

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

YARATICILIK ve GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ İLİŞKİSİ:
KAFKAS ÜNİVERSİTESİNDE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
Funda TOKUCU

Danışman
Doç. Dr. Alpaslan YÜCE

Kars – 2018



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

YARATICILIK ve GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ İLİŞKİSİ:
KAFKAS ÜNİVERSİTESİNDE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
Funda TOKUCU

Danışman ve Jüri Üyeleri
Doç. Dr. Alpaslan YÜCE
Doç. Dr. İlhami YÜCEL
Yrd. Doç. Dr. Gözde KOSA

Kars – 2018

KAFKAS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Funda Tokucu tarafından hazırlanan “**Yaratıcılık Ve Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Kafkas Üniversitesinde Bir Araştırma**” başlıklı bu çalışma, **26.01.2018** tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **İşletme Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak oy birliğiyle kabul** edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Başkan : Doç. Dr. Alpaslan YÜCE

İmza:

Üye : Doç. Dr. İlhami YÜCEL

İmza:

Üye : Yrd. Doç. Dr. Gözde KOSA

İmza:

ONAY

Bu tezin kabulü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun/...../.....
tarih ve/..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Yrd. Doç. Dr. Yaşar KOP
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum *Yaratıcılık ve Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Kafkas Üniversitesinde Bir Araştırma* adlı tezin öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içerisindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu taahhüt ederim.

SCIENTIFIC ETHIC STATEMENT

I declare that I complied with the rules of academic and scientific ethics from the proposal stage to the process of completion of the study titled *Creativity and Entrepreneurship Tendency Relationship: A Research at Kafkas University* as a Master Thesis I prepared, that I obtained all information in the Thesis with the framework of scientific ethics and traditions, that I showed sources to the each quotation I made directly or indirectly in this study I prepared as a Master Thesis in accordance with the writing rules and works which I used have been shown in the bibliography.

26.01.2018



Funda TOKUCU

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
KISALTMALAR	vii
TABLO LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

1.1.Girişimciliğin Tanımı	3
1.2.Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Eğilimini Belirleyen Faktörler	7
1.2.1.Girişimcilik Eğilimi Nedir?.....	7
1.2.2.Girişimcilik Eğilimini Belirleyen Faktörler	8
1.2.2.1.Başarma İhtiyacı	8
1.2.2.2.Kontrol Odağı.....	8
1.2.2.3.Risk Alma Eğilimi	9
1.2.2.4.Belirsizlik Toleransı.....	10
1.2.2.5.Özgüven	10
1.2.2.6.Kendi Kendine Yeterlilik	11
1.2.2.7.Cinsiyet	11
1.2.2.8.Motivasyon.....	11
1.2.2.9.Aile.....	12
1.2.2.10.Coğrafi Etkenler	12
1.2.2.11.Sosyo-Kültürel Unsurlar	13
1.2.2.12.Yaratıcılık ve Yenilikçilik	13

İKİNCİ BÖLÜM

YARATICILIK VE YENİLİKÇİLİK

2.1.Yaratıcılık ve Yenilikçiliğin Makro Ekonomik Açıdan Önemi	15
2.2.Yaratıcılık Kavramı	16

2.3.Yenilikçilik Kavramı	18
2.4. Yaratıcılık – Yenilik İlişkisi.....	22
2.5. Yaratıcı ve Yenilikçi Birey ve Firma	23
2.6.Girişimcilik Yaratıcılık Yenilikçilik İlişkisi	26
2.7.Girişimcilik Eğitimi.....	30
2.7.1.Girişimcilik Eğitiminin Tanımı ve Önemi	30
2.7.2. Girişimcilik Eğitime Yönelik Artan Talebin Nedenleri	31
2.7.2.1. Devlet Politikası	31
2.7.2.2. Öğrenciler.....	32
2.7.2.3. İşletmeler.....	32
2.7.3.Girişimcilik Eğitimindeki Temel Hedefler Ne Olmalıdır?	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YARATICILIKLARININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİYLE İLİŞKİSİ: KAFKAS ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı	38
3.2. Araştırma Model ve Hipotezleri.....	38
3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	41
3.4.Araştırmanın Yöntemi	41
3.4.1. Araştırmanın Ana kütlesi ve Örneklem Seçimi.....	41
3.4.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi	42
3.4.3. Anketin Uygulanması ve Verilerin Toplanması.....	48
3.4.4. Anketin Niteliği	49
3.5. Bulgular.....	49
3.5.1. Araştırma Örneklemeden Elde Edilen Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular	49
3.5.2. Üniversite Öğrencilerinin Yaratıcılık ve Girişimcilik Eğilimi Düzeylerine İlişkin Bulgular ve Yorumlar	52
3.5.3. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	53
3.5.5. T-Testi Sonuçlarından Elde Edilen Bulgular	57
3.5.6. Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizine İlişkin Bulgular	63

SONUÇ VE ÖNERİLER.....101

KAYNAKÇA.....	108
EKLER.....	116
ÖZGEÇMİŞ.....	122



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

YARATICILIK ve GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ İLİŞKİSİ: KAFKAS ÜNİVERSİTESİNDE BİR
ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Funda TOKUCU
Doç. Dr. Alpaslan YÜCE
2018, X + 122

ÖZET

Bu tez, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin çeşitli bölümlerinde okuyan öğrencilerin yaratıcılıkları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmada beşli Likert tarzında anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında ise SPSS 18.0 paket programı kullanılarak Faktör Analizi, t-Testi, Anova Testi ile Regresyon ve Korelasyon analizleri yapılmıştır.

Yapılan analizlerden ortaya çıkan Araştırma sonuçlarına göre yaratıcılık ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin demografik değişkenler özellikleri dikkate alınarak yapılan analizlerden de yaratıcılık ve girişimcilik eğilimi bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan önemli bulgulardan bir tanesi işletme bölümü öğrencilerindeki girişimcilik eğilimi alt boyutlarından olan kontrol odağının diğer bölüm öğrencilerine nazaran daha yüksek çıkmasıdır. Ortaya çıkan bulgulara göre yorumlar geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, Girişimcilik Eğilimi, Yenilik, Kafkas Üniversitesi

KAFKAS UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION
CREATIVITY AND ENTREPRENEURSHIP TENDENCY RELATIONSHIP:
A RESEARCH AT KAFKAS UNIVERSITY
MASTER THESIS
Funda TOKUCU
Assoc.Prof.Dr.Alpaslan YÜCE
2018 - X + 122

ABSTRACT

This thesis has been prepared to reveal the relationship between creativity and entrepreneurial tendencies of the students in various parts of the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Kafkas University. Questionnaire method was used in the study. SPSS 18 package program was applied and Factor Analysis, t - Test, Anova Test, Regression and Correlation analyzes were performed.

Research results show that there is a significant relationship between creativity and entrepreneurship tendency. In terms of demographic variables, it is also found that there are differences in creativity and entrepreneurship tendency. One of the important findings that emerged is that the control networks of the entrepreneurship tendency, a sub-dimensions of entrepreneurship tendency, is higher in business department students than the other students of the control group. According to the findings, interpretations have been developed.

Keywords: Creativity, Entrepreneurship Tendency, Innovation, Kafkas University

ÖNSÖZ

Yaratıcılık ve girişimcilik eğilimi ilişkisi: Kafkas Üniversitesinde bir araştırma başlıklı yüksek lisans tezinin konusu İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, İktisat Bölümü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü ile Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü öğrencilerinin yaratıcılık düzeylerinin bu öğrencilerin girişimci olma eğilimleri üzerindeki ilişkisini analiz etmektir. Günümüzün artan rekabet ortamında girişimcilerdeki yaratıcılık ve yenilikçilik düzeyleri başarılı olmanın temel belirleyicilerinden biridir. Bu bağlamda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin çeşitli bölümlerinde okuyan öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile yaratıcılık ve yenilikçilik yetenekleri arasındaki ilişkinin analiz edilmesi üzerinde durulmaya değer bir konu olarak mütalaa edilmiştir.

Bu çalışmanın hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen danışman hocam sayın Doç. Dr. Alpaslan YÜCE'ye; tezin anket çalışmaları sırasında anket sorularının hazırlanması, SPSS Paket Programında analizlerinin yapılması ve yorumlanmasında yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Erdoğan KAYGIN'a ve Yrd. Doç. Dr. Yunus ZENGİN'e; eğitim hayatım boyunca yetişmemde katkısı olan tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Çalışmamı tamamlamam konusunda moral ve motivasyonumu üst düzeyde tutmama yardımcı olan eşim Erkan, çocuklarım İkbâl, Ebrar ve Kerem'e ve diğer aile fertlerine şükranlarımı sunarım.

26.01.2018

Funda TOKUCU

KISALTMALAR

KMO Testi: Kaiser – Meyer – Olkin Testi

OECD: Organization for Economic Cooperation and Development



TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1: Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonuçları.....	43
Tablo 3.2: Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine Ait Faktör Yük Değerleri	45
Tablo 3.3: Yaratıcılık Faaliyetine Ait Faktör Analizi Sonuçları	46
Tablo 3.4: Yaratıcılık Ölçeğine Ait Faktör Yük Değerleri	47
Tablo 3.5: Güvenirlilik Analizi Bulguları	48
Tablo 3.6. Demografik Özelliklere Ait Bulgular	50
Tablo 3.7. Girişimcilik Özelliklerine Ait Bulgular	51
Tablo 3.8. Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri ve Yaratıcılık Faaliyetlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler Tablosu	53
Tablo 3.9: Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	54
Tablo 3.10: Regresyon Analizi Tablosu.....	55
Tablo 3.11: Regresyon Analizi Parametre Katsayıları Tablosu	56
Tablo 3.12: Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-testi Bulguları	58
Tablo 3.13: İş Kurma Fikrine Ait T-Testi Bulguları.....	60
Tablo 3.14: Uyruk İfadesine İlişkin T-Testi Bulguları	61
Tablo 3.15: Bölüm İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Analizi Bulguları.....	64
Tablo 3.16: Tablo 3.15’den Elde Edilen Post-Hoc Test Bulguları.....	67
Tablo 3.17: Yaş İfadesine İlişkin Anova Bulguları	68
Tablo 3.18: Yaş Sırası İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları.....	70
Tablo 3.19: Aileyle Birlikte Yaşanılan Yer İfadesine İlişki Tek Yönlü Anova Bulguları.....	73
Tablo 3.20: Öğrenci Babalarının Çalıştığı Sektör İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları.....	77
Tablo 3.21: Öğrenci Annelerinin Çalıştığı Sektör İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları.....	80
Tablo 3.22: İş Kurma İsteği İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları.....	83
Tablo 3.23: Tablo 3.22’den Elde Edilen Post-Hoc Testi Bulguları.....	86
Tablo 3.24: Fon Kaynağından Yararlanma İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları.....	89
Tablo 3.25: Tablo 3.24’den Elde Edilen Post-Hoc Testi Bulguları.....	93
Tablo 3.26: İş Kurma Olasılığı İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları	94

Tablo 3.27:Tablo 3.26'dan Elde Edilen Post-Hoc Testi Bulguları.....97



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1: Girişimcilikte Yaratıcılık	29
Şekil 3.1: Araştırma Modeli.....	39



GİRİŞ

Girişimcilik son yıllarda üzerinde en çok durulan konulardan birisidir. Özellikle 1980 sonrasında dünyanın birçok ülkesinde yaygın hale gelen neo liberal felsefe ve bu felsefenin ekonomi yönetimlerince pratikte uygulanmaya başlaması pazar ekonomisinin, bununla bağlantılı olarak da girişimciliğin yaygınlaşmasına yol açmıştır. Çünkü pazar ekonomisinin diğer bir tabirle serbest piyasa ekonomisinin merkezinde girişimci faktörü vardır ve bir ekonomide girişimci faktörü ne kadar aktif ve gelişmişse o ekonominin gelişmişlik düzeyi de o kadar yüksek olacaktır.

Ülke ekonomisindeki girişimcilerin nitelik ve yetenekleri ekonominin potansiyeline ne ölçüde yaklaşacağını belirler. Girişimcilik kültürü gelişmiş, nitelik ve nicelik olarak hatırı sayılır miktarda girişimcisi olan ekonomilerdeki büyüme oranları ve refah seviyesi de yüksek olacaktır. Çünkü bu tür ekonomilerde girişimciler daima yeni ürünler ortaya koymakta, yeni ürünler sayesinde ülkelerin ihracatları ve rekabet güçleri artmakta, bu tür ürünlere yönelik iç ve dış talep devamlı canlı olduğu için üretim ve istihdamda da süreklilik ortaya çıkmaktadır.

Ülke ekonomilerinin gelişmişlik düzeyleri ve halkın refah düzeyinin artırılmasında neredeyse birinci derece yeri olan girişimciliğin bu özelliğinden dolayı birçok insan girişimcilik üzerine çalışmalar yapmıştır. Bu çerçevede, girişimci birey ile ailesi arasındaki ilişkiler, girişimcinin içinde yetiştiği sosyal ortam, girişimcinin doğuştan getirmiş olduğu özellikler, girişimcinin dinsel tercihleri, girişimcinin etnik kökeni, girişimcilerin eğitim düzeyi ve bizzat girişimcilerin almış oldukları girişimcilik eğitimleri araştırılan temel konulardır.

Farklı eğitim programlarının öğrencilerin davranışları ve girişimci olarak performansları üzerindeki etkilerine dair hala bilgi eksiklikleri mevcuttur. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki girişimcilik programlarından mezun olanların normal bir işletme derecesiyle mezun olanlara göre yeni bir iş kurarak kendi işverenleri olmuşlardır. Ancak burada şu çok açık değildir: girişimci ruha sahip olanlar kendiliklerinden mi daha çok girişimcilik programlarına mı kayıt yaptırıyor yoksa

girişimcilik programları gerçekten girişimciliği hızlandırıyor mu? (Berglund, 2006: 368). Bu dūřünceler paralelinde bireylerin sahip oldukları yaratıcılık durumlarının çeşitli faktörlerden etkilenen girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi öğrencileri üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm girişimcilik eğilimi konusu ele alınmıştır. Bu bölümde girişimcilik ile ilgili temel kavramlara değinilmiştir. İkinci bölümde yaratıcılık konusu ele alınarak yaratıcılık ve yenilik ilişkisi ve girişimcilik eğitiminin önemi vurgulanmıştır. Son bölümde ise araştırmanın uygulama kısmına yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

1.1.Girişimciliğin Tanımı

Girişimcinin kim olduğuna dair yapılan çalışmalara bakıldığında tanım üzerinde evrensel bir kabulün olmadığı görülmektedir. Çünkü girişimcilik üzerine çalışan çok sayıda araştırmacı ya kendi yöntemini geliştirerek araştırmalarda bulunmakta ya da var olan bir yöntemi kullanarak araştırma yapmaktadır. Bazılarına göre girişimci bir işletmeyi çalıştırmaya başlatan kişi iken diğer bazılarına göre ise girişimci genellikle ailesinden devraldığı işleri yürüten ve yaptığı işte büyümeyi ve kârlılığı hedefleyen kişidir (Carland ve Carland, 1997: 2). Girişim ya da girişimciliğin evrensel bir tanımının olmadığı konusunda genel bir kanı oluşmamasına rağmen girişimciliğin basit işletme yönetiminden farklı bir şekilde tanımlanması gerektiği konusunda genel bir görüş oluşmuştur. Çünkü girişimcilik, yaratıcılığı, risk almayı, yeniliği içermektedir ki bu konular geleneksel işletme eğitimi veren okullarda çok fazla öğretilmemektedir (Jones ve English, 2004: 417).

Girişimcilik kavramının köklerine ilişkin çalışmalardan birisi Ely'nin çalışmasıdır. Ely, Amerika Birleşik Devletlerinde 1912 yılında yaptığı çalışmada bu kavramın Fransızca kökenli entrepreneur kelimesi olduğunu ve iktisatçıların da Fransızca kökenli bu kavramı kullandıklarını ileri sürmektedir. Ely, yine ilk dönemlerde girişimciliği tanımlamak için üstlenici ya da yüklenici anlamına gelen undertaker ve maceracı anlamına gelen adventurer kelimelerinin de kullanıldığını belirtmektedir (Carland ve Carland, 1997: 1).

İktisatçılar girişimci kavramının kendilerine ait olduğunu iddia ederler ki bunda büyük oranda doğruluk payı da vardır. 1950'li yıllara kadar girişimciliğe yönelik tanım ve açıklamalar çoğunlukla iktisatçılar tarafından yapılmış ve girişimciliğin büyüme ve kalkınma açısından ne kadar önemli olduğu yapılan çalışmalarda sıkça vurgulanan konular olmuştur (Frederick, O'Connor, Kuratko, 2016: 13). İktisat

teorisi içerisinde* girişimci; riski üstlenen, finansal sermayeyi arz eden, yenilikçi, karar verici, üretim faktörlerinin işvereni, endüstriyel lider, yüklenici, arbitrajcı, kıt kaynakların tahsis edicisi şeklinde tanımlanmaktadır (Özkul, 2007: 344).

Cantillon'a göre girişimci kaynak tahsisi hakkında kararlar alan, talebi tahmin eden, belirli bir fiyattan bir ürünü alan ancak hangi fiyattan satacağı kesin olmadığı için riski üstlenen kişidir. Cantillon'un öngördüğü girişimcinin mutlaka yenilikçi olmasına gerek yoktur (Lowe ve Marriott, 2006: 5).

Önde gelen iktisatçılardan Mill girişimcilik kavramını yöneticilik kavramı ile bir arada anarken Schumpeter yenilikçilik yönü ile girişimciyi tanımlamaya çalışır. Mill'in girişimciyi yöneticiden ayırmasının nedeni ise girişimcinin yöneticiden farklı olarak riski üstlenmesidir (Carland ve Carland, 1997: 2).

İktisat teorisi içerisinde girişimcinin tek bir tanımının olmadığı yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılmaktadır. Marshall, piyasa dengesini analiz ederken piyasaların dengeye geldiği bir ortamda aşırı kârın ortadan kalktığını ve bütün firmaların piyasa fiyatından satmak zorunda olduğunu ileri sürer; hiçbir firma piyasa fiyatı üzerinde etkin değildir. Bu ele alış tarzında firma (girişimci) bir anlamda pasiftir. Bu analizin kapitalist bir ekonomideki yeniliklerin ve yenilikçi girişimcilerin ekonomik gelişme üzerindeki etkilerini ortaya koyma noktasında yetersiz olduğu ileri sürülür. Bir diğer önde gelen iktisatçılardan olan Schumpeter, Marshallcı bu denge yaklaşımını reddeder ve iktisadi gelişmelerin büyük ölçüde sürekli bir şekilde ortaya çıkan yaratıcı yıkımların bir sonucu olduğunu ileri sürer. Bundan dolayı yenilikçi girişimcilerin korunması gerektiği ileri sürülür (Tiryaki, 2005).

Girişimci, yenilik arayan, fikir üreten, olaylara farklı bakabilen ve yeni işlere atılmak noktasında cesaretli olan kişidir. Girişimcinin özgüveni, yenilik yapabilme kapasitesi ve yaratıcı düşünme yeteneği yüksek olmalıdır ki başarılı girişimcilerde bu özellikler ön plandadır. Ayrıca girişimciler problem ve olumsuzlukları fırsata çevirebilme yeteneklerine sahip kişilerdir (Arslantaş, 2001: 17). Başarılı girişimci öncelikle

* İktisat teorisi içerisinde girişimcinin nasıl tanımlandığına yönelik olarak ayrıntılı bilgi için Gökhan Özkul'un kaynakçada künyesi verilen makalesine bakılabilir. Aynı makalede önde gelen iktisatçılardan Schumpeter'in "yaratıcı yıkım" kavramına yönelik olarak da detaylı bilgiler bulunmaktadır.

problemi problem olarak değil bir fırsat olarak gören ve daha sonra bu problemi fırsata çevirmek için gerekli çözüm yollarını arayan kişidir (Tataru, 2014: 139).

