumuş Adam Yayınevi.
- Nur, H. B. ve Erataş, F. (2013). Kültür farklılıkları ekseninde girişimcilik anlayışındaki değişimler ve yabancı girişimcilik. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 155-171.
- Oosterlinck, J. (2016). *The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial behaviour* (Unpublished Masters Thesis). Social Sciences Institute, Universiteit Gent.
- Öktem MK., Aydın MD. ve Ekinci S.(2007). Türkiye’de girişimciliğin, geliştirilmesinde KOSGEB’in rolü ve önemi: uygulamalı bir çalışma. *Sosya Ekonomi Dergisi*, 1, 28-58
- Özçelik, Ö. ve Tuncer, G. (2007). Atatürk dönemi ekonomi politikaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9, 253-266.
- Özgüven, A. (2012). *İktisadi düşüncüler- doktrinler ve teoriler* (1. Basım). İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özkan, Ş. (2003). Türkiye’de girişimcilik ve belirleyiciler: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi üzerine bir uygulama. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(4),145-172.
- Özmen, İ. (2016). *Girişimcilik kavramı ve girişimciliğin gelişimi* (1. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayınevi.
- Salik, N. (2015). *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi: Kafkas Üniversitesi örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Saygın, M. (2016). *Kültürel sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermayenin girişimci kişilik özelliklerine etkisi: İç Anadolu Bölgesi genç girişimciler kurulu örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.

- Saylan, U. (2011). *Girişimcilik kültürü: Balıkesir’de turizm sektörüne yönelik bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Sexton, D., & Smilor, R. (1986). *The art and science of entrepreneurship* (1nd ed.). Cambridge: Ballinger Publishing Company.
- Shaker, A. Z., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O. & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 117–131.
- Singh, R. P. (2001). A comment on developing the field of entrepreneurship through the study of opportunity recognition and exploitation. *Academy of Management Review*, 26(1), 10–12.
- Şaylan, G. (1974). *Türkiye’de kapitalizm bürokrasi ve siyasal ideoloji* (1. Basım). Ankara: TODEİE Yayınevi.
- Tekin, M. (2009). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği* (8. Basım). Ankara: Güney Yayınevi.
- Tiryaki, A., Taşkın, E., Uzkurt, C., İpçioğlu, İ. ve Büber, H. (2012). *Girişimcilik ve Kobiler* (1. Basım). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Titiz, T. (1994). *Girişimcilik ulusça zenginliğe açılan kapı* (1. Basım). Ankara: İnkılâp Yayınevi.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik keşif süreci* (1. Basım). İstanbul: Beta Basım Yayınevi.
- Topaloğlu T. (2007). Girişimci ve yöneticilerin öğrenilmiş gereksinimleri ile kontrol odaklarının kıyaslanmasına yönelik bir çalışma. *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 439-456.
- Tung, L. C. (2011). *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of engineering students* (Unpublished Masters Thesis). City University of Hong Kong,
- Türkmen, A. (2017). *Girişimci ve girişimcilik kültürü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Varol, A. ve Güler, M. E. (2005). *Girişimcilik* (1. Basım). İstanbul: YA-PA Yayınevi.

- Yıldırım, H. (2008). *Girişimcilik ateşi ve iş melekleri* (1. Basım). İstanbul: Değişim Yayınevi.
- Yüzüak, E. (2010). *Girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623-641.



DİZİN**-F-**

Fedakârlık, ix, 37
Fırsatları değerlendirme, 48, 49, 50, 51,
52, 55, 56

-G-

Girişim, viii, 1, 4, 12, 14, 25, 28, 38, 62
Girişimcilik, 4, v, viii, ix, xi, 1, 2, 5, 6,
7, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 22, 28, 29,
30, 32, 34, 36, 38, 41, 47, 48, 49, 50,
51, 52, 53, 56, 57, 60, 61, 62, 65, 68,
69, 70, 71, 72, 73, 74

-L-

Lider, 14

-Ö-

Özgüven, 4, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53,

54, 72

-R-

Risk, ix, 4, 11, 23, 26, 66

-S-

Sorumluluk, ix, 25, 37

-T-

Teori, 29
Türkiye, viii, ix, 4, 5, 7, 8, 35, 36, 60,
61, 68, 69, 70, 71, 72, 73

-Y-

Yenilik, 4, 26
Yönetici, viii, 14