Girişimci, doğuştan getirdiği potansiyellerini gerçeğe dönüştürebilen ve bağımsız bir kişiliği olan kişidir. Bir fırsatı değerlendirmek için kaynakları bir araya getirmesini ve başarıyı elde etmek için neler yapması gerektiğini iyi bilir. Daha önceden başka bir kimsenin ya da firmanın girmediği alanlara girmeyi sever (Okpara, 2007: 4).

Schumpeter'in girişimciliğe dair yapmış olduğu çalışmalar girişimciliğin iktisadi büyüme ve kalkınma alanının temel konularından birisi olmasına neden olmuştur. Yenilikçi firmalar önemli derece yeni istihdam ve katma değerli ürünler yarattıklarından dolayı politikacılar ve bürokratlar yenilikçi firmaların bir ekonomi için ne kadar önemli olduğunun farkındadır (Lee v.d, 2004: 881). Dolayısıyla girişimciliği geliştiren ya da engelleyen faktörlerin neler olduğunun bilinmesi ya da bunların ortaya çıkarılması son derece önemlidir.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere her bir yaklaşım kendine özgü bir girişimci tanımı yapmaktadır ancak gözden kaçmaması gereken şey her bir tanımın girişimciliğin farklı bir yönüne işaret etmiş olmasıdır. Koh (1991: 13), bu yaklaşımların her birinin bir ekol ya da okul tarafından yapıldığına işaret etmektedir. Buna göre mükemmel kişi okulu (great person school) girişimciliği doğuştan gelen bir özellik olarak görür ve girişimci doğarken sezgisi yüksek, kendine saygılı, enerjik bir kişilik olarak dünyaya gelir. Klasik okul (classical school) girişimciyi yenilikçi, yaratıcı ve keşif özellikleriyle tanımlar. Yönetim okulu (management school) girişimciyi organize eden, sahip olan, yöneten ve risk üstlenen olarak tanımlar. Liderlik okulunun (leadership school) tanımına göre girişimci motive eden, yönlendiren ve yeni yollar açandır. Kurum içi girişimcilik okulu (intrapreneurship school) girişimciyi karmaşık kurumlardaki becerikli yöneticiler olarak tanımlar. Son olarak psikolojik karakteristik okulu (psychological characteristics school) girişimciyi kendine has değerleri, tutumları ve ihtiyaçları olan bireyler olarak tanımlar ki bu değer, tutum ve ihtiyaçlar hem girişimciyi yönlendirir hem de girişimci olmayanlardan ayırır.

Girişimcilik her ne kadar ekonomik boyutuyla düşünülse de sosyal bir boyutunun da olduğu unutulmamalıdır. Girişimci içinde bulunduğu sosyal çevreden etkilenebileceği gibi bu sosyal çevreyi etkileyebilir de; iktisadi sistem girişimcilerin faaliyetleri neticesinde daha karmaşık bir hale gelebileceği gibi toplumun yapısı da girişimcilerin getirdikleri yeniliklerden (yeni ürünler gibi) büyük oranda etkilenebilir (Lowe ve Marriot, 2006: 8).

Girişimcilik üzerine düşünceler ekonomilerdeki gelişmeyle birlikte değişime uğramıştır. Ekonomik gelişmenin yavaş olduğu, üretiminin daha çok ustalar vasıtasıyla gerçekleştirildiği, makineleşmenin olmadığı durumda girişimci daha çok maceracı özelliği ile ön plana çıkmaktadır. Sanayi devriminin ardından ise makineleşme artmış, üretim yöntemlerinde değişimler olmuş girişimcilik üretim faktörlerini bir araya getiren ve şirket sahibi olma yönüyle ön plana çıkmıştır (Özdemir, 2012: 4). Günümüzde ise teknolojidaki hızlı artış ve artan rekabet girişimciliği yenilikçilik ve yaratıcılık boyutlarıyla öne çıkarmaktadır.

Yukarıdaki tanımlardan da görüleceği üzere girişimcilik bir işyeri kurmanın ötesinde bir faaliyettir. İşin başlangıç noktası bir işin kurulmasıdır ancak bu işin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için girişimcinin yaratıcı, yenilikçi, risk alan, yeni fikirleri uygulamaya sokabilme cesareti ve becerisini gösterebilen bir karaktere sahip olması gerekir (Kuratko, 2004: 3).

Başarılı bir girişimcinin bazı niteliklere sahip olması gerekir. Bir girişimci sahip olduğu iletişim yeteneği sayesinde ürününü tanıtabilir, pazarlayabilir ve satabilir. İletişim kurma yeteneği güçlü olan girişimciler müşterileriyle, tedarikçilerle, yatırımcılarla, işçileriyle, hukukçularla ve diğer ilgili kişi ve kurumlarla olumlu ilişkiler kurarak işletmesinin başarılı olmasına önemli katkılarda bulunur. Başarılı bir girişimci aynı zamanda liderlik vasfı yüksek olan kişidir ki liderlik yapabilme yeteneğini kullanarak şirketi için bir vizyon belirler ve çalışanlarını bu vizyona bağlı hareket etmelerini sağlayabilir (Tataru, 2014: 140).

Bir kişi, girişimci olmasından kaynaklanan bazı avantaj ve dezavantajlarla karşılaşır. Girişimcilik sürecinde elde edilen deneyimler bir kimsenin kişisel gelişimine olumlu katkıda bulunacaktır. Bunun yanı sıra bir iş başarıldığında elde edilen haz ve kâr,

elde edilen finansal başarılarından dolayı kişinin kendisini daha bağımsız hissetmesi, toplumda saygı görmesi girişimci olunmasından dolayı elde edilen avantajlardır. Buna karşılık, finansal sıkıntılar, zarar etme olasılığı, iş âleminde karşılaşılabilecek belirsizlikler, kendine ve ailesine yeterince zaman ayıramama gibi durumlar girişimcilikten dolayı karşılaşılabilecek dezavantajlardır (Bayram, 2016: 6).

Girişimcinin tanımı yapılırken girişimci ile yönetici arasındaki farkı vurgulamak gerekmektedir. Girişimci her şeyden önce bir işi başlatmak için sermaye koyan ve riski üstlenendir. Ancak yönetici risk üstlenilerek başlatılan bir işi başarıyla yürütmekle görevli kişidir ve asıl amacı sorumlu tutulduğu işlerde verimli bir şekilde çalışarak hedeflere ulaşmaktır (Ülgen vd., 2004: 24). Yönetici özünde yaptığı işin profesyonelidir ve girişimciye her türlü konuda yardımcı olur. Bu bağlamda, girişimcinin belirlediği hedeflere ulaşılması için ne kadar sermayeye ihtiyaç duyulacağını, iş planının zaman açısından nasıl yapılacağını ve imkânları belirli bir mantık çerçevesinde analiz ederek girişimciye yol gösterir. Girişimci ile yöneticinin bu ilişkisi işletmenin belirli bir düzen içerisinde çalışmasını sağlar. Girişimci yenilikler peşinde koşarken yönetici var olan pozisyonu koruma noktasında daha çok gayret eder (Akpınar, 2009: 28 – 29).

1.2.Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Eğilimini Belirleyen Faktörler

1.2.1.Girişimcilik Eğilimi Nedir?

İlgiyi belirli bir hedef veya amaca ya da bu amacın elde edilmesini sağlayan yola yönlendiren bilinçli bir zihin durumudur. Girişimcilik eğilimini etkileyen çeşitli faktörler söz konusudur. Bu faktörlerin bir kısmı girişimci kişinin kendisinden kaynaklanırken bir kısmı kendisinin dışında gerçekleşen etkenlerden oluşur (Hamidi vd., 2008: 306). Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin neler olduğuna dair literatür oldukça zengindir ve disiplinler arası bir nitelik arz eder. Girişimcilik eğilimi alanında çalışanların araştırma amaçları girişimcilik eğilimini belirleyen faktörleri kendi içinde bir skalaya tabi tutmaktadır. Bu manada bazı araştırmacılara göre girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında kişinin psikolojik özellikleri daha önemli iken diğer bazı araştırmacılara göre ise sosyo-ekonomik unsurlar daha önemlidir (Fafaliou, 2012: 295).

Kişinin kendinden kaynaklanan etkenlerin mi yoksa çevrenin mi girişimcilik eğilimini etkilediğine yönelik tartışma oldukça uzun süreden beri yapılmaktadır. Kişilik yapısını ön plana çıkaranlara göre risk alma, başarıma ihtiyacı ve denetim odağı girişimciliği belirleyen temel psikolojik unsurlardır. Buna karşılık çevreyi ön plana çıkaranlara göre ise toplumsal geleneklerin, kültürel kodların ve gurup yapısı gibi unsurların bir kişinin girişimci olmasında oldukça önemli olduğunu iddia ederler (Aytaç, 2006: 142).

Girişimcilik eğilimi bir kişinin girişimci olmasına, bir işi başlatmasına, başlattığı işi sürdürmesine yol açan psikolojik faktörlerdir. Bu faktörler (Koh, 1996: 14-16); başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizlik toleransı, öz güven ve yenilikçiliktir.

1.2.2.Girişimcilik Eğilimini Belirleyen Faktörler

1.2.2.1.Başarma İhtiyacı

Kişinin almış olduğu kararlar ve yapmış olduğu eylemler neticesinde olumlu bir sonuca ulaşması ve bununla tatmin olmak istemesidir. Kişi kendisi için belirli bir hedef belirler, bu hedefe ulaşmak için nasıl hareket etmesi ve ne tür faaliyetlerde bulunması gerektiğine karar vererek eylemde bulunur. Tüm bunların neticesinde, bir işi başarmış olma ya da kar elde etme gibi bir takım sonuçlar elde eder ki bu sonuçlar kişide yüksek bir tatmin sağlar. Başarma ihtiyacı ya da başarılı olma hedefi, büyük oranda kişinin kendisinden kaynaklanır (Avşar, 2007: 15). Yapılan alan çalışmalarında başarma ya da başarı ihtiyacının girişimcilik üzerindeki etkisinin çok yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Başarı ihtiyacı olan bireylerde başarılı olma arzusu ve bununla bağlantılı olarak da işletmesini başarılı bir şekilde yönetme arzusu çok yüksektir (Koh, 1996: 14). Ramssoedh (2013: 12), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yapılan alan çalışmalarında başarma ihtiyacı ile girişimci olma eğilimi arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu altını çizmiştir.

1.2.2.2.Kontrol Odağı

Kontrol odağı bireyin yaşamında elde ettiği ödüller ve aldığı cezalara ilişkin olarak edinmiş olduğu algıyı ifade eder. İçsel kontrol ve dışsal kontrol odağı olarak iki alt

alan ayrılabilir. Dışsal kontrol odağında bireyler, elde ettikleri ödüllerin ve cezaların kendi kontrolleri dışında şans eseri olarak ortaya çıktığına inanırlarken içsel kontrol odağında bireyler elde ettikleri ödüllerin ve aldıkları cezaların kendi kontrolleri atındaki eylemlerden kaynaklandığına inanırlar (Koh, 1996: 14). İçsel kontrol bir kişinin girişimcilik eğilimini belirleyen ve büyük oranda kişinin kendisinden kaynaklanan önemli oranda doğuştan getirdiği bir olgudur. Eğer bir kişi, olayların dış etkenlerin etkisinden daha çok kişinin kendi davranışları neticesinde şekillendiğine inanıyorsa bu kişide içsel kontrol duygusunun güçlü olduğu ve girişimciliğe eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir (Avşar, 2007: 14). Olaylar karşısında böyle bir bakış açısına sahip olan bireyler şans ve diğer dış etkenlere çok fazla ümit bağlamazlar ve kendi verdikleri kararların arkasında dururlar. İçsel kontrol odağı yüksek bireyler olayların üzerine giderken ısrarcı davranırlar (Tağraf ve Halis, 2008: 94).

Keleş'e (2013) göre içsel kontrol odağı yüksek olan girişimciler şu özelliklere sahiptir (Salik, 2015: 57):

- ✓ Fırsatları iyi değerlendirirler
- ✓ Talih ve şansın değil kendi eylemlerinin sonuçlarının başarı ya da başarısızlık getirdiğine inanırlar
- ✓ Sorunlara karşı sorumluluk alırlar
- ✓ Kendi iradelerine güvenerek yaşamlarını kontrol ederler

Naktiyok (2014: 25)'a göre kişinin sahip olduğu üstün ve eksik yönler faaliyetlerin sonuçlarını belirler. Bundan dolayı içsel kontrol odağı aynı zamanda çalışma, kararlılık ve sonuçların planlayıcısı olma anlamlarına da gelmektedir.

1.2.2.3.Risk Alma Eğilimi

Risk alma eğilimi şartlar değiştiğinde ya da belirsiz karar alma durumlarında bazı değişiklikleri gerçekleştirmeye ilgilidir. Risk alma eğilimi, girişimciyi yöneticilerden ayıran temel özelliklerden birisidir çünkü yöneticiler girişimcilerden farklı olarak riskten kaçman bireylerdir. Risk alma eğiliminin yüksek olması girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında önemli bir faktördür (Koh, 1996: 15). Risk alan girişimci, yapacağı eylemler sonucu hedeflediği amaçlara da ulaşabilir, bazı

durumlarda hayal kırıklığı da yaşayabilir. Bundan dolayı girişimci hesaplanabilir olan ve üstesinden gelinebilir olan riski üstlenmelidir (İşcan ve Kaygın, 2011: 447). Risk alma girişimcilik kavramıyla neredeyse özdeştir ve risk alma girişimciliğin doğasında vardır (Tağraf ve Halis, 2008: 94).

1.2.2.4.Belirsizlik Toleransı

Belirsizlik toleransı bir durumun oluşması için yeterli bilgi olmadığında ortaya çıkar. Girişimci, belirsizliğin olduğu ortamlarda elindeki bilgiyi kullanarak kararlar alır ve uygular. Girişimci elindeki yetersiz bilgiyi kullanarak bir karar alıp bu kararın arkasında durabiliyorsa, bu girişimcinin belirsizlik toleransının yüksek olduğu söylenir (İşcan ve Kaygın, 2011: 447). Aslında belirsizlik toleransı ile risk alma eğilimi benzer özellikler gösterir. Şöyle ki yeterli bilgi olmaksızın yani belirsizlik durumunda karar almak ve uygulamak aslında oldukça riskli bir eylemdir (Koh, 1996: 15). Girişimcilik yeteneği burada ortaya çıkmaktadır çünkü başarılı girişimciler belirsizlikle de baş etmeyi bilen ve belirsizlik koşullarında da şirketlerini kâra geçirebilen kişilerdir.

1.2.2.5.Özgüven

Özgüven başarılı girişimcilerin en temel özelliklerinden birisidir. Öz güveni olan bir girişimci, hedeflediği amaçlara ulaşabileceğine, başarabileceğine ve diğer şirketlere karşı rekabette başarılı olacağına inanır. Öz güveni yüksek girişimciler risk alabilir ve bu kişilerin belirsizlik toleransları oldukça yüksektir (Koh, 1996: 15). Başarıyı hedefleyen girişimcilerin öz güvenlerinin yüksek olması gerekir çünkü yola çıkma gerekçeleri başarılı olmaktır (İşcan ve Kaygın, 2011: 447).

Öz güven, her şeyden önce kişinin kendini iyi tanıması, neleri yapıp neleri yapamayacağını iyi bilmesi, başkalarının onayını beklemeden faaliyetlerde bulunabilmesidir. Öz güven sayesinde bireyde pozitif bakış açısı oluşmaya başlar ve pozitif bakış bireylerde olumlu duyguların gelişmesine yol açar (Avşar, 2007: 9).

1.2.2.6.Kendi Kendine Yeterlilik

Bir diğer faktör ise kişinin kendi kendine yeterliliğidir ki girişimcilik eğitimi özellikle burada devreye girerek kişilerin girişimci olma eğilimlerini artırmaktadır (Hamidi vd., 2008: 306). Kendi kendine yeterlilik bireylerdeki bağımsız olma ihtiyacının bir yansımasıdır ve birey öncelikle ekonomik bağımsızlığını kazanarak kendi kendine yeterli olmak ister. Bunun için de birey bir iş kurarak kendi işinin patronu olma ve bağımsızlığa kavuşma yolunda ilk adımını atmış olur (Avşar, 2007: 9).

Girişimcilik eğilimini belirleyen yukarıda sıralanan unsurlar kişinin kendinden kaynaklanan unsurlardır. Bunların yanı sıra girişimciliği eğilimini belirleyen diğer bazı faktörler de vardır ki bunlar kişinin içinde bulunduğu ortamdan kaynaklanır. Bu ortama genel olarak sosyal ortam denilebilir ve bu çerçevede aile, arkadaş çevresi, meslektaşlar bir kişinin girişimci olma eğilimini belirleyen sosyal faktörlerdir.

1.2.2.7.Cinsiyet

Kişinin kendisinden kaynaklanan ve girişimcilik eğiliminin etkileyen bir diğer etken cinsiyettir. Hem dünya genelinde hem de Türkiye'deki girişimciler büyük ölçüde erkeklerden oluşmaktadır. Bunda erkeklerin risk alma davranışlarının daha güçlü olması, aileyi geçindirme yükümlülüğünün büyük oranda erkeklerden beklenmesi gibi nedenler etken olmuş olabilir. Girişimcilik faaliyetlerine başlama dönemi erkeklerde genellikle 25-35 yaş aralığı iken kadın girişimcilerde 35-45 yaş aralığıdır (Kaygın ve Karadal, 2013: 250).

1.2.2.8.Motivasyon

Biri kişinin girişimcilik eğilimini etkileyebilecek unsurlardan bir diğeri kişinin motivasyonudur. Bu noktada sorulması gereken soru şudur: Neler bir kişinin girişimci olması yönünde o kişiyi motive eder? Avşar (2007: 25) kişinin başarılı olma isteğinin, yapılan iş üzerinde tam kontrole sahip olmanın, yüksek performansın, yeni şeyler ortaya koyma isteğinin kişiyi motive eden temel unsurlar olduğunu belirtmektedir.

1.2.2.9.Aile

Aile bir kişinin girişimci olup olmayacağını belirleyen faktörlerden birisidir. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki (İrmiş ve Barutçu, 2012: 3-4) aile bir bireyin girişimcilik niyeti ve eğilimi üzerinde son derece etken bir faktördür. Çünkü girişimci adayı hem aile içerisinde kendisi için bir rol model bulmakta hem de aile bireylerinin desteğini alabilmektedir. Buradaki destek hem finansal hem de manevi destektir. Bağımsızlığa önem veren ebeveynler aileden birisinin girişimci olması noktasında daha çok destek verecektir.

Aile reisinin girişimci olup olmaması, ailede kardeşlerden birisinin girişimci olup olmaması, aile bireylerinin geçim noktasında girişimciliğe bakış açıları, girişimci adayın aile bireyleri tarafından desteklenmesi ya da desteklenmemesi, aile bireylerinin risk almaya bakış açıları vb. çok sayıda unsur ailedeki bir bireyin girişimcilik eğilimini yakından etkiler (Avşar, 2007: 10). Aile bireyleri arasında hali hazırda girişimci olanlar, bir nevi rol model olarak ailedeki diğer bireylerin girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilemektedir (Ramssoedh, 2013: 12).

Ailenin girişimcilik üzerindeki bir diğer etkisi ise girişimci adayın ilk rekabet denemelerini aile içerisinde yapmasıdır. Bu bağlamda diğer kardeşlerle işbirliği yapma ya da rekabete girme, kardeşler arasında ön plana çıkma isteği, kıskançlık, aile dışındaki bireylere karşı aile bireyleriyle dayanışma içerisinde olma gibi davranışlar girişimci adayın ilk deneyimleri olarak görülebilir (İrmiş ve Barutçu, 2012: 4).

1.2.2.10.Coğrafi Etkenler

Girişimciliğe coğrafi olarak yaklaşan çalışmalarda ise nüfusun, endüstriyel yapının, beşeri sermaye yoğunluğunun, üniversitelerdeki araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin, finansman olanaklarının girişimcilik üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Ancak coğrafi faktörler üzerine yoğunlaşan çalışmaların temel eksikliği girişimcilerin içinde yetiştikleri ve faaliyette buldukları sosyal ortama çok az yer vermeleridir (Lee v.d, 2004: 881).

1.2.2.11.Sosyo-Kültürel Unsurlar

Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerden birisi de kırsal alanlardaki ve kentsel alanlardaki sosyo-kültürel unsurlardır. Kırsal alanlardaki yaşam koşulları, girişimde bulunulacak alanların eksikliği, rol modellerin az olması gibi nedenler bu alanlarda girişimciliğin düşük düzeyde kalmasına neden olmaktadır. Buna karşılık kentsel alanlardaki yaşam koşullarının daha iyi olması, iş alanlarının daha çok olması, örnek alınabilecek rol modellerin çok olması vb. etkenler kentsel alanlardaki girişimciliğin daha fazla olmasına neden olmaktadır (İrmiş ve Barutçu, 2012: 5).

1.2.2.12.Yaratıcılık ve Yenilikçilik

Yenilikçilikle ilgili kısımlarda da belirtildiği üzere, girişimciler artan rekabet ortamında başarılı olmak ve kâr elde etmek istiyorlarsa daima yenilikçi olmak zorundadırlar. Bu bağlamda girişimciler yaptıkları işi her zaman yeni bir tarz ve yeni bir yöntemle yapmanın yollarını aramalıdır. Aslında girişimci özü itibariyle yenilikçidir, her zaman mükemmeli arar (Koh, 1996: 16).

Bir girişimcinin yenilikçi olması için yaratıcı olması da gerekir. Schmidt vd. (2012: 124)'ne göre girişimcilik ve yaratıcılık ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların önemli bir kısmı girişimcilikle yaratıcılık arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ve girişimcilik eğiliminde yaratıcılığın da mutlaka incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Hatta girişimcilik yaratıcılığın bir formu olarak kabul edilmeli ve girişimci yaratıcılık olarak adlandırılmalıdır çünkü yeni işletmelerde aynen yaratıcılıkta olduğu gibi orijinal ve faydalıdır.

Girişimcinin en önemli özelliği gerektiğinde radikal kararlar alabilme ve gerekli değişimleri hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmektir. Bunun için girişimcinin yaratıcı ve yenilikçi olması gerekir. Yaratıcılık ve yenilikçilik girişimcilik söz konusu olduğu bir bütünün iki ayrı parçası gibidir. Yaratıcı düşüncelerin beyinde olgunlaşmasıyla yenilikçilik ortaya çıkmaya başlar. Şöyle ki yaratıcılık adeta beyinde bir kıvılcım çakmasıyla başlar; bu kıvılcım üzerine düşünme arttıkça yeni fikirlerin oluşur. Girişimci bireylerde yaratıcılık ve yenilikçilik potansiyeli ne kadar yüksek ise başarılı olma ihtimali o ölçüde yüksek olur (Naktiyok, 2004: 167-170).

Yaratıcılık, yeni fırsatların görülmesine, yeni işletmelerin hatta yeni endüstrilerin kurulmasına neden olduğu için girişimsel davranış açısından çok önemli bir unsur olarak ele alınır. Amerika Birleşik Devletlerinde 2000'li yılların başlarında yeni işlerde meydana gelen artışın bir sebebinin yaratıcı girişimsel davranışlardaki artışa da bağlanmaktadır (Ko ve Butler, 2007: 365-366).



İKİNCİ BÖLÜM

YARATICILIK VE YENİLİKÇİLİK

2.1.Yaratıcılık ve Yenilikçiliğin Makro Ekonomik Açıdan Önemi

Günümüzün ekonomik çağında değer yaratan unsur akıl ve bilgidir. Akla ve yaratıcılığa dayalı endüstriler giderek toprağa ve emek gücüne dayalı endüstrilerin yerini almaktadır. Küresel ekonomi içerisinde bir devlet ya da bir şirket yeni ekonominin akla ve yaratıcılığa dayalı yapısal durumuyla yüz yüze gelmek zorundadır. Akla ve yaratıcılığa dayalı sisteme geçiş yapabilme kapasitesi o ülke ya da şirketin hangi gelişmişlik aşamasında bulunacağını ve rekabetçilik gücünü belirleyecektir.

Küresel ekonominin gelmiş olduğu aşamada şirketlerin rekabetçilikte üst düzeyde pozisyon alabilmeleri büyük ölçüde yaratıcılık ve yenilikçilik açısından elde ettikleri avantajlara bağlı olarak belirlenmektedir. Küresel ekonomik yapı içerisinde en son aşama yaratıcı ekonomidir; süreç tarımsal ekonomiden endüstriyel ekonomiye, post endüstriyel ekonomiden bilgi ekonomisine doğru ilerlemiştir. Bu son aşamada ekonomilerin ya da şirketlerin iyi bir yerlerde olması için yeni ürünler geliştiren ve sürekli olarak yenilikçi bir bakış açısıyla iş yapan yaratıcı bir sınıfa ihtiyaç vardır (Feng, 2013: 680).

Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum) her yıl yayınladığı Küresel Rekabetçilik Endeksi ile ülkelerin rekabetçilikleri hakkında bilgi vermekte ve bir sıralama yapmaktadır. Bir ülkenin rekabetçiliğini belirleyen çok sayıda unsur olmakla beraber bunlardan birisi de inovasyon yani yenilikçiliktir. Bu bağlamda rekabetçilikte önemli olan inovasyonun sürüklediği bir ekonomi olmak ve bu aşamada elde edilen yüksek hayat standartlarını devam ettirebilmektir. Bu çerçevede işletmelerin yeni ürünler, hizmetler, modeller ve süreçlerle rekabet edebilmeleri şarttır. Bu rekabetten başarılı çıkabilmeleri için de işletmelerin yeni teknolojileri kullanarak yeni ve farklı ürünleri üretmeleri, en sofistike üretim süreçlerini ve işletme modellerini geliştirmeleri gerekmektedir (World Economic Forum, 2012 – 2013: 9). Dünya Ekonomik Forumu tarafından her yıl yayınlanan bu raporda

inovasyonun alt unsurları ise şunlardır: patentler, bilim adamı ve mühendislerin varlığı, hükümetlerin ileri düzey teknoloji temini, inovasyon kapasitesi, bilimsel araştırma kurumlarının kalitesi, şirketlerin AR-GE harcamaları, AR-GE çalışmalarında üniversite sanayi işbirliği. Bu alt unsurlarda iyi olan ülkeler sıralamada üstlerde yer alırken bu alanlara yeterli yatırımı yapmamış olan işletmeler alt sıralarda yer almaktadır. Görüldüğü üzere yenilikçilik ve yenilikçiliğin ilk adımı sayılabilecek olan yaratıcılık alanında iyi olan işletmelere sahip ülkelerin rekabetçilik düzeyleri de yüksek olmaktadır.

Her yıl Eylül ayında yayımlanan endeks 2017 yılının Eylül ayında da yayımlandı. Son rapora göre Türkiye 137 ülke için yapılan genel sıralamada 53. sıraya yerleşti. Bu sıra bir önceki yıla göre bir basamak daha iyi olsa da yine de 2012 yılında elde edilen 43. sıranın gerisinde yer almaktadır. Yenilikçilik açısından yapılan sıralamaya bakıldığında Türkiye'nin 3.3 puanla* 69. sırada yer aldığı görülmektedir (World Economic Forum, 2017 – 2018: 11, 292).

İşletmeler kalıcı bir rekabet üstünlüğü elde etmek istiyorlarsa işletme yönetimi içerisinde yaratıcı düşünceyi ön plana çıkarmalı ve desteklemelidirler. Böylece rakiplerinden bir adım önde olacak, ürettiği ürünler sağlam ve taklidi zor ürünler olacak ve uzun vadede işletme kalıcı bir başarı elde edecektir (Aksüzek, 2008: 91). Yenilikçiliğin yüksek olduğu bir ekonomide elde edilen başarılar bireylerin faydalarının artmasına, firmaların kârlılıklarının artmasına ve bunlara bağlı olarak da ulusal refah artışına yol açacaktır. Yenilikler, dünya genelinde düşünüldüğünde ise küresel çapta bir refah artışına yol açacaktır (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 15).

2.2.Yaratıcılık Kavramı

Yaratıcılık insanları diğer türlerden ayıran bir özelliktir (Ko ve Butler, 2007: 365) ve ilişkili olduğu disiplinlere bağlı olarak farklı anlamlara sahip bir kavramdır. Schumpeter ve Kirzner gibi yazarlar yaratıcılığı ele alırken gözü pek girişimcilerin atik davranışları içerisinde gömülü soyut bir ekonomik fonksiyon olarak ele almaktadırlar. Buna karşılık işletme yönetimi üzerine çalışan yazarlar yaratıcılığı

* Sıralamada verilen puanlar 1 ile 7 arasındadır. 1 en düşük, 7 en yüksek puanı ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'nin yenilikçilik açısından ortanın altında yer aldığı söylenebilir.

işletme modelinin gelişimi, sosyal ağlar ve fırsat araştırması içerisinde ortaya çıkan yaratıcı davranış ve düşünce şekillerini vurgulayacak bir tarzda ele almaktadırlar (Berglund, 2006: 367).

Kavram olarak yaratıcılık oldukça kapsamlı olup iktisat, bilişsel bilimler, kalkınma araştırmaları, pedagoji ve tarih alanlarında yaratıcılık üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Yaratıcılık genellikle orijinallik ve yerindeliğin bir birleşimi olarak tanımlanır ve genellikle de problem çözümü ile ilişkilendirilir. Yaratıcılık aynı zamanda reaktif ve uyumlu davranışlarla da ilişkilendirilir çünkü bu tür davranışlar insanlara sıkıntılı durumlarla baş edebilme imkânını sağlar. Psikolojik bakış açısı daha yaygın ise de, yaratıcılık üzerindeki çalışmalar oldukça dağılmış durumdadır ve disiplinler arası bir durum arz etmektedir. Yaratıcılığa yönelik çalışmaların yapılandırılmasının yaygın yollarından birisi, yukarıda da kısmen değinildiği üzere, yaratıcılığı *kişi*, süreç ve ürün arasında bölmektir. Kişi yaklaşımı kişinin karakteri ve kişisel özellikleri üzerindeki araştırmaları kapsar; süreç yaklaşımı daha davranışsaldır ve yaratıcı düşünce ve teknikleri içerir; yaratıcı ürünler üzerindeki araştırma ürünlerin kalite ve miktarlarının ölçülmesi yoluyla incelenebileceğini varsayar (Berglund, 2006: 368).

Chen ve Chen (2012: 1627)'e göre yaratıcılık, problemlere, uyumsuzluklara ve bilgi eksikliğine yönelik hassas bir tavır ve bu eksikliklerin giderilmesine yönelik olarak çözüm yolları araştırma ve çözümler üretmedir (Kanbur, 2015: 7). Yaratıcılık, değişim ve yeniliği kabul etmeye yönelik olarak bir tutum, fikir ve olasılıklarla çalışmaya yönelik bir istekliliktir. Bilinenin aksine yaratıcılık bir şeylerin ani bir şekilde ortaya konması değildir. Yaratıcılık belirli bir süreci, çok ve yoğun çalışmayı gerektirir. Dolayısıyla yaratıcılığa bağlı olarak yeni fikir ve ürünlerin ortaya çıkması aşamalıdır (Okpara, 2017: 3). Uçağın, buharlı makinelerin, matbaanın, elektriğin vb. önemli icatların ortaya çıkması ve ürüne dönüşmesi için çok önemli uğraşlar verilmiştir. Wright kardeşlerin, Watt'ın ve Guttenberg'in bu ürünlerin ortaya çıkması aşamasında verdikleri emek unutulmamalıdır (Ko ve Butler, 2007: 367). Yaratıcı eylemler, bazı istisnaları dışında, zamanın herhangi bir noktasında aniden ortaya çıkan bir durum değildir. Yaratıcı eylemler bir sürecin sonunda ortaya çıkarlar; süreç

bireylerin, toplumun ve kültürel etmenlerin olduğu bir çerçeve içerisinde işler ve doğrusal değildir (Fillis ve Rentschler, 2010: 50).

Yaratıcılıkta, bireyin sahip olduğu uzmanlık ve yaratıcı düşünce bireyin hammaddeleri gibidir. Ancak bunlarla bir arada bulunması gereken üçüncü bir faktör motivasyondur. Motivasyonu olmayan bir birey ne kadar uzmanlığa sahip olursa olsun ya da yaratıcı düşüncesi ne kadar gelişmişse gelişsin, eğer bir işi yapmaya yönelik bir motivasyonu yoksa uzmanlığı ve yaratıcı düşüncesi herhangi bir işe yaramayacaktır (Amabile, 1998). Fillis ve Rentschler (2010: 52), motivasyonla beraber düşünme sitilinin ve kültürel unsurların da yaratıcılığı etkileyen faktörler olduğunu belirtmektedir. Bazılarına göre yaratıcılık doğuştan gelen bir yetenek iken bazılarına göre ise yaratıcılık sonradan öğrenilebilir bir durumdur. Örneğin müzik ve resim gibi sanat dallarındaki bazı sanatçılar diğer sanatçılardan çok daha üstün yeteneklere sahiptir. Buna karşılık bazı yüksek lisans programlarında yaratıcılığa dair temel şeyler öğretilir ve daha sonra öğrencilerin kendi yaratıcı çözümlerini ortaya koymaları için fırsatlar sunulur.

Yaratıcılık, yeni fikirlerin üretilmesini, problemlerin özgün yöntemlerle çözümlenmesini, olaylara ve problemlere meraklı ve araştırmacı bir düşünce sistemi ile yönelmeyi ifade eder (Arslantaş, 2001: 18). Yaratıcılığı, hayal etme ve akıl gücünün yardımıyla problemlere çözüm bulma sanatı olarak ifade edenler de vardır. Hızla değişen bir dünyada insanların düşünceleri de hızla değişmekte, rekabet hızlanmakta dolayısıyla karşı karşıya kalınan tehditler de artmaktadır. Böyle bir ortam içerisinde yaratıcı düşünce yönteminde de yeniliklerin olması kaçınılmazdır (Okpara, 2017: 4).

2.3.Yenilikçilik Kavramı

Yenilikçilik, Latince innovane kökünden türetilen bir kelimedir ve değişik yeni bir şeyler yapmak anlamına gelmektedir. İngilizcesi innovation olarak adlandırılan bu kavram, Türkçede yenilenme, yenilik veya yenilikçilik olarak ifade edilmektedir (Eraslan vd., 2008: 24).

Gök (2006), Oslo Kılavuzu çerçevesinde yeniliği “işletme içi uygulamalarda, iş yeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir

ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir kurumsal yöntemin gerçekleştirilmesidir” şeklinde tanımlamaktadır. Tanımdan da görüleceği üzere yenilik sadece işletmeler tarafından satılan ürünler bazında değil aynı zamanda işletme yönetimi ve pazarlama alanlarında da geçerli olan bir kavramdır. Ürünle ilgili yenilikler ürün yeniliği; üretim ve teslimatla ilgili yenilikler süreç yeniliği; şirketin yönetimiyle ilgili yenilikler kurumsal yenilik; pazarlama ile ilgili yenilikler de pazarlama yeniliği olarak adlandırılmaktadır.

Avrupa Komisyonu (2005)’da benzer bir şekilde yeniliği oldukça geniş bir kapsamda ele alarak aşağıdaki gibi tanımlamıştır. Yenilik:

- ✓ Ürün, hizmet ve bunlarla ilgili piyasa yelpazesinin yenilenmesi ve genişletilmesi
- ✓ Üretim, arz ve dağıtımda yeni metotların oluşturulması
- ✓ Yönetimde, iş organizasyonunda, çalışma koşullarında ve işgücünün yeteneklerinde değişikliklerin yapılmasıdır.

Yukarıdaki tanımlar daha çok firma bazlıdır ve benzer bir tanımlamayı OECD-Eurostat 2005)’ de yapmaktadır. OECD-Eurostat’ın yaptığı tanımlamada yenilik (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 20 – 23);

- ✓ Ürün Yeniliği
- ✓ Süreç Yeniliği
- ✓ Pazarlama Yeniliği
- ✓ Kurumsal Yenilik

olarak dört başlık altında incelenmektedir. Eğer bir mal ya da hizmetin mevcut durumuna göre önemli oranda bir iyileştirme varsa ve tüketicilere önemli oranda kolaylık sağlıyorsa ürün yeniliğinden; üretim ve teslimat yöntemlerinde öncekilere nazaran çok farklı yöntemler kullanıyorsa süreç yeniliğinden; ürünün tasarım ve ambalajlanmasında, konumlandırılmasında, promosyon ve fiyatlandırmasında önemli değişiklikler varsa pazarlama yeniliğinden; ticari uygulamalarda, iş yeri organizasyonunda yeni bir kurumsal yöntem uygulanıyorsa kurumsal yeniliklerden

bahsedilebilir. Bu alanlardaki küçük çaplı iyileştirmeler, rutin güncellemeler yenilik olarak kabul edilmemektedir*.

Dolayısıyla rekabetin oldukça yüksek olduğu günümüz iş dünyasında yenilik yapacak olan firmalar ya da diğer bir tabirle yenilikçi firmalar birden fazla alanda bu yeniliği yapmak zorundadır. Birçok alanda yenilik yapmak zorunda olan yenilikçi firmaların iki ana kategori altında toplanabilecek yetenekleri vardır. Bunlar (European Commission, 2005: 1):

- ✓ **Stratejik Yetenekler:** Uzun vadeli bakış açısına sahip olma; piyasa trendlerini tanımlama ve değerlendirme; teknolojik ve ekonomik bilgileri toplama, işleme ve benimseme istek ve yeteneği.
- ✓ **Organizasyonel Yetenekler:** Şirket içinde farklı birimlerde arasında işbirliği sağlama; şirket dışında yer alan kamuoyuyla, tüketicilerle ve tedarikçilerle işbirliği sağlama; insan kaynaklarına yatırım yapma.

Yenilik; keşfe dayalı yenilik ve değerlendirmeye dayalı yenilik olarak da tanımlanmaktadır. Keşfe dayalı yenilik yeni müşteri ve pazarların hedeflenmesini, yeni bilginin kullanılmasını içeren ve orijinallik taşıyan yeniliktir. Değerlendirmeye dayalı yenilikte ise mevcut olanın iyileştirilmesi ve geliştirilmesi söz konusudur. Bu bağlamda mevcut teknolojinin eksik kalan yönlerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi, mevcut müşterilerin ihtiyaçlarının daha iyi karşılanması için küçük yeniliklerin yapılması gibi küçük çaplı değişimler değerlendirmeye dayalı yeniliği ifade eder (Özdemir, 2012: 12-13).

Yenilik kavramı konusunda, keşfe dayalı yenilik ve değerlendirmeye dayalı yenilik ayrımına benzer bir şekilde başka bir ayrım yine yapılmaktadır. Bu da inovasyon ve imitasyon ayrımıdır. Levitt (1986)'den hareketle Özdemir (2012: 11), inovasyon ve imitasyon arasındaki temel ayırt edici özelliğin “ilk olma”, “daha önce başkaları tarafından yapılmama” olduğunu belirtmektedir. İmitasyonda, daha önceden piyasada bir ürün ya da bir iş yapma şekli vardır ve bunlar taklit edilerek geliştirilir. Ancak inovasyonda taklit edilecek bir ürün ya da bir iş yapma şekli yoktur. Bir kişi

*Bu tanımlamalarla ilgili detaylı bilgi için Turanlı ve Sarıdoğan'ın ilgili çalışmasına bakılabilir.

ya da firma bir şeyi ilk defa yapıyorsa, herhangi bir örnek alınmamış fakat başka firmalarca örnek alınacak bir şey ortaya koyuyorsa bu durum inovasyon olarak adlandırılır. Yenilik ister inovasyon ya da keşfe dayalı isterse imitasyon ya da değerlendirmeye dayalı yenilik olarak adlandırılın her ikisi de bir ekonomik değer yaratır ve firmalar her ikisi için de çaba sarf ederler.

Şirketlerdeki insan kaynaklarının niteliği yenilik yapma sürecinde son derece önemli bir yer tutmaktadır. Gerekli olan temel yeteneklerin elde edilmesinde de eğitim çok önemli bir rol üstlenmektedir. İyi bir şekilde eğitilmiş ve bilgi birikimi yüksek olan personelin bulunduğu işletmelerde bu personelin yeniliklere katkıda bulunma derecelerinin oldukça iyi olduğu birçok çalışma tarafından da desteklenmiştir (European Commission, 1995: 1).

Yenilik, şirketlerin verimliliğini ve kârlılığını artırıp yeni pazarlara girmesini kolaylaştıran bir unsurdur. Her geçen gün artan rekabet ortamında şirketlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri yenilik yapabilme kapasiteleriyle yakından ilgilidir. Devamlı bir şekilde yenilik peşinde koşan şirketlerin bulunduğu bir ekonomide makroekonomik büyüme sürdürülebilir olur ve refah artar (Tutar, Kocabay ve Arıç, 2007: 196).

Bilgi iletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişmesi, küreselleşmenin her geçen gün artan etkisi, tüketicilerin gelir ve eğitim düzeylerindeki artışa paralel olarak tüketici talep kalıplarının değişmesi firmalar arasındaki rekabeti farklı alanlara taşımaktadır. Bu rekabetten başarıyla çıkmak isteyen bir firmanın müşterilerinin ihtiyaçlarını iyi bir şekilde belirledikten sonra rakiplerinin mevcut durumunu analiz edip, rakiplerine fark atacak ve müşterilerini de derinden etkileyecek yenilikleri çok hızlı bir şekilde geliştirmesi ve biran önce en düşük maliyetle piyasayla buluşturması gerekmektedir (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 71). Yeniliğin bu bağlamda hızlı bir şekilde ortaya çıkması için de firma içerisindeki yaratıcılık düzeyinin çok iyi olması bunun için de yaratıcı bireylerin firma içerisinde daha fazla istihdam edilmesi gerekmektedir.

2.4. Yaratıcılık – Yenilik İlişkisi

Yaratıcılık ve yenilik kavramları genellikle birbirinin yerine kullanılan kavramlardır ancak aralarında farklılıklar vardır: Yaratıcılık yeni bir şeylerin ortaya konulması iken yenilik bu yeni şeylerin mal ve hizmetlere dönüştürülmesidir yani piyasayla buluşturulmasıdır (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 60). Erdem v.d (2011: 82)'ne göre yenilikçiliği “bir buluşla başlayan, bu buluşun geliştirilmesi ile devam eden ve pazara yeni bir ürün, süreç ya da hizmet olarak girmesiyle sonuçlanan bir süreç” olarak tanımlayan yazarlar da vardır ki yenilik bu şekilde tanımlandıkça yenilikler yaratıcı süreçlerin bir sonucu olarak görülecektir. Yani yeniliklerin ortaya çıkması için yaratıcı faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekir. Yaratıcılık ise verimliliği ve etkinliği artıran fikirlerdir. Yenilik yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanmasıdır (Arslantaş, 2001: 19). Bu bağlamda işin teorik tarafını yaratıcılık ifade ederken yenilik uygulama tarafını ifade etmektedir.

İşletme yöneticileri yaratıcılığa, işletmelerde yeniliğe yol açtığı için çok önem verirler; yaratıcılık yenilikçiliğe, yenilikçilik yeni ürünlerin üretilmesine ve yeni işletmelerin kurulmasına ve son olarak da rekabet ortamında çok güçlü rekabetçi bir işletme olmasına yol açarak (Ko and Butler, 2007: 365) faaliyetlerini daha güçlü sürdürmelerine olanak sağlar.

Kapitalist sistemin gelişmesi ve büyümenin sağlanmasında en önemli etken girişimcilerin yenilikleri icat etmeleri ve bunları piyasayla buluşturmalarıdır. Burada icat ve yenilik arasında da bir ayrım yapılmaktadır: her icat her zaman bir inovasyona dönüşmeyebilir. Burada kilit konumundaki aktör girişimcidir; girişimci icadı piyasayla buluşturarak ticari başarıya imza atar. Yani icadı inovasyona dönüştürür (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 43). Bu çerçevede girişimcilerin icatları inovasyona dönüştürebilme başarıları bir ülke ekonomisinin ne kadar gelişeceğini de belirler. Yeni şeylerin pazarla buluşturulması eylemi risk almayı gerektirir ki bu riski yenilikçiler alır ve yenilikçiler bu yönüyle yaratıcılardan daha dinamik bir yapıya sahiptir (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 61). Ortaya konulan yeni şeyler (ürün, pazar vb.) pazarlarla buluşmadıktan sonra firmaya kâr olarak geri dönmez.

2.5. Yaratıcı ve Yenilikçi Birey ve Firma

Karşılaşılan sorunları çözmeye, karar verme ve kendini ifade edebilme becerisi yaratıcılık olarak adlandırılmaktadır. Yaratıcı bireyler ya da firmalar, var olan fikirleri bir araya getirme, onları değiştirebilme ve sentezleyebilme yeteneğine sahiptir (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 58). Birçok insan bir işletmeyi faaliyete geçirmek için yüklü miktarda paranın olması gerektiğine inanır. Fakat bu inanç bir noktaya kadar doğru olsa da yaratıcı insanlar para olmadan da yaratıcı fikirleri sayesinde bir işletmeyi faaliyete geçirebilirler (Tataru, 2014: 139).

Arslantaş (2001: 18) çeşitli yazarların görüşlerinden hareketle yaratıcı kişilerin öne çıkan özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- ✓ Meraklıdırlar
- ✓ Bağımsız ve özerktirler
- ✓ Kendilerini işlerine kaptırırlar
- ✓ Bilgileri geniş, çeşitli ilgileri olan çok yönlü kişilerdir
- ✓ Risk almaya eğilimlidirler
- ✓ Motivasyonları sürekli ve aynı zamanda iş yapmayı seven ve bu konuda kapasiteleri olan kişilerdir.
- ✓ Hayal güçleri oldukça yüksektir
- ✓ Kavrama yetenekleri ileri düzeydedir
- ✓ Özgün düşünürler ve ilginç görüşlere sahiptirler
- ✓ Yargılama ve değerlendirme konusunda çabuk karar vermekten kaçınırlar
- ✓ Sezgisine önem verirler, esnekler
- ✓ Ortaya atılan her fikre hemen katılmazlar. Genel kabul gören görüşleri sıklıkla terk ederler. Baskıyı reddederler.
- ✓ Renkli ve özgün yaşantıları vardır.
- ✓ Gerçeklerle yakından ilgilenirler.

Yaratıcı olmayan bireyler doğru olduğu kabul edilen şeyleri aynen kabul ederler, ezbercidirler ve sabit fikirleri vardır. Ancak yaratıcı bireyler doğru olan şeyleri yeniden ele alarak ona yeni bir şekil vermeye çalışırlar ve ezberden uzak durarak fikirlerini daima geliştirmek için çalışırlar (Aksüzek, 2008: 88).

Yaratıcı birey ya da firmalar sorunlara çözüm bulma ve yeni fikirler geliştirme noktasında çok fazla çalışır ve bu çalışmalara başarı olarak geri döner. Girişimcilik yaratıcılığın bir türü olarak da görülebilir çünkü kurulan firmanın kendisi yeni bir şeydir ve belirli bir fayda yaratılmasına yol açar (Lee vd, 2004: 882).

Bir şirket için yaratıcılık son derece önemlidir. Artan rekabet ortamında, rekabetten kazançlı çıkmak ya da pazar payını artırmak için şirketler devamlı bir şekilde yenilikleri takip etmek hatta yenilikte öncü olmak zorundadırlar. Yeniliği başarılı bir şekilde yürütebilmek için ise işletmelerin yaratıcı fikirlerle yönetilmesi gerekir. Bu bakımdan şirket yöneticilerinin yaratıcı bireyleri şirketlerde istihdam etmesi ve düşünce üretimini geliştirmeleri gerekir. Dolayısıyla yaratıcılık, şirketler için stratejik öneme sahiptir (Samen, 2008: 367-368).

Yaratıcılığın bir firma açısından ortaya çıkardığı çok sayıda olumlu sonuç vardır. Bunlar (Aksüzek, 2008: 90):

- ✓ Değişen pazar koşullarına hızlı bir şekilde ayak uydurabilmektedir
- ✓ Rakiplerine kıyasla müşteriye özel ürünler sunma noktasında hızlı davranabilmektedir
- ✓ Yeni alanlarda endüstrinin gerektirdiği standartları oluşturabilmektedir.
- ✓ Rakiplerinden daha hızlı davranabildiği için ürünün ilk aşamalarında bir tekel konumu elde etmekte ve bunu kârlarına yansıtabilmektedir
- ✓ Rakip ürünler pazara sunuluncaya kadar ürünü çeşitlendirme ve geliştirme imkânı bulabilmektedir
- ✓ Ürünle ilgili bilgi ve becerilerini geliştirebildiği için rakiplerinden daha önce maliyetini düşürebilmekte ve ölçek ekonomisi yaratabilmektedir
- ✓ Müşterileri tarafından tanınırlığı artmakta ve bu durum müşteri sadakatini yükseltmektedir.

Şirketlerin gelecekte karşı karşıya kalacakları sorunlar önemli oranda iş yapmanın doğasındaki değişimlerden, küresel rekabetten, değişimin hızından ve kurumsal yapılardan kaynaklanacaktır. Farklı kültür ve değerlere sahip olan şirketler problemlere farkı çözümler bulma noktasında yeni yollar geliştireceklerdir. Burada yeni düşünme yolları bulma ihtiyacı kendini güçlü bir şekilde hissettirecektir

(Schmidt vd., 2012: 125) ki yaratıcılık burada kilit bir konumda olacaktır. Bundan dolayı şirketler geleceğe dair strateji geliştirirken yaratıcı düşünceleri nasıl geliştirmeleri gerektiği hakkında da stratejilere yer vermelidirler.

Şirketlerde yaratıcılığın başarılı bir şekilde yürütülebilmesi için acaba bir grup oluşturup bu grubun çalışmalarından çıkan kararları mı uygulamak gerekir yoksa bireysel karar almalarda da yaratıcılık başarılı bir şekilde ortaya çıkarılabilmekte midir? Fillis ve Rentschler (2010: 54)'e göre her iki yaklaşımı da destekleyen görüşler vardır. Bir görüşe göre yaratıcılığın ortaya çıkması için birçok faktör vardır ve bunların başarılı bir şekilde bir araya getirilmesi ile yaratıcı fikirler ve ürünler ortaya çıkar ki bunun için de bir grup çalışması gerekmektedir. Diğer bir görüşe göre ise yaratıcı fikirlerin ortaya çıkması için şirketin büyük olmasına ya da bir grup insanın bir araya gelmesine gerek yoktur. Çok az sayıda insandan oluşan ve kararların genellikle bir kişi tarafından verildiği küçük işletmelerde de yaratıcı fikirler ya da ürünler ortaya çıkmaktadır.

Şirketler, bünyelerinde yaratıcılığın geliştirilmesini teşvik etmeli ve adeta yeni şeyler yaratmanın peşinde koşmalıdırlar. Ancak şirketlerde yaratıcılığı ve yeniliği engelleyen bazı durumlar söz konusudur ki yaratıcılık ve yenilikçilik oldukça düşüktür. Yaratıcılığı engelleyen bu durumlar yönetimden ya da bireysel yöneticiler varsa bunlardaki öz güven eksikliğinden kaynaklanabileceği gibi şirketin içinde yaşadığı sosyo-kültürel ortamdan da etkilenir (Samen, 2008: 370 – 372). Başarılı olmak isteyen şirketler bu engelleri ortadan kaldırmanın yollarını araştırmalı ve şirket içerisinde yaratıcılık ve yenilikçilik kültürünü geliştirmelidirler.

Yaratıcılık ve yenilikçilik ile şehirler ve bölgeler arasında yakın ilişki olduğu da ileri sürülmektedir. Şöyle ki bazı şehirler ve bazı bölgeler öncelikle çok farklı geçmişli olan bireyleri kendilerine çekerler ve bunların yaratıcılıklarını geliştirmeleri için gerekli ortamları onlara sunarlar. Bu şekilde bireylerin yaratıcılıkları arttıkça ilgili şehir ya da bölgelerdeki beşeri sermaye de artmakta, beşeri sermayedeki bu artış daha sonra ilgili yerlerin kalkınmasına önemli katkıda bulunmaktadır (Lee vd., 2004: 881).

2.6.Girişimcilik Yaratıcılık Yenilikçilik İlişkisi

Girişimcilik, yaratıcılıkla başlayan ve yenilikle sonuçlanan bir süreç olarak ele alındığında (zdemir, 2012: 7) bu üç tanımın birbiriyle çok yakın ilişkide olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Girişimcilikle yenilikçi davranış daha uzun süre bir arada anılsa da son yıllarda yaratıcılık da literatürde oldukça geniş yer bulmaya ve yaratıcı bireylerin girişimci olma eğilimlerinin daha yüksek olduğu yönünde giderek güçlenen bir inanç oluşmaya başlamıştır (Hamidi vd., 2008: 305).

1970'li yıllarda yaratıcılıkla girişimcilik arasında bir ilişkinin olmadığına dair güçlü bir inanış varken daha sonraki dönemlerde yaratıcılıkla girişimcilik arasında ilişkinin olabileceği kabul edilmeye başlanmıştır. Yaratıcılık zerine yapılan ilk dönem çalışmalar daha çok bilimsel çalışmalar üzerine yoğunlaşmış daha sonraki çalışmalarda yaratıcılık girişimcilik ilişkisi irdelenmeye başlamıştır (Fillis ve Rentschler, 2010: 53).

Günümüz dünyasında aynı malı standart bir Şekilde üreten çok sayıda firma vardır. Benzer ihtiyaçları karşılayan ürünler oldukça fazladır ve kolaylıkla bulunabilmektedir. Hem farklı ürünler üretmek hem de gelişen yeni ihtiyaçları karşılayarak müşteri memnuniyetini artırmak için Şirketlerin yaratıcı olması neredeyse zorunluluk arz etmektedir. İşletmeler aynı zamanda yönetim, üretim ve pazarlama fonksiyonlarını daha etkin bir Şekilde kullanmalıdır ki bunun da yolu bu alanlarda yaratıcı fikirlerin ortaya çıkarılmasıdır (Samen, 2008: 366).

Amabile (1998)'e göre işletmelerde yaratıcılığın işletmeye tam katkısının sağlanabilmesi için orijinallik tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda, orijinal olarak bulunan Őeyin uygun olması yani faydalı ve uygulanabilir olması gerekir. İşletmelerin çalışma Şekillerini etkilemeli, bir ürünün geliştirilmesine katkıda bulunmalı ya da yeni yaklaşımlar için yeni yollar amalıdır.

Metodolojik olarak girişimcilik ve yenilikçilik içinde yer alan yaratıcılık bilişsel süreçler, motivasyon, hali hazırdaki bilgi, çalışma çevresi ve kişisel özellikler yardımıyla açıklanmaktadır. Birçok çalışma yaratıcılığın farklı türleri olabileceği gerçeğine işaret etmektedir. Sternberg ve Lubart (1995) bu bağlamda yaratıcılığın (creativity) baş harfini büyük ya da küçük yazarak iki farklı yaratıcılık tanımı

yapmaktadırlar. Büyük C ile yazılan yaratıcılık olağanüstü ve dâhice yaratıcılığı ifade ederken küçük c ile yazılan yaratıcılık sonradan elde edilen yaratıcılığı ifade etmektedir. Bu noktada dâhice yaratıcı özellikleri olan insanların yönetilmesinin çok önemli olduğu unutulmamalıdır. Gündelik hayatın içerisinde ortaya konan bazı dâhiyane fikirlerin insanları ve işletmeleri yeni yönlere doğru sürükleme potansiyelleri oldukça yüksektir. İşletmecilikte yaratıcı olarak algılanan şeyleri büyük oranda iş insanları, sosyal gruplar ve diğer kurumsal ve kavramsal faktörler etkiler (Berglund, 2006: 369).

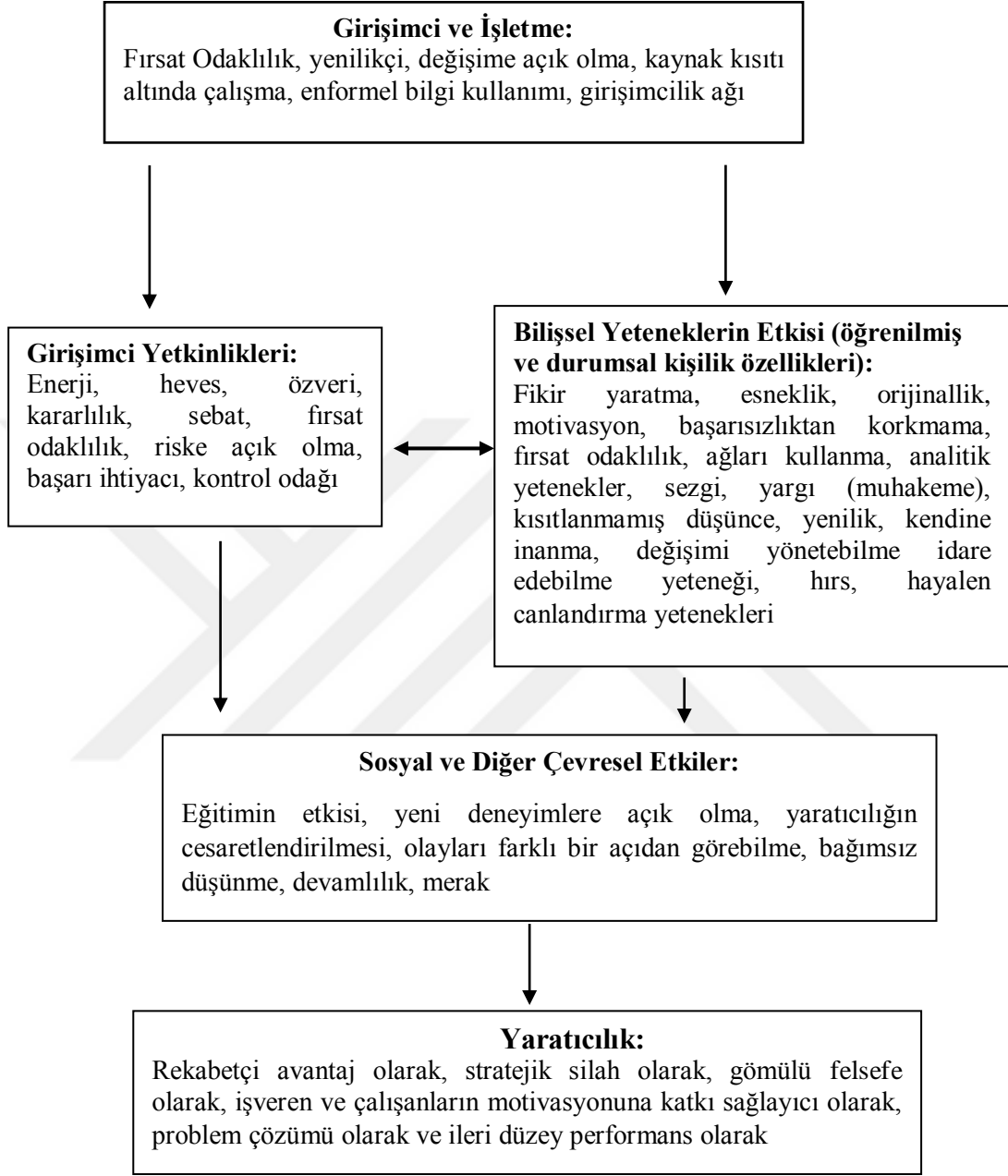
Yaratıcılıkla girişimcilik arasındaki ilişkide ortaya çıkan tanımlardan birisi de girişimci yaratıcılık olarak adlandırılan tanımlamadır. Girişimci yaratıcılık yeni bir yatırımın yapılması için özgün fikirlerin ortaya çıkarılması ve fikirlerin devamlı bir şekilde yenilenmesini ifade eder. Ancak bu tanımın eksikliği işletmenin uzun dönemde izleyeceği yolu ya da büyümesini tam olarak ortaya koyamamasıdır. Girişimci yaratıcılık şirketin kurulmasından önce var olduğu gibi şirketin uzun vadeli yaşamı boyunca da var olmaya devam edecektir çünkü girişimci yaratıcılık sosyal dünyadan ve bireysel karar alıcılar tarafından şekillendirilmektedir (Fillis ve Rentschler, 2010: 54). Dolayısıyla girişimci yaratıcılığı sadece yeni bir şirketin kurulması aşamasında ortaya çıkan bir olgu olarak değil şirketin ömrü boyunca var olacak bir olgu olarak görmek ve yaratıcı eylemlerden şirketin ömrü boyunca faydalanmak gerekir. Kısaca girişimci yaratıcılığı sadece şirketin kurulma aşamasına hapsedmemek gerekir.

Girişimcilik sürecinde yaratıcılığın ortaya çıkması, ilgili yerlerde de değinildiği üzere, ani bir gelişme değildir ve çeşitli faktörlere bağlıdır. Bu faktörleri Ko ve Butler (2007: 367 – 368) *iş deneyimi ve öğrenme, sosyal ağlar, uyanık olma ve fırsatların tespiti* olarak sıralamaktadır. Bir girişimci ne kadar çok iş deneyimine sahip olursa o ölçüde yaratıcı olabilir. İş deneyimi, belirli bir ürün ya da iş hakkındaki bütün yönlerin görülmesini sağlayarak yaratıcılığa ilişkin önemli bir besleme etkisi meydana getirir. Öğrenme özellikle formel eğitimi ifade eder ki birçok başarılı insan eğitim süresince kafalarında oluşturdukları işi ya da okulda başladıkları bir projeyi girişimci olduktan sonra geliştirerek yeni ürünler ortaya koymuştur. Sosyal ağlar, girişimcinin iletişim ağını ifade eder ki ağda bulunan insanlardan alınan

bilgiler, onların deneyimlerinden elde edilen çıkarımlar girişimcilerin yaratıcılığına önemli katkılar sağlamaktadır. Bu iletişim ağında belirli konularda teknik bilgilere sahip profesörler olabileceği gibi, pazarlamacılar, işletme yöneticiler vb. kişiler de olabilir. İletişim ağları sayesinde girişimciler, hazır bilgileri elde ederek bunu işlerine uygulamaktadır. Uyanık olmak ve fırsatların tespiti de girişimcilerin yaratıcı olmalarından son derece önemlidir. Bu sayede yeni gelişmelerden haberdar olmak, rakiplerin ne yaptıklarını öğrenmek, yeni teknolojik gelişmeleri yeni ürünlerin üretilmesinde kullanmak, mümkün olmaktadır. Girişimciler devamlı okuyarak, araştırarak, çevreyi izleyerek elde edilebilir bilgilerin önemli bir kısmını elde ederek bu bilgiyi yeni bir ürüne ya da güce dönüştürebilirler.



Şekil 2.1: Girişimcilikte Yaratıcılık



Kaynak: Fillis Ian and Rentschler Ruth (2010), “The Role of Creativity in Entrepreneurship”, **Journal of Enterprising Culture**, Vol: 18, No: 1, p: 68.

Fillis ve Rentschler (2010: 68) firma içerisinde yaratıcılığın ortaya çıkma sürecini yukarıdaki şekildeki gibi göstermektedirler. Şekilden de görüldüğü üzere bir şirket içerisinde yaratıcı eylemin ortaya çıkması çok sayıda faktör tarafından etkilenmektedir. İşletmelerde yaratıcılık belirli bir sürecin sonunda ortaya çıkmaktadır ve son kutucukta da belirtildiği üzere rekabette bir avantaj sağlayıcı

unsur olarak, şirket stratejisinin geliştirilmesinde, şirkette içkin hale gelmiş bir felsefe olarak, motivasyonu artırıcı bir etmen olarak, problem çözümü olarak ve performansın ileri düzeylere taşınmasına katkı sağlayıcı olarak kendini göstermektedir.

2.7.Girişimcilik Eğitimi

2.7.1.Girişimcilik Eğitiminin Tanımı ve Önemi

Uluslararası artan rekabet ortamında hem şirketlerin hem de devletlerin başarılı olabilmesi büyük ölçüde eğitilmiş girişimcilere bağlıdır. Artan eğitim sayesinde verimlilik artmakta, gelir dağılımı adaletsizliği giderek azalmakta, yenilikçi ve yaratıcı bir şekilde düşünen birey sayısı artmakta ve tüm bunlar ekonomik kalkınmaya olumlu katkılar sağlamaktadır (Bayraktar, 2011: 254).

Girişimciliğin nasıl tanımlanması gerektiği üzerine nasıl bir görüş birliği yoksa girişimcilik eğitimi konusunda da tam bir görüş birliği yoktur. Bazıları tanımlı yaparken bir dizi hedef, metot ve öğrenme yaklaşımlarından hareket eder; diğer bazıları ise girişimcilik eğitiminin diğer eğitim programlarından farklarını ortaya koyarak tanımlar yapar. Fayolle ve Klandt (2006) tarafından yapılan tanım ise (Muzaffar vd, 2015: 98) “**Belirli kişisel nitelikleri geliştirmeyi içeren girişimci tutum ve yeteneklere yönelik olarak düzenlenen bir pedagojik program ya da bir eğitim sürecidir**” şeklindedir. Bu tanım hem bilgi transferini içermekte hem de tutum ve kişisel niteliklerle de ilişki kurmaktadır.

Girişimcilik eğitiminde sadece kitabi bilgilerin çok yeterli olmadığına dair genel bir kanı oluşmaktadır. Faaliyet merkezli (action-oriented) öğrenme, deneysel öğrenmeyi, problem çözümünü, projeye dayalı öğrenmeyi desteklemekte ve aynı zamanda öğrenme grubun içerisinde yer alan katılımcıların birbirlerine göre durumlarının değerlendirilmesine de önemli destek sunmaktadır (Jones ve English, 2004: 416).

Ulucan (2015: 43)’a göre ilk girişimcilik dersleri Amerika Birleşik Devletleri’nde 1947 yılında Harvard Üniversitesinde verilmeye başlamıştır ve 1970’lerle beraber işletme okullarının sayılarında yaşanan artışla beraber girişimcilik derslerinde de hızlı bir artış olmuştur. Girişimciliğe yönelik lisans programlarının ve yüksek lisans

programlarının başladığı tarihler de yine 1970'lerin başıdır. 1980'lerle beraber 300'den fazla okulda işletme ve girişimcilik eğitimi vermeye başlanmış bu sayı 1990'lardan sonra çok hızlı bir artış kaydetmiştir.

Başlangıçta teorik olarak verilen girişimcilik eğitiminin yeterli olmadığı süreç içerisinde anlaşılmiş uygulama dersleri ve programları ile teorik eğitim desteklenmiştir. İlerleyen süreçte birçok ülkede verilen girişimcilik eğitimlerinin uygulama ağırlığı teorik ağırlığı geçer bir duruma gelmiştir (Tağraf ve Halis, 2008: 93).

Girişimcilik eğitime iki farklı şekilde bakılmaktadır. Bunlardan birincisi öğrencilere verilecek girişimcilik eğitimidir. İkincisi ise hali hazırda bir işi olan, bir iş yürütenlere yönelik olarak düzenlenen eğitimidir. Öğrenciler açısından girişimcilik eğitimi daha çok genel işletme eğitiminin bir parçası olarak görülmekte iken diğerinde hayat boyu öğrenmenin bir parçası durumundadır. Çünkü günün değişen koşullarına ayak uydurabilmesi için bir işi yürütenlerin de kendilerini devamlı bir şekilde yenilemeleri, bu bağlamda yeni gelişmelerden haberdar olmaları gerekmektedir (Tağraf ve Halis, 2008: 95).

2.7.2. Girişimcilik Eğitime Yönelik Artan Talebin Nedenleri

Girişimcilik eğitime yönelik talep 1980 sonrasında giderek artmaktadır. Bununla bağlantılı olarak da hem üniversitelerde hem de özel alanda girişimciliğe yönelik kurs ve eğitim sayısında da hızlı bir artış gözlenmektedir. Jack ve Anderson (1999: 114-116)'a göre 1980 sonrası dönemde girişimcilik eğitime olan talebin artmasının üç temel nedeni var. Nedenlerden birincisi hükümetler, ikincisi öğrencilerin kendileri, üçüncüsü ise eğitimidir.

2.7.2.1. Devlet Politikası

Hükümetlerin girişimcilik eğitime önem vermelerinin nedeni değişen iktisadi koşullardır. 1980 sonrası dönemde özellikle üretim şekli Fordist üretimden post Fordist üretim tarzına kaymıştır. Post Fordist üretim tarzının özelliği üretimin esnek koşullarda yapılması yani çok büyük yapıları gerektirmemesi, küçük, yönetilmesi kolay işletmelerin giderek ağırlık kazanmasıdır. Post Fordist üretim tarzında küçük

işletmelerin artan önemi ve bunları düşük sermayelerle kurulabiliyor olması girişimciliğin önemini artırmıştır. Hükümetler de değişen bu şartlara ayak uydurabilecek şirketlerin kurulması için gerekli kültürü oluşturabilmek için girişimcilik eğitime destek vermektedir ki ulusal ekonomilerin sağlıklı çalışabilmesi için bu gereklidir.

Ekonomide yeni işlerin yaratılmasında ve sürdürülebilir büyümenin sağlanmasında girişimciliğin önemini gören birçok hükümet öğrencilerin girişimcilikle ilgili kariyer programlarına katılımlarını teşvik etmektedir. Girişimcilik bir ülkenin sadece ekonomik değil sosyal, politik ve kültürel alt yapısını da olumlu yönde etkilediği için girişimcilik eğitime yönelik programlarda ve süreli yayınlarda bu konulara yönelik araştırmalarda artışlar gözlenmektedir (Muzaffar vd., 2015: 97). Birçok ülkede ekonomi yönetimleri, girişimciliği ekonominin kalkınması ve büyümesinde merkezi unsur olarak görmektedir (Koh, 1996: 12) ki bu durum hükümetlerin de giderek artan ölçüde girişimcilik eğitime doğrudan ya da dolaylı olarak destek vermelerine neden olmaktadır.

2.7.2.2. Öğrenciler

Girişimcilik eğitiminin öneminin artmasının ikinci nedeni öğrencilerdir. Öğrenciler, post Fordist üretim tarzının geçerli olduğu bir ortamda hem kendi işlerini kurmanın yollarını öğrenmek hem de eğer başka işletmelerde çalışacaklarsa oralarda daha iyi bir kariyer yapmak için gerekli bilgi birikimini sağlamak için girişimcilik eğitimi almak istemektedir.

2.7.2.3. İşletmeler

Girişimcilik eğitime yönelik artan talebin nedenlerinden birisi de işletmelerin kendileridir. Birçok işletme artık çalıştıracakları elemanların formel işletme eğitiminden geçmiş olmalarını yeterli görmemekte hayatın gerçeklerini de bilen elemanları çalıştırmak istemektedir. Ayrıca yine çalıştırmak istedikleri elemanların yaratıcı ve yenilikçi olmalarını da istemektedirler ki bunun yolu formel işletme eğitiminin de ötesinde girişimcilik eğitiminin bu hedeflere ulaşacak şekilde verilmesidir.

Yaratıcılığa, orijinalliğe ve bunların sentezine yönelik talep arttıkça girişimcilik eğitiminde de yeni bir gerilim alanı ortaya çıkmaktadır ki bu gerilim araştırmacılar küçük firma yönetimi ile girişimciliği birbirinden ayırdıkça daha da belirgin hale gelmektedir. Bu sorun aynı zamanda akademik söylemi de aşmaktadır. Çünkü zayıf pedagoji ve ders içeriği geleceğin girişimcilerine faydadan ziyade zarar vermektedir (Berglund, 2006: 367).

Girişimciliğin büyüme, yenilik ve yeni işler yaratmanın önemli bir unsuru olduğu konusunda gün geçtikçe daha fazla bir farkındalık oluşmaktadır. Ekonomilerin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni sosyo-ekonomik ortam, artan rekabet ortamında hem işleri iyi yönetmek hem de yeni işler geliştirme zorunluluğu ve artan ekonomik riskler girişimciliğe yönelik farkındalığı artırmakta (Özdemir, 2012: 6) bu da girişimcilik eğitimine olan ihtiyacı şiddetlendirmektedir.

Girişimcilik eğitiminin öğrencilerde kendi girişimci niteliklerinin farkına varmalarına yol açtığı, uygulamalı girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin bir iş kurma eğilimlerinin arttığı görülmüştür. Eğitimde yaratıcı eğilimlerin artmasını hedefleyen programların girişimcilik niteliklerini arttırdığının altı çizilmektedir (İrmiş ve Barutçu, 2012: 5).

Girişimcilik eğitimine olan ihtiyaç ve talebin artması politikacıların toplumdaki girişimcilik yeteneklerini daha da ileri düzeylere çıkarma yollarını aramaya itmektedir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra tüm dünyada girişimcilik eğitimini müfredatlarına dâhil eden üniversite sayılarında hızlı bir artış gözlemlenmektedir (Hamidi vd., 2008: 305). Geleneksel işletme eğitimi bilginin işlenmesi ve analitik yeteneklerin geliştirilmesi üzerine yoğunlaşmaya yönelmiş durumdadır ancak girişimciler için hayati öneme sahip olan yetenekler bilginin işlenmesi ile daha az ancak yaratıcılık ve eylemle daha çok ilgilidir (Berglund, 2006: 367).

Yaratıcılığın girişimcilik eğitiminde merkezi bir yer tutması gerekir. Bu amaçla, verilen girişimcilik eğitimlerinde hazırlanacak müfredatta yaratıcılığa yönelik kursların da mutlaka eklenmesi gerekir (Schmidt vd, 2012: 124). Yaratıcı ve yenilikçi düşünceler sayesinde girişimciler daha başarılı olabilir, karşılaştıkları sorunları fırsatlara çevirebilirler.

Çok sayıda araştırmacı girişimcilik eğitiminin girişimcilik faaliyetlerini hızlandıran bir araç olarak görmektedir. Girişimcilik eğitime yönelik çalışmalar birçok eğitim kurumunda giderek yaygınlaşmaktadır (Carland ve Carland, 1997: 2). Girişimcilik eğitime yönelik artan talep üniversitelerdeki işletme eğitiminde de önemli değişimlere yol açmaktadır; bu çerçevede hayal etme, yaratıcılık, yenilik, risk alma gibi konular üzerinde eskisine nazaran daha fazla durulmaktadır (Jones and English, 2004: 417).

Son yıllarda yapılan gözlemlerden elde edilen sonuçlar girişimciliğin doğuştan getirilen bir yetenek olmadığını, eğitim yoluyla da girişimciliğe yönelik birçok unsurun öğrenilebileceğini ve öğretilbileceğini ortaya koymaktadır. Girişimcilik doğuştan getirilen bir yetenek değildir eğitim yoluyla öğretilir. Peter Drucker (1985)'ın da altını çizdiği üzere (Kuratko: 2004: 6) girişimcilik gizemli, sır dolu bir şey değildir; diğer disiplinler gibi bir disiplindir ve nasıl diğer disiplinler eğitim yoluyla öğretilbiliyorsa girişimcilik de eğitim yoluyla öğretilir, teşvik edilebilir. İngiltere ve Fransa'daki üniversitelerdeki fen ve mühendislik bölümlerinde okuyan ve girişimcilik eğitim programlarına katılan 124 öğrenci üzerinde yapılan bir çalışmada programın öğrencilerin girişimci olma istekleri üzerinde pozitif bir etki bıraktığı gözlenmiştir. Programlar, öğrenciler için bir esin kaynağı olmuş ve öğrencilerin girişimci olmaları yönünde yönlendirici bir etki bırakmıştır (Hamidi vd, 2008: 307). Üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimi teorik olduğu kadar uygulamalı da olmalıdır ki öğrenciler değişen piyasa koşullarına hızlı bir şekilde nasıl adapte olunacağını uygulama yaparak daha iyi öğrenebilsinler (Tağraf ve Halis, 2008: 96).

2.7.3.Girişimcilik Eğitimindeki Temel Hedefler Ne Olmalıdır?

Girişimciliğin, yukarıda da değinildiği üzere, doğuştan getirilen bir özellik olmadığı eğitim yoluyla öğretilir bir şey olduğu kabul edildikten sonra, eğitimin nasıl verilmesi gerektiği, içeriğinin nasıl olması gerektiği, malzeme ve dokümanların nasıl olması gerektiği şeklinde sorular sorulmaya başlanmıştır (Ulucan, : 42).

Girişimcilik eğitimi veren bir okul ya da kursun eğitim programında şu üç unsurun bulunması gerektiğinin altı çizilmektedir. Bunlar (Jones and English, 2004: 418);

- ✓ Fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesi
- ✓ Kaynakların sağlanması
- ✓ Bir işletmenin kurulması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması

Fırsatların tanımlanması kısaca pazardaki boşlukların doldurulması aşamasıdır. Karşılanmamış ihtiyaçların belirlenmesi ve bu ihtiyaçların giderilmesi için uygun ürünlerin neler olacağına düşünülmesi fırsatların değerlendirilmesi aşamasıdır. Kaynakların sağlanması aşaması işletmenin kurulması için gerekli kaynakların edinilmesi kadar elde var olan insan kaynaklarının ortaya konulması, eğer gerekirse risk alma derecesinin değerlendirilmesi gibi unsurları barındıran aşamadır. İşletmenin kurulması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması aşaması mal ya da hizmetlerin üretilmesi aşaması da dâhil olmak üzere pazarlama ve yönetim yeteneklerini içeren aşamadır.

Girişimcilik eğitimi, bir kişinin kendi kendine yeterlilik düzeyini artırmalıdır. Kendi kendine yeterlilik kişilerde önemli bir karakterdir ve fırsatların değerlendirilmesi ve bir işletmenin açılmasına yönelik fizibilitenin önemli bir tamamlayıcısıdır. Kendi kendine yeterlilik kişinin kendisi hakkındaki bilişsel tahminidir. Kişi bu tahminine bağlı olarak başlayacağı bir işi yürütüp yürütemeyeceğini, risk alıp alamayacağını, rakipleriyle rekabet edip edemeyeceğini, karşılaşacağı problemleri çözüp çözemeyeceğini görür. Eğer kendi kendine yeterli olduğunu düşünürse girişimci olma eğilimi artar; ancak kişinin kendi kendine yeterli olduğuna kendisi de inanmıyorsa bir girişimcilik faaliyetinde bulunmak istemez veya girişimci olma eğilimi oldukça düşük olur (Hamidi vd, 2008: 309).

Bir kişinin kendi kendine yeterli olmasında eğitim çok önemli bir unsurdur ancak unutulmamalıdır ki kişinin içinde yaşadığı sosyal çevre, aile ve arkadaş ortamı da kendi kendine yeterliliği belirleyen diğer önemli unsurlardır. Örneğin meşhur girişimcilerden Thomas Edison 12 yaşında okulu bitirebilmiş, Steve Woznick ve Steve Jobs mezun olmamış, Bill Gates Harvard'ı bırakarak Microsoft'u başlatmış, Michael Dell Texas Üniversitesinden Dell Bilgisayarı kurmak için ayrılmıştır. (Frederick, O'Connor ve Kuratko, 2016: 25). Bu örnekler her ne kadar eğitimin çok önemli olmadığı kanısını uyandırır da yapılan çalışmalar girişimcilik eğitimi alanların almayanlara göre girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğunu, daha

fazla oranda istihdam olanağı elde ettiklerini, kendi işlerini kurduklarını ve daha fazla gelir elde ettiklerini ortaya koymuştur (Frederick, O'Connor ve Kuratko, 2016: 26). Dolayısıyla girişimcilik eğitiminin bir bireyin girişimci olmasında olumlu yönde önemli etkilerinin olduğu ve girişimcilik eğitime gerekli özenin gösterilmesinin gerekli olduğu söylenebilir.

Kuratko (2004: 6) çeşitli yazarların açıklamalarından hareketle bir girişimcilik eğitiminde olması gereken özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

- ✓ Girişimcilik eğitimi her ne kadar işletme eğitimi içerisinde yer alsada kendine has ayrı özellikleri olmalıdır
- ✓ Girişimcilik eğitiminde mutlaka liderlik, pazarlık, yeni ürünlerin geliştirilmesi, yaratıcı düşünce ve teknolojik yeniliklere açık olma konularında bilgi verilmeli ve eğitime katılanların bu konulardaki yeteneklerinin geliştirilmesi sağlanmalıdır
- ✓ Kurslara, hali hazırda girişimci olan kişiler getirilmeli ve deneyimlerini katılımcılarla paylaşmaları sağlanmalıdır
- ✓ Yatırım sermayesinin nasıl bulunacağına dair eğitim verilmelidir
- ✓ Yatırımın her aşamasında karşılaşılabilecek muhtemel problemler hakkında bilgiler verilmelidir
- ✓ Firmalara gidilerek girişimcilerle mülakatlar yapılmalıdır
- ✓ Bilgisayar simülasyonları ve davranışsal simülasyonlar yapılmalıdır
- ✓ Girişimcilikle ilgili video ve filmler kullanılmalıdır
- ✓ İş planlarının nasıl hazırlanması gerektiği öğretilmelidir.

Üniversitelerde veya üniversite dışındaki çeşitli eğitim kurslarında verilen girişimcilik eğitimi sayesinde öğrencilerin ya da katılımcıların girişimci olma eğilimlerinin arttığı ifade edilmektedir. Girişimcilik eğitimi, bireylerin kendi işlerini mi kuracakları yoksa bir işyerinde ücretli olarak mı çalışacaklarına yönelik eğilimi önemli oranda etkilemektedir. Çünkü girişimcilik eğitimi sayesinde öğrenciler kendi kendine yeterli olmaları için gerekli donanımı elde etmektedir. Girişimcilik eğitiminde öğrencilerin kendi kendilerine yeterli olmalarının sağlanması temel amaçtır (Hamidi vd., 2008: 305).

Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'daki üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerindeki birincil amaç girişimciliğin anlaşılması ve bu konudaki farkındalığın artırılmasıdır. İkinci temel amaç öğrencilerde girişimciliğin bir kariyer fırsatı olduğuna yönelik bir algı oluşturulmasıdır. Üçüncü olarak yeni bir işletme kurulduğunda işletmenin temel fonksiyonları olan yönetim, pazarlama, muhasebe ve finansman gibi fonksiyonların nasıl işletildiğinin ve bunların birbirleriyle nasıl ilişkili olduğunun öğrenciler tarafından öğrenilmesi hedeflenmektedir. Yine bu eğitim programlarında bir işletme planının nasıl yazılması gerektiği öğretilmektedir. Aslında tüm bunların üstündeki temel amaç öğrencilerin girişimci olma eğilimlerini artırmaktır (Hamidi vd., 2008: 306).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YARATICILIKLARININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİYLE İLİŞKİSİ: KAFKAS ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı

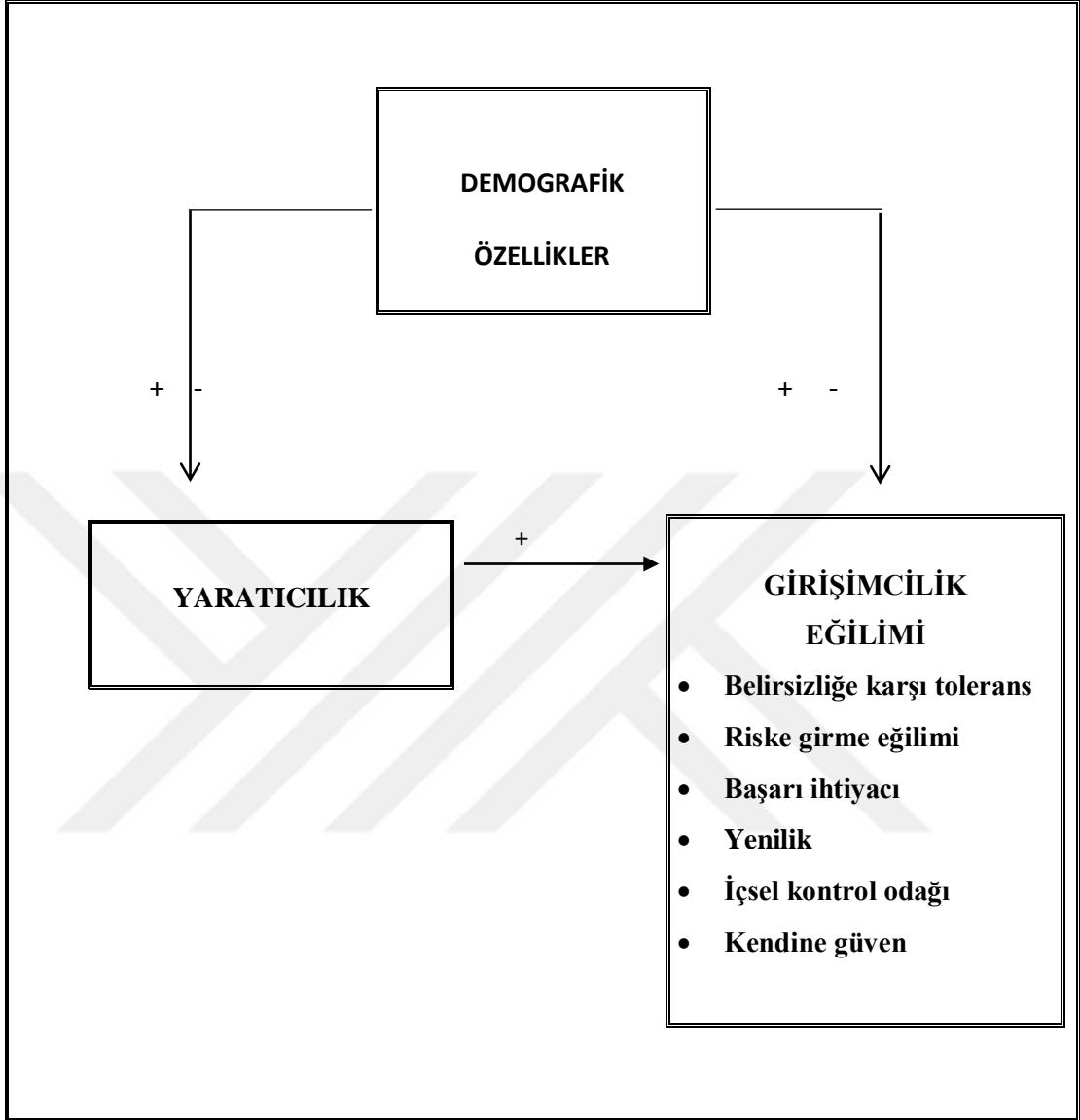
Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin yaratıcılıklarının girişimcilik eğilimleriyle olan ilişkisini belirlemektir. Bu ana amaca bağlı olarak şu konular üzerinde de yoğunlaşmıştır:

- Öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinin belirlenmesi,
- Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi düzeylerinin tespit edilmesi,
- Demografik değişkenler açısından yaratıcılık ve girişimcilik eğilimi farklılıklarının ortaya konulması.

3.2. Araştırma Model ve Hipotezleri

Literatürde konunun kapsamı, şekli ve modeli ile ilgili yapılan incelemeler sonucunda bu araştırmanın modeli Şekil 3.1' de gösterilmiştir.

Şekil 3.1: Araştırma Modeli



Tarihsel perspektif içerisinde ilerleyen teknoloji, değişen pazar koşulları, müşteri istek ve ihtiyaçlarının değişmesi, değişen devlet politikaları, bakış açıları ve rekabet gibi girişimcilik kavramının da anlamı değişmiştir (İrmiş ve Barutçu, 2012:2). Girişimcilik kavramı, kişilerin bireysel başarıya ulaşmasını hedefleyerek toplumun gereksinim duyduğu ürün ve hizmetleri üretmek için risk almak ve yatırım yapmak yoluyla gerçekleştirdikleri bir süreçtir. Bu niteliğinden dolayı girişimcilik bireysel başarı ve toplum ihtiyaçlarını giderme de ön plan çıkmıştır. Toplumların kültürel yapısı içinde bulunan bireyleri etkilediği için, devam ettirmekte olduğu hayata dair bazı davranışsal kalıplar geliştirmiştir. Bu kapsamda bireylerin kişisel başarı ve

toplumsal fayda arasındaki seçimi yaparken içinde bulunduğu toplumun değerlerinden etkileneceği sonucu çıkmaktadır (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 16). Girişimcilik yapabilme ile ilgili bir kavram olarak tanımlanabilen girişimcilik eğilimi, bir davranış biçimi olarak doğuştan kazanılmış olsa da bu eğilimin ortaya çıkarılması, geliştirilmesi ve yönlendirilmesinin gerekli olduğu da önemli bir olgudur (Güreşçi, 2014: 27). Girişimcilik aslında sosyo-demografik, ekonomik ve psikolojik faktörlerin karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkmaktadır. Girişimcilikle ilgili çeşitli ölçütler, dönem ve ülkelere göre ne denli değişirse değişsin, yapılan analizler girişimci bir kişiliğin oluşmasında, ekonomik, sosyolojik ve psikolojik etmenlerin etkisi yadsınmamaktadır. Ayrıca girişimci kişiliğin ortaya çıkmasında genetik faktörlerin etkili olmasının yanı sıra, aile, çevre, eğitim durumu gibi bir takım faktörlerin girişimci kişiliğin ortaya çıkmasında çok önem arz etmektedir (Arslan, 2002:3).

Yukarıda bahsedilen tanımlamalardan hareketle, girişimcilik kavramının tanımları farklılık gösterse bile temelde girişimci, yenilikçi düşünebilen, fırsatları görebilen, yeni bir iş kurabilen ve yeni ürün üretebilen kişi olarak tanımlanabilir (Köksal ve Penez, 2015:156-157). Bahsedildiği gibi girişimcilik eğilimi doğuştan gelen bir olgu olmasının yanı sıra bireylerin ailevi durumları, yaş, cinsiyet, bulunduğu sosyal çevre, maddi – manevi durum ve sahip olunan girişimci kişilik özellikleri gibi bir takım olgular tarafından da etkilenebileceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu düşüncelerden hareketle bu tez çalışmasında kurulan model aşağıdaki hipotezler çerçevesinde araştırılmıştır.

H₁: Üniversite öğrencilerinin yaratıcılık durumlarının girişimcilik eğilimiyle anlamlı bir ilişkisi vardır.

H₂: Üniversite öğrencilerinin yaratıcılık durumlarının girişimcilik eğilimi alt boyutlarıyla anlamlı bir ilişkisi vardır.

H₃: Demografik değişkenler açısından yaratıcılık, girişimcilik eğilimi ve girişimcilik eğilimi alt boyutları arasında farklılıklar vardır.

3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Tez çalışmasına katılan öğrencilere anket uygulaması yapılmadan önce, bu çalışmanın sadece bilimsel amaçla uygulanacağı hususu belirtilmiştir. Araştırmada kullanılan anket soruları belirtilen amaca uygun değişkenleri ölçmek için gerekli tüm özelliklere sahiptir. Bu araştırmada belirtilen hedefler doğrultusunda uygulanan ankette kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik düzeyleri yeterince yüksek bulunmuştur. Bu nedenle katılımcıların ankete verdikleri cevapların ölçülmek istenen durumun yeterince yansıttığı varsayımı geçerlidir.

Araştırma Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ndeki İşletme, İktisat, Siyaset Bilimi ve Kamu yönetimi ve Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümlerindeki 3. ve 4. sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Araştırma 2017-2018 yılında eğitim gören 310 öğrenciden alınan verilerle sınırlıdır. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da zaman ve mekân sınırı bulunmaktadır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu bölümde örneğin seçimi, veri toplama aracının geliştirilmesi, veri toplama süreci, anket sorularının niteliği ve araştırmada kullanılan istatistikî yöntemlere ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.4.1. Araştırmanın Ana kütlesi ve Örneklem Seçimi

Bu tez çalışmasının ana kütlesini, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ndeki İşletme, İktisat, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümündeki 3. ve 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Kafkas üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ndeki aktif olan tüm bölümler üzerinde yapılan bu araştırmanın evrenini 659 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma evreninden %95'lik güven sınırları içerisinde, seçilecek örneklem sayısı 243 olarak hesaplanmıştır (<http://www.surveysystem.com/sscale.htm>).

Determine Sample Size

Confidence Level: 95% 99%

Confidence Interval:

Population:

Sample size needed:

Araştırmada hedeflenen minimum ölçek büyüklüğü 243 olarak belirlenmesine rağmen araştırmanın daha güvenilir olması ve anketlerin hatalı, eksik doldurulabileceği hususu da göz önünde bulundurularak 350 anket dağıtılmış, eksik ve hatalı anketler çıkarılmış ve değerlendirilen anket sayısı 310 olarak belirlenmiştir.

3.4.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Bu çalışmada, nicel verilere dayalı araştırma ve ölçme yöntemi kullanılmıştır. Buradan hareketle, çalışmalarda yaygın olarak kullanılan Likert Ölçeği, benimsenmiştir. 1932 yılında Likert'in "Tutumların Ölçümü İçin Bir Teknik" başlıklı makalesi ile ortaya atılan ve Spearman'ın Faktör Teorisinden beslenen bu ölçekle, konuyla ilgili olarak hazırlanan bir dizi önermeye bireylerin tepkide bulunmaları ve her biri önermeyi kabul etme derecesini göstermeleri beklenmiştir. Bu ölçekte yer alan ifadeler, beşli bir ölçeğe göre değerlendirilmeye tabii tutulmaktadır. Her ifadenin yanında, "kesinlikle katılmıyorum", "katılmıyorum", "kararsızım", "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" biçiminde ölçekler yer almaktadır. Bu tür ölçeklerde maddelerin karşısındaki seçeneklerin puanlama sistemi değişim gösterebilir (İşcan, 2002:184).

Araştırmanın amacına uygun birincil verileri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özelliklere yer verilirken ikinci bölümde ise yaratıcılık faaliyetlerini ölçmek üzere beşli Likert şeklinde hazırlanmış 16 ifadeye yer verilmiştir. Bu ölçek Balay (2010) tarafından geliştirilen Karacabey (2011) ve Kambur (2015: 92) tarafından da kullanılan ve güvenilirliği ile geçerliliği test edilerek kabul edilmiş ölçek kullanılmıştır.

Anketin üçüncü ve son bölümünde ise girişimcilik eğilimini ölçmek amacıyla kullanılan ve 36 ifadeden oluşan Koh'un (1996) Hong Kong'da tezsiz yüksek lisans öğrencilerine yapmış olduğu ve Bozkurt tarafından 2005 yılında Türkçeye çevrilen ölçek kullanılmıştır. (Bozkurt ve Erdurur, 2013:66).

Kullanılan girişimcilik eğilimi ölçeğine göre faktör analizi uygulanmış ve yapılan Bartlett testi sonucunda ($p=0.000 < 0.05$) faktör analizine dâhil edilen değişkenler arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Yapılan Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) testi sonucunda ($KMO=0.796 > 0.60$) örnek büyüklüğünün faktör analizinin uygulanabilmesi ön koşulu için yeterli bulunmuştur. Faktör analizi, aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak ölçmeyi az sayıda faktör ile açıklamayı amaçlayan bir istatistiksel tekniktir. Keşfedici ve doğrulayıcı olmak üzere iki tür faktör analizi vardır. Uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo3.1' deki gibi ifade edilmiştir.

Tablo 3.1: Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Döndürülmemiş Sonuçlar			Döndürme Yapılmış Sonuçlar		
	Toplam	Varyans Açıklama Oranı	Birikimli Varyans Açıklama Oranı	Toplam	Varyans Açıklama Oranı	Birikimli Varyans Açıklama Oranı
1.Belirsizliğe Karşı Tolerans	5,949	16,525	16,525	4,216	11,711	11,711
2.Riske Girme Eğilimi	3,115	8,654	25,178	2,768	7,689	19,401
3.Başarı İhtiyacı	1,837	5,102	30,281	2,545	7,069	26,469
4.Yenilik	1,590	4,417	34,698	1,974	5,483	31,953
5.içsel Kontrol Odağı	1,504	4,177	38,875	1,970	5,472	37,425
6.Kendine Güven	1,420	3,945	42,820	1,942	5,396	42,820

Ayrıca yaratıcılık faaliyetlerini ölçmede kullanılan ölçeğe faktör analizi uygulanmış ve Bartlett Testi sonucunda ($p=0.000 < 0.05$) faktör analizine dâhil edilen değişkenler arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. KMO testi sonucunda ($KMO=0.909 > 0.60$) örnek büyüklüğünün faktör analizinin uygulanabilmesi için yeterli bulunmuştur. Yapılan faktör analizinde ölçeklere ait sorular yorumlanabilir ve anlamlı bir şekilde isimlendirilecek faktörler altında toplanmadığından dolayı bu veriler varimax rotasyonuna tabi tutulmuş ve böylece

anlamli olarak ifade edilebilecek faktörler elde edilmiştir. Girişimcilik eğilimi ile yaratıcılık faaliyetine ilişkin yapılan faktör analizi sonuçları Tablo 3.1’de sunulmuştur.

Yapılan faktör analizi sonucunda girişimcilik eğiliminin 6 boyuta uygun bir biçimde açıklandığı tespit edilmiştir. 6 boyutlu yapı toplamda %42.82 oranında açıklama gücüne sahiptir. Belirsizliğe karşı tolerans %11,71, riske girme eğilimi %7,69, başarı ihtiyacı %7,07 yenilik %5.48, içsel kontrol odağı %5.47 ve kendine güven %5,4 gücünde açıklama oranına sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Uygulanan faktör analizine ilişkin faktör yük değerleri Tablo 3.2’deki gibidir.



Tablo 3.2: Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine Ait Faktör Yük Değerleri

Sorular	Belirsizliğe Karşı Tolerans	Riske GİRME Eğilimi	Yenilik	Kendine Güven	Kontrol Odağı	Başarı İhtiyacı
C26	,611					
C24	,600					
C21	,596					
C27	,566					
C12	,563					
C35	,553					
C31	,551					
C25	,504					
C18	,490					
C22	,485					
C11	,467					
C19	,418					
C3		,737				
C4		,734				
C2		,582				
C8		,457				
C30			,692			
C23			,647			
C29			,638			
C17			,523			
C10				,666		
C9				,556		
C34				,454		
C16					,586	
C7					,544	
C36					,534	
C6					,523	
C15					,416	
C28						,585
C14						,578
C33						,531
C5						,439

Tablo 3.2’de görüldüğü üzere; ankette yer alan girişimcilik eğilimiyle ilgili 36 ifade yukarıdaki faktörleri temsil eden 6 faktöre ayrılmıştır. Ancak bu 36 ifadeden 1, 13, 32 ve 20 numaralı olan ifadeler yapılan analiz sonucunda, faktör yük değerleri düşük çıktığından dolayı analize dâhil edilmemiştir. Faktör yük değerleri Tablosunda

belirsizliğe karşı tolerans ile ilgili anketteki ifadelerin numaraları şu şekildedir (Bk. Ek 1: Kullanılan Anket Formu): 11, 12, 18, 19, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 31, 35; riske girme eğilimi ile ilgili ifadeler; 2, 3, 4, 8; yenilik ile ilişkin ifadeler; 17, 23, 29, 30; kendine güven ile ilgili ifadeler; 9, 10 34; kontrol odağı ile ilişkin ifadeler; 6, 7, 15, 16, 36 ve başarı ihtiyacı ile ilgili ifadeler; 5, 14, 28, 33'tür.

Tablo 3.3:Yaratıcılık Faaliyetine Ait Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Döndürülmemiş Sonuçlar			Döndürme Yapılmış Sonuçlar		
	Toplam	Varyans Açıklama Oranı	Birikimli Varyans Açıklama Oranı	Toplam	Varyans Açıklama Oranı	Birikimli Varyans Açıklama Oranı
1.Yaratıcılık	6,398	39,988	39,988	6,398	39,988	39,988

Yapılan faktör analizi sonucunda yaratıcılık faaliyetini ölçmek için tek boyutun yapıyı uygun şekilde açıkladığını söylemek mümkündür. Bu boyut toplam varyansın yaklaşık %40'nı açıklama gücüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Yaratıcılık faaliyetleri eğilimine ilişkin faktör yük değerleri ise Tablo3.4'teki gibidir.

Tablo 3.4:Yaraticılık Ölçeğine Ait Faktör Yük Değerleri

Sorular	Boyut
	Yaraticılık
B8	,765
B13	,742
B14	,737
B12	,667
B6	,664
B10	,657
B4	,646
B9	,645
B5	,643
B7	,636
B1	,614
B16	,606
B3	,558
B2	,517
B15	,490
B11	,433

Tablo 3.4'te ankette ölçekte yer alan yaratıcılık faaliyetiyle ilgili 16 ifade tek boyutta incelenmiştir. Yaratıcılık faaliyeti ile ilişkili olan ifadelerin anketteki numaraları şu şekildedir (Bk. Ek 1: Kullanılan Anket Formu): 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16.

Ölçeğin tutarlılığını tespit etmek için Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Verilerin güvenilir olması bilimsel bir araştırmanın en önemli koşullarından biridir. Veri toplama aracı güvenilirliğin göstergesi olduğundan dolayı anket güvenilirlik testine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular Özdamar'ın güvenilirlik sınıflandırmasına göre değerlendirilmiştir (Özdamar, 2002:673). Bu anket formu için güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3.5' deki gibidir.

Tablo 3.5: Güvenirlilik Analizi Bulguları

Faktörler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı	Güvenirlilik
1.Yaratıcılık	,896	16	Yüksek Derecede Güvenilir
2.Girişimcilik	,760	32	Oldukça Güvenilir
3.Belirsizliğe Karşı Tolerans	,811	12	Yüksek Derecede Güvenilir
4.Risk Alma Eğilimi	,680	4	Oldukça Güvenilir
5.Yenilik	,627	4	Oldukça Güvenilir
6.Kendine Güven	,643	3	Oldukça Güvenilir
7.Kontrol Odağı	,632	5	Oldukça Güvenilir
8.Başarı İhtiyacı	,624	4	Oldukça Güvenilir

Güvenirlilik analizi sonucunda, Cronbach's Alpha katsayısı 0,624 ile 0,896 arasında değişmektedir. 16 maddeden oluşan yaratıcılık alt boyutunun güvenirlilik derecesi ($\alpha=0.896$); toplu halde girişimcilik eğilimini ölçen 32 maddenin güvenirliliği ($\alpha=0.760$); girişimcilik eğiliminin alt boyutlarından olan ve 12 maddeden oluşan belirsizliğe karşı toleransın güvenirliliği ($\alpha=0.811$); 4 maddeden oluşan risk alma eğilimi alt boyutunun güvenirlilik derecesi ($\alpha=0.680$); 4 maddeden oluşan yenilik alt boyutunun güvenirliliği ($\alpha=0.627$); 3 maddeden oluşan kendine güven alt boyutunun güvenirliliği ($\alpha=0.643$); 5 maddeden oluşmuş olan kontrol odağı alt boyutunun güvenirliliği ($\alpha=0.632$); son olarak girişimcilik eğiliminin alt boyutlarından olan ve 4 maddeden oluşan başarı ihtiyacının güvenirliliği ($\alpha=0.624$) olarak bulunmuştur. Bulunan sonuçlardan hareketle uygulanan bu anketin genel itibariyle güvenilir olduğu sonucu çıkmaktadır.

3.4.3. Anketin Uygulanması ve Verilerin Toplanması

Anket formu hazırlandıktan sonra Kafkas Üniversitesi İktisadi ve idari bilimler fakültesinde araştırmacının kendisi tarafından hassasiyetle uygulanmıştır. Anketin uygulanış aşamasında anket formunu dolduran öğrencilere anlamadıkları soruları araştırmacıya bizzat sorma fırsatı sunulmuştur. Bu da soruların anlaşılma düzeyini artırmış ve dolayısıyla elde edilen bulguların daha sağlıklı ve güvenilir olmasını sağlamıştır.

3.4.4. Anketin Niteliği

Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerini belirten 12 ifadeye yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde öğrencilerin yaratıcılık faaliyetlerini belirlemek amacıyla tek boyut halinde 16 ifade bulunmaktadır. Anketteki sıra numarası ikinci bölümde (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16)'dır. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemek için kullanılan 36 ifade yer almaktadır. Bu bölümdeki ifadeler kendi içerisinde 6 boyuttan oluşmaktadır. Ankette “belirsizliğe karşı tolerans” boyutuna ilişkin toplam 12 ifade (anketteki sıra numarası 11, 12, 18, 19, 21, 22, 24, 25, 26, 27 31, 35); “riske girme eğilimi” boyutuna ilişkin toplam 4 ifade (anketteki sıra numarası 2, 3, 4, 8); “yenilik” boyutuna ilişkin toplam 4 ifade (anketteki sıra numarası 17, 23, 29, 30); “kendine güven” boyutuna ilişkin toplam 3 ifade (anketteki sıra numarası 9, 10, 34); “kontrol odağı” boyutuna ilişkin toplam 5 ifade (anketteki sıra numarası 6, 7, 15, 16, 36) ve “başarı ihtiyacı” boyutuna ilişkin toplam 4 ifade (anketteki sıra numarası 5, 14, 28, 33) bulunmaktadır.

3.5. Bulgular

3.5.1. Araştırma Örnekleminden Elde Edilen Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan öğrencilerden elde edilen demografik özelliklere ilişkin bulgular Tablo 3,6'da görüldüğü üzere ankete katılan öğrencilerin %51,3'ü kadın, %48,7'i erkektir. Uyruk bakımından öğrenciler büyük bir oranda %94,2 ile Türkiye vatandaşı, %5,8'i de diğer ülke vatandaşlarıdır. Bölümler oranıyla dağılımlara baktığımızda %25,5 ile işletme, %31 ile iktisat, %29,7 ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi ve %13,9'la uluslararası ticaret ve lojistik bölümlerinden oluşmaktadır. Ankete katılan öğrencilerin %15,2'si 21 yaş ve altında, %80,3'ü 21-25 yaş arasında, %2,3'ü 26-30 yaş arasında ve %2,3 ise 31 yaş ve üzerindedir. Ankete katılanların kardeşler arasında yaş sırası dağılımına bakıldığında %28,7'si yaşça en büyük, %21,9'u 2.sıra, %23,9'u 3.sıra, %9,4'ü 4.sıra ve sonrası, %16,1'i ise yaşça en küçük yüzdeye sahiptir. Aileyle birlikte ikamet eden öğrencilerin %29,7'si köyde,

%1,3'ü kasabada, %16,5'i ilçede, %48,7'i ilde ve %3,8'i de büyükşehirde yaşamakta olduğu görülmektedir.

Tablo 3.6. Demografik Özelliklere Ait Bulgular

	Demografik Özellik	N	%
Cinsiyet	Kadın	159	51,3
	Erkek	151	48,7
Uyruk	Türkiye	292	94,2
	Diğer	18	5,8
Bölüm	İşletme	79	25,5
	İktisat	96	31,0
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	92	29,7
	Uluslararası Ticaret ve Lojistik	43	13,9
Yaş	21'den Küçük	47	15,2
	21-25 Arası	249	80,3
	26-30 Arası	7	2,3
	31 ve +	7	2,3
Kardeşler Arasında Sizin Yaş Sıranız	Yaşça En Büyük	89	28,7
	2. Sıra	68	21,9
	3. Sıra	74	23,9
	4. Sıra ve Sonrası	29	9,4
	Yaşça En Küçük	50	16,1
Aileyle Birlikte Yaşadığınız Yer	Köy	92	29,7
	Kasaba	4	1,3
	İlçe	51	16,5
	İl	151	48,7
	Büyükşehir	12	3,8

Araştırmaya katılanların girişimcilik özelliklerine ilişkin bulgular şu şekildedir: Tablo 3,7'den hareketle, öğrencilerin babalarının %37,7'si çalışmamakta, %23,2'si kendine ait bir iş yerinde çalışmakta, %17,1'i kamu sektöründe ve %21,9'u da özel sektörde çalışmaktadırlar. Aynı şekilde öğrenci annelerinin %91,3'ü çok büyük bir yüzdeyle çalışmamakta, %2,6'sı kendine ait bir iş yerinde çalışmakta iken, %3,5'i kamuda ve %2,6'sı özel sektörde çalışmaktadır.

Tablo 3.7. Girişimcilik Özelliklerine Ait Bulgular

	Demografik Özellik	N	%
Babanın Çalıştığı Sektör	Çalışmıyor	117	37,7
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	72	23,2
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	53	17,1
	Özel Sektörde Çalışıyor	68	21,9
Annenin Çalıştığı Sektör	Çalışmıyor	283	91,3
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	8	2,6
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	11	3,5
	Özel Sektörde Çalışıyor	8	2,6
İlerde Kendi İşini Kurma	İstemiyorum	31	10,0
	Az İstiyorum	8	2,6
	Kararsızım	47	15,2
	İstiyorum	106	34,2
	Çok İstiyorum	118	38,1
Fon Kaynağından Yararlanma	Kişisel Birikimlerden Yararlanma	104	33,5
	Aile ve Akrabalara Başvurma	42	13,5
	Ticari Kredilerden Yararlanma	118	38,1
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışma	46	14,8
Bir Yıl İçinde İş Kurma Olasılığı	Hiç Yok	111	35,8
	%25	90	29,0
	%50	72	23,2
	%75	15	4,8
	%75'ten Fazla	22	7,1
Kendine Ait Bir İş Kurma Olasılığı	Evet	173	55,8
	Hayır	137	44,2

Tabloda görüldüğü gibi ilerde iş kurmak istiyor musunuz sorusuna verilen cevaplarda %10'u iş kurmayı istemezken, %2,6'sı az istemekte, %15,2'si kararsız kalmakta, %34,2'si ilerde iş kurmayı istiyorken %38,1'i çok istemektedir. İş kurmaya sıcak bakan öğrencilerin yararlanacağı fon kaynaklarına bakılırsa %33,5'i kişisel birimlerini kullanacaklarını, %13,5'i aile ve akrabalarına başvuracaklarını, %38,1'i ticari kredilerden yararlanabileceklerini ve %14,8'i ise bir veya birkaç ortakla çalışabileceklerini belirtmektedirler.

Mezun olduktan sonra bir yıl içinde iş kurma olasılığınız nedir? sorusuna öğrenciler %35,8'i hiç yok, %29'u yüzde 25 olasılıkla, %23,2'si yüzde 50 olasılıkla, %4,8'i yüzde 75 olasılıkla iş kuracaklarını belirtirken, %7,1'i yüzde 75'den daha fazla olasılıkla iş kurabileceği dağılımı gözlemlenmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %55,8'i kendilerine ait ve hiç kimseyle paylaşmadığı bir fikirlerinin olduğunu ve %44,2'si ise böyle bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

3.5.2. Üniversite Öğrencilerinin Yaratıcılık ve Girişimcilik Eğilimi Düzeylerine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Öğrencilerin hangi düzeyde girişimcilik eğilimi ve yaratıcılık faaliyetine sahip olduklarını belirlemek amacıyla, öğrencilerin her ifadeye verdikleri cevapların ortalamaları ve frekansları Tablo 3,8'deki gibidir. İfadelerin yorumlanmasında aşağıdaki değerler sınır değerler olarak alınmış ve buna göre değerlendirmeler yapılmıştır

- ✓ 1 – 1,79 çok düşük,
- ✓ 1,80 – 2,59 düşük,
- ✓ 2,60 – 3,39 orta,
- ✓ 3,40 – 4,19 yüksek,
- ✓ 4,20 – 5,00 çok yüksek.

Tablo 3,8'de görüldüğü üzere yaratıcılık boyutunun ortalaması 3,83 olup yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Girişimcilik eğiliminin ortalaması 3,46 ile yüksek, belirsizliğe karşı toleransın ortalaması 3,78 ile yüksek, risk alma eğiliminin ortalaması 3,97 ile yüksek, yenilik boyutunun ortalaması 2,69 olup orta, kendine güven boyutunun ortalaması 3,59 ile yüksek, kontrol odağı boyutunun ortalaması

2,69 ile orta ve başarı ihtiyacı boyutunun ortalaması 3,59 olup yüksek düzeyde ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca 3,97 ortalamayla risk alma eğilimi en yüksek ortalamaya sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 3.8. Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri ve Yaratıcılık Faaliyetlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler Tablosu

Faktörler	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık Değeri	Basıklık Değeri
Yaratıcılık	310	3,83	,59	-1,00	2,05
Girişimcilik Eğilimi	310	3,46	,39	-,66	2,74
Belirsizliğe Karşı Tolerans	310	3,78	,59	-,68	1,02
Risk Alma Eğilimi	310	3,97	,79	-1,42	2,71
Yenilik	310	2,69	,83	,19	-,30
Kendine Güven	310	3,59	,78	-,37	,23
Kontrol Odağı	310	2,69	,76	,41	,153
Başarı İhtiyacı	310	3,58	,78	-,58	,38

Çalışmada parametrik mi yoksa non-parametrik testin mi kullanılacağına karar vermek için veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılır. Tablo 3.8’de görüldüğü üzere analizlerde kullanılan bütün faktörlerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -3 ile +3 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı veri setinin normal dağılım gösterdiğini söylemek mümkündür. Veri seti normal dağılım gösterdiğinden dolayı bundan sonra yapılan bütün analizlerde parametrik testler kullanılmıştır.

3.5.3. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemekte kullanılan analiz türü olarak ifade edilebilir. Korelasyon katsayısı (r), -1 ile +1 arasında değerler alır. Katsayı -1 olduğunda değişkenler arasındaki ilişkinin negatif yönlü doğrusal tam bir ilişki olduğunu belirtirken,+1 olması değişkenler arasında pozitif yönlü doğrusal tam bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu uç değerler dışında değişken -1 ile +1 arasında değerler almakta ve gerekli yorumlamalar yapılmaktadır. Veri seti normal dağılım gösterdiğinden dolayı boyutlar arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü tespit etmek için Pearson

korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizinden elde edilen bulgular aşağıda Tablo 3.9’da yer almaktadır.

Tablo 3.9: Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Boyutlar	Yaratıcılık	Girişimcilik Eğilimi	Belirsizliğe Karşı Tolerans	Risk Alma Eğilimi	Yenilik	Kendine Güven	Kontrol Odağı	Başarı İhtiyacı
Yaratıcılık	1							
Girişimcilik Eğilimi	,522**	1						
Belirsizliğe Karşı Tolerans	,691**	,751**	1					
Risk Alma Eğilimi	,488**	,596**	,464**	1				
Yenilik	,229**	,258**	,198**	0,03	1			
Kendine Güven	,306**	,536**	,337**	,271**	0,087	1		
Kontrol Odağı	,138*	,411**	0,032	0,05	,302**	0,111	1	
Başarı İhtiyacı	,226**	,553**	,293**	,225**	0,025	,149**	,164**	1

Çok Zayıf: r=0,00-0,25, Zayıf: r = 0,26-0,49, Orta: r=0,50-0,69, Yüksek: r=0,70-0,89, Çok Yüksek: r=0,90-1,00
* = <0,05, ** =<0,01

Tablo 3.9’da, değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları sonuçları yer almaktadır. Buna göre %5 önem seviyesine göre 0,05’ten büyük olan değerlerde değişkenler arasında ilişkinin olmadığını gösterirken, 0,05’ten küçük olan değerlerde ise değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını gösterir. Tabloda asteriks (**) ile işaretlenen rakamlar %1, (*) ile işaretlenen rakamlarda ise %5 önem seviyesinde değişkenler arasında anlamlı bir korelasyon olduğunu gösterir. Tablo 9’da yer alan sonuçlara göre, yaratıcılık ile girişimcilik eğilimi arasında 0,522 ile orta düzeyde ve pozitif yönlü, yaratıcılık ile risk alma eğilimi arasında 0,691 ile orta düzeyde ve pozitif yönlü, yaratıcılık ile risk alma eğilimi arasında 0,488 ile zayıf düzeyde ve pozitif yönlü, yaratıcılık ile yenilik arasında 0,229 ile çok zayıf düzeyde ve pozitif yönlü, yaratıcılık ile kendine güven arasında 0,306 ile zayıf düzeyde ve pozitif yönlü, yaratıcılık ile kontrol odağı arasında 0,138 ile çok zayıf düzeyde ve pozitif yönlü ve yaratıcılık ile başarı ihtiyacı arasında ise 0,226 ile zayıf düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

3.5.4. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi, bağımlı değişken Y ile bağımsız değişken X (ya da X'ler) arasındaki ilişkinin yönünü ve mahiyetini ortaya koyar (Tarı, 2016: 15). Bu bilgilerden yola çıkarak aşağıda yaptığımız basit doğrusal regresyon analizine ait formülünü şu şekilde kurmak mümkündür.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

β_0 = Sabit Terim (Bağımlı Değişkenin Tahmini Değeri)

Y = Bağımlı Değişken)

X = Bağımsız Değişken

ε = Hata Terimi

β_1 = Regresyon Kat Sayısı (Bağımsız Değişkenin Kat Sayısı)

Yaratıcılık değişkenininin bağımsız değişken, girişimcilik eğilimi ile alt boyutlarının bağımlı değişken olarak yer alan regresyon analizinden elde katsayılar Tablo 3.10 yer almaktadır.

Tablo 3.10: Regresyon Analizi Tablosu

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişkenler	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	F	P
Yaratıcılık	Girişimcilik Eğilimi	,522	,272	,270	115,256	,000
	Belirsizliğe Karşı Tolerans	,691	,478	,476	282,087	,000
	Risk Alma Eğilimi	,488	,239	,236	96,521	,000
	Yenilik	,229	,052	,049	17,014	,000
	Kendine Güven	,306	,094	,091	31,836	,000
	Kontrol Odağı	,138	,019	,016	5,954	,015
	Başarı İhtiyacı	,226	,051	,048	16,604	,000

Tablo 3.10'da yer alan R² değeri regresyon analizinde yer alan bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama gücünü göstermektedir. Yaratıcılık ile girişimcilik arasında kurulan regresyon modelinde R² değeri%27,2 çıkmıştır. Başka bir ifade ile bağımsız değişken olan yaratıcılık faktörü bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimini %27,2 oranında açıklamaktadır denilebilir. Diğerlerinde ise yaratıcılık boyutu belirsizliğe karşı toleransı %47,8, risk alma eğilimini %23,9, yeniliği %5,2,

kendine güveni %9,4, kontrol odağını %1,9, başarı ihtiyacını ise %5,1 düzeyinde açıklamaktadır.

Regresyon analizine ait parametre katsayıları ve onlara ilişkin anlamlılık değerleri Tablo 3.11’de yer almaktadır.

Tablo 3.11: Regresyon Analizi Parametre Katsayıları Tablosu

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişken ve Sabit Katsayı	B	Standart Hata	t	p
Girişimcilik Eğilimi	Sabit Katsayı	2,133	0,125	10,736	,000
	Yaratıcılık	0,345	0,032		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Sabit Katsayı	1,167	0,158	16,795	,000
	Yaratıcılık	0,683	0,041		
Risk Alma Eğilimi	Sabit Katsayı	1,469	0,258	9,825	,000
	Yaratıcılık	0,653	0,067		
Yenilik	Sabit Katsayı	3,912	0,300	4,125	,000
	Yaratıcılık	0,320	0,078		
Kendine Güven	Sabit Katsayı	2,053	0,275	5,642	,000
	Yaratıcılık	0,401	0,071		
Kontrol Odağı	Sabit Katsayı	3,363	0,279	2,440	,015
	Yaratıcılık	0,175	0,072		
Başarı İhtiyacı	Sabit Katsayı	2,438	0,283	4,075	,000
	Yaratıcılık	0,298	0,073		

Tablo 3.11’de yer alan regresyon modeline ait parametre katsayılarına bakıldığında bağımsız değişken olan yaratıcılık faaliyetindeki 1 birimlik artış girişimcilik eğilimini 0,345 birim, belirsizliğe karşı toleransı 0,683 birim, risk alma eğilimini 0,653 birim, yeniliği 0,320 birim, kendine güveni 0,401 birim, kontrol odağını 0,175 birim ve son olarak başarı ihtiyacını 0,298 birim pozitif yönlü olarak artırdığı yapılan analiz ile tespit edilmiştir. Tabloda yer alan sabit katsayı ise bağımsız değişken sıfır (0) olduğunda bağımlı değişkenin aldığı değerdir. Regresyon analizinde yer alan bağımsız değişken ile her bir bağımlı değişken arasındaki regresyon modeli ise şu şekilde kurulur:

$$\text{Girişimcilik Eğilimi} = 2,133 + \text{Yaratıcılık} * 0,345 + \epsilon$$

3.5.5. T-Testi Sonuçlarından Elde Edilen Bulgular

T-testi, iki örneklem grubunun ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını tespit etmek için kullanılan parametrik bir testtir. Bağka bir deyiğle bir grubun ortalamasının diğer grubun ortalamasından önemli derecede farklı olup olmadığını arağtırır. Bu test özellikle, örneklem byklğunun çok fazla olmadığı, rneklemen alındığı ana kütlenin bilinmediği ve ana kütlenin parametrelerinin hipotez testinde kullanılmadığı zamanlarda tercih edilir (Kalaycı vd., 2010:74).

Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin 3. ve 4. sınıflarında okuyan öğrencilerin cinsiyetleri ve iç kurma fikirleri ile giriğimcilik eğilimi ve yaratıcılık faaliyetleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir iliğki olup olmadığını arağtırmak için bağımsız örneklem t-testi (%5 önem seviyesinde) yapılmığtır. Sonuçlar iki ayrı tablo biçiminde zetlenmiğ ve gerekli yorumlamalar yapılmığtır.

Tablo 3.12' de elde edilen t-testi sonuçlarından hareketle yaratıcılık faaliyetine katılma boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,78$), erkeklerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,88$) dir. Bu sonuca göre, yaratıcılık faaliyeti bakımından kadın ve erkeklerin ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiğtir (t: -1,572, p>0,05).

Giriğimcilik eğilimi boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,41$), erkeklerin katılma düzeyinin ($\bar{X}=3,50$) olduğu, kadın ve erkeklerin giriğimcilik eğilimine ait sorulara verdiklerin cevapların ortalamaları arasındaki farkta istatistiki olarak anlamlı bulunmuğtur (t:-2,037, p<0,05).

Tablo 3.12: Cinsiyet Değişkenine İlişkin T-testi Bulguları

Faktörler	Cinsiyet	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	t	P
Yaratıcılık	Kadın	3,78	,57	-1,572	,117
	Erkek	3,88	,62		
Girişimcilik Eğilimi	Kadın	3,41	,38	-2,037	,043
	Erkek	3,50	,40		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Kadın	3,71	,56	-2,417	,016
	Erkek	3,87	,60		
Risk Alma Eğilimi	Kadın	4,00	,80	,749	,455
	Erkek	3,94	,79		
Yenilik	Kadın	2,70	,81	,239	,811
	Erkek	2,68	,85		
Kendine Güven	Kadın	3,53	,73	-1,319	,188
	Erkek	3,65	,83		
Kontrol Odağı	Kadın	2,63	,70	-1,484	,139
	Erkek	2,76	,81		
Başarı İhtiyacı	Kadın	3,53	,79	-,990	,323
	Erkek	3,62	,77		

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,71$), erkeklerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,87$)'dir. t testi sonucuna göre, cinsiyete göre belirsizliğe karşı tolerans arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucu elde edilmiştir (t:2,417, p<0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=4,00$), erkeklerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,94$) dür. Bağımsız örneklem t testi sonucundan hareketle, cinsiyete göre risk alma eğilimi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (t:0,749, p>0,05).

Yenilik boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=2,70$), erkeklerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,68$)'dir. Yapılan t testi sonucundan hareketle cinsiyete göre yaratıcılık arasında istatistiki olarak anlamlılık olmadığı gözlemlenmiştir (t: 0,239, p>0,05).

Kendine güven boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$), erkeklerin katılma düzeyi ($\bar{x}=3,65$)'dir. Uygulanan t- testi sonucundan hareketle, cinsiyete göre kendine güven arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (t: -1,319, $p>0,05$).

Kontrol odağı boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=2,63$), erkeklerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,76$) dir. Uygulanan T- testi sonucuna göre, cinsiyete göre kontrol odağı arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (t: -1,484, $p>0,05$).

Başarı ihtiyacı boyutuna kadınların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$), erkeklerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,62$) dir. Uygulanan T-testi sonucundan hareketle, cinsiyete göre başarı ihtiyacı arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir (t: -1,484, $p>0,05$).

Tablo 3.13' de yaratıcılık boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,94$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=3,69$) dur. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır (t: 3,656, $p <0,05$).

Girişimcilik eğilimi boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{x}=3,48$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=3,42$) dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (t: 1,475, $p>0,05$).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{x}=3,85$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=3,70$)'dur. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (t: 2,319, $p<0,05$).

Tablo 3.13: İş Kurma Fikrine Ait T-Testi Bulguları

Boyutlar	İş Kurma Fikri	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	t	P
Yaratıcılık	Evet	3,94	,59	3,656	,000
	Hayır	3,69	,57		
Girişimcilik Eğilimi	Evet	3,48	,42	1,475	,141
	Hayır	3,42	,36		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Evet	3,85	,63	2,319	,021
	Hayır	3,70	,52		
Risk Alma Eğilimi	Evet	3,96	,78	-,304	,761
	Hayır	3,99	,81		
Yenilik	Evet	2,63	,85	-1,257	,210
	Hayır	2,75	,80		
Kendine Güven	Evet	3,66	,81	1,936	,054
	Hayır	3,49	,72		
Kontrol Odağı	Evet	2,71	,80	,583	,560
	Hayır	2,66	,69		
Başarı İhtiyacı	Evet	3,59	,81	,235	,815
	Hayır	3,57	,75		

Risk alma eğilimi boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,96$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=3,99$)'dur. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (t: -0,304, p>0,05).

Yenilik boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=2,63$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=2,75$)'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (t: -1,257, p>0,05).

Kendine güven boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,66$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=3,49$)'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t

testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (t: 1,936, p>0,05).

Kontrol odağı boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=2,71$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=2,66$)'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (t: 0,583, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutunda; ilerde kendilerine ait iş kurma fikri olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=2,71$), olmayanların düzeyi ($\bar{X}=2,66$)'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, iş kurma fikri olan ve olmayanlar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (t: 0,235, p>0,05).

Tablo 3.14: Uyruk İfadesine İlişkin T-Testi Bulguları

Boyutlar	Uyruk	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	t	P
Yaratıcılık	Türkiye	3,83	,60	,360	,719
	Diğer	3,78	,58		
Girişimcilik Eğilimi	Türkiye	3,45	,39	-,789	,430
	Diğer	3,52	,42		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Türkiye	3,79	,59	,248	,804
	Diğer	3,75	,63		
Risk Alma Eğilimi	Türkiye	3,96	,80	-1,226	,221
	Diğer	4,19	,58		
Yenilik	Türkiye	2,68	,83	-,477	,634
	Diğer	2,78	,86		
Kendine Güven	Türkiye	3,59	,77	,073	,942
	Diğer	3,57	,89		
Kontrol Odağı	Türkiye	2,68	,77	-1,209	,228
	Diğer	2,90	,52		
Başarı İhtiyacı	Türkiye	3,61	,73	-,302	,763
	Diğer	3,67	,78		

Yaratıcılık alt boyutunda uyruğu Türkiye olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,83$), diğer ülke vatandaşı olanların katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,78$) dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında

yaratıcılık boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: 0,036, p >0,05).

Girişimcilik eğilimi alt boyutuna Türk öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,45$), diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,52$) dir. Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında girişimcilik eğilimi boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: -0,789, p >0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans alt boyutuna Türkiye vatandaşı öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,79$ diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($x=3,75$) dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında belirsizliğe karşı tolerans boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: 0,248, p >0,05).

Risk alma eğilimi alt boyutuna Türkiye vatandaşı öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,96$), diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=4,19$)'dur. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında risk alma eğilimi boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: -1,226, p >0,05).

Yenilik alt boyutuna Türkiye vatandaşı öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,68$), diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=2,78$) dür. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında yenilik boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: -0,477, p >0,05).

Kendine güven alt boyutuna Türkiye vatandaşı öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,59$), diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,57$) dür. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında kendine güven boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: 0,073, p >0,05).

Kontrol odağı alt boyutuna Türkiye vatandaşı öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,68$), diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=2,90$)'dır. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları

arasında kontrol odağı boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: -1,209, p >0,05).

Başarı ihtiyacı alt boyutuna Türkiye vatandaşı öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,61$), diğer ülke vatandaşı olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($x=3,67$)'dir. Uygulanan bağımsız örneklem t testinden hareketle, Türkiye vatandaşı ile diğer ülke vatandaşları arasında başarı ihtiyacı boyutuna katılma düzeyi bakımından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur (t: -0,302, p >0,05).

3.5.6. Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizine İlişkin Bulgular

Tek yönlü varyans analizi, bağımsız k gurubun ortalamalarının test edilmesinde kullanılan bir yöntemdir. İki'den fazla parametrik olan ana kütle ortalamasının birbirine eşit olup olmadığının testi tek yönlü varyans analiziyle yapılır (Karagöz, 2016;399). Araştırmaya katılan öğrencilerin uyrukları, bölümleri, yaşları vb. gibi değişkenler ile girişimcilik ve yaratıcılık faaliyetleri arasındaki anlamlı bir farklılık olup olmadığını %5 önem seviyesinde, tek yönlü varyans testi (ANOVA) ile analiz edilmiştir. Farklılığın tespitine kanaat getirilen değişkenlerde, farklılığın hangi değişkenden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post-Hoc testlerinde Tukey Testi uygulanmıştır. Boyutlara ilişkin yapılan Anova analizleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 3.15: Bölüm İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Analizi Bulguları

Boyutlar	Bölüm	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	İşletme	3,74	,65	,864	,460
	İktisat	3,88	,51		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	3,86	,61		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	3,83	,64		
Girişimcilik Eğilimi	İşletme	3,46	,48	,677	,567
	İktisat	3,47	,30		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	3,41	,40		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	3,50	,38		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	İşletme	3,69	,61	1,262	,288
	İktisat	3,83	,56		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	3,78	,58		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	3,87	,62		
Risk Alma Eğilimi	İşletme	3,84	,91	1,399	,243
	İktisat	4,08	,79		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	3,95	,76		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	4,01	,64		
Yenilik	İşletme	2,89	,84	2,341	,073
	İktisat	2,58	,74		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	2,61	,83		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	2,72	,96		
Kendine Güven	İşletme	3,56	,74	2,010	,112
	İktisat	3,74	,76		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	3,50	,82		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	3,47	,77		
Kontrol Odağı	İşletme	2,99	,81	6,142	,000
	İktisat	2,56	,67		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön..	2,57	,70		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	2,69	,84		
Başarı İhtiyacı	İşletme	3,53	,72	,433	,730
	İktisat	3,62	,82		
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	3,54	,85		
	Ulus. Tic. ve Lojist.	3,66	,65		

Yaratıcılık boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,74$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,88$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi

öğrencilerinin katılma düzeyi ($x=3,86$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,83$) dür. Tek yönü Anova analizi sonucuna göre öğrencilerin bölümleri ile yaratıcılık eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($f:0,864$, $p>0,05$).

Girişimcilik eğilimi boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,46$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,47$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,41$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,50$) dir. Tek yönü Anova analizi sonucuna göre öğrencilerin bölümleri ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($f:0,677$, $p>0,05$).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,69$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,83$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencilerinin katılma düzeyi ($x=3,78$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,87$) dir. Tek yönü Anova analizi sonucundan anlaşıldığı üzere öğrencilerin bölümleri ile belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($f:1,262$, $p>0,05$).

Risk alma eğilimi boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,84$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,08$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,95$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,01$) dir. Tek yönü Anova analizi sonucundan anlaşıldığı üzere öğrencilerin bölümleri ile risk alma eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir ($f:1,399$, $p>0,05$).

Yenilik boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,56$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,74$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,50$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,72$) dir. Tek yönü Anova analizi sonucuna öğrencilerin bölümleri ile yenilik boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($f:2,341$, $p>0,05$).

Kendine güven boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,89$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,58$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi

öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,61$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,47$) dir. Tek yönü Anova analizi sonucuna öğrencilerin bölümleri ile kendine güven boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:2,010, p>0,05).

Kontrol odağı boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,99$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,56$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,57$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,69$) dur. Tek yönü Anova analizi sonucuna öğrencilerin bölümleri ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılmıştır (f:0,433, p<0,05).

Başarı ihtiyacı boyutuna işletme öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$), iktisat öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,62$), siyaset bilimi ve kamu yönetimi öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,54$) ve uluslararası ticaret ve lojistik öğrencilerinin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,66$) dir. Tek yönü Anova analizi sonucuna öğrencilerin bölümleri ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir (f:2,010, p>0,05).

Tek yönlü varyans analizinde ortalamalar yardımıyla sadece ana kütle ortalamalarının farklılık olup olmadığı test edilmektedir. Bu test sonucunda anlamlı bir farklılığın olduğu tespiti yapılırsa, bu tespitin hangi örneklemden kaynaklandığı bilinmemektedir. İşte bu farklılığın hangi örneklemden kaynaklandığını belirlemek için Post-Hoc testlerine başvurulur. Bizim çalışmamızda bu farklılığın tespiti için Tukey testine başvurulmuştur. Bu testin sonucu aşağıda Tablo 3.16’de gösterilmektedir.

Tablo 3.16: Tablo 3.15’den Elde Edilen Post-Hoc Test Bulguları

(I) Bölüm	(J)Bölüm	Ortalamalar farkı (I-J)	Standart Hata	P
İşletme	İktisat	,42737*	0,112	0,001
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	,42248*	0,113	0,001
	Ulus. Tic. ve Lojist.	0,29685	0,140	0,149
İktisat	İşletme	-,42737*	0,112	0,001
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	-0,00489	0,108	1,000
	Ulus. Tic. ve Lojist.	-0,13052	0,136	0,770
Siyaset Bilimi ve Ulus. İliş.	İşletme	-,42248*	0,113	0,001
	İktisat	0,00489	0,108	1,000
	Ulus. Tic. ve Lojist.	-0,12563	0,136	0,794
Ulus. Ticaret ve Lojistik	İşletme	-0,29685	0,140	0,149
	İktisat	0,13052	0,136	0,770
	Siy. Bil. ve Kamu Yön.	0,12563	0,136	0,794

Tablo 3.16’den hareketle %5 önem seviyesinde işletme, iktisattan ve siyaset bilimi kamu yönetiminden farklıdır sonucuna varılır. Yani farklılığın kaynağını işletme, iktisat ve siyaset bilimi ve kamu yönetimindeki öğrenciler oluşturmaktadır.

Tablo 3.17’den hareketle yaratıcılık boyutuna 21’den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,78$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,84$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi ($x=3,91$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,86$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin yaşları ile yaratıcılık faaliyetleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:0,165, p>0,05).

Tablo 3.17: Yaş İfadesine İlişkin Anova Bulguları

Boyutlar	Yaş	Ortalama(\bar{X})	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	21' den Küçük	3,78	,57	,165	,920
	21-25 Arası	3,84	,60		
	26-30 Arası	3,91	,61		
	31 ve Üzeri	3,86	,58		
Girişimcilik Eğilimi	21' den Küçük	3,44	,34	,074	,974
	21-25 Arası	3,46	,40		
	26-30 Arası	3,43	,44		
	31 ve Üzeri	3,43	,31		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	21' den Küçük	3,68	,48	,828	,479
	21-25 Arası	3,80	,59		
	26-30 Arası	3,96	1,03		
	31 ve Üzeri	3,70	,59		
Risk Alma Eğilimi	21' den Küçük	4,05	,69	1,219	,303
	21-25 Arası	3,94	,82		
	26-30 Arası	4,18	,73		
	31 ve Üzeri	4,43	,49		
Yenilik	21' den Küçük	2,85	,77	1,225	,301
	21-25 Arası	2,67	,85		
	26-30 Arası	2,39	,76		
	31 ve Üzeri	2,39	,61		
Kendine Güven	21' den Küçük	3,37	,75	2,239	,084
	21-25 Arası	3,64	,78		
	26-30 Arası	3,67	,92		
	31 ve Üzeri	3,19	,63		
Kontrol Odağı	21' den Küçük	2,79	,77	,663	,575
	21-25 Arası	2,68	,75		
	26-30 Arası	2,40	,92		
	31 ve Üzeri	2,60	,63		
Başarı İhtiyacı	21' den Küçük	3,53	,72	,871	,456
	21-25 Arası	3,59	,80		
	26-30 Arası	3,21	,67		
	31 ve Üzeri	3,86	,61		

Girişimcilik eğilimi boyutuna 21' den küçük öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =3,44), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi (x =3,46), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma

düzeyi ($\bar{X}=3,43$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,43$) dür. Tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin yaşları ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:0,074, p>0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna 21'den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,68$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,80$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{x}=3,96$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,70$)dir. Tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin yaşları ile belirsizliğe karşı tolerans arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:0,828, p>0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna 21'den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,05$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,94$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,18$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=4,43$)dür. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin yaşları ile risk alma eğilimi arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:1,219, p>0,05).

Yenilik boyutuna 21'den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,85$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,67$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,39$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=2,39$)dur. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin yaşları ile yenilik boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:1,225, p>0,05).

Kendine güven boyutuna 21'den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,37$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,64$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,67$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,19$)dur. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin yaşları ile kendine güven boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:2,239, p>0,05).

Kontrol odağı boyutuna 21'den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,79$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,68$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi

($\bar{X}=2,40$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=2,60$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin yaşları ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:0,663, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutuna 21'den küçük öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$), 21-25 yaş öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,59$), 26-30 yaş arası öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,21$) son olarak 31 yaş ve üzeri öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,86$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin yaşları ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı %5 önem seviyesinde tespit edilmiştir (f:0,871, p>0,05).

Tablo 3.18:Yaş Sırası İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	Yaş Sırası	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	Yaşça En Büyük	3,824	,598	,789	,533
	2. Sıra	3,765	,565		
	3. Sıra	3,910	,455		
	4. Sıra ve Sonrası	3,733	,867		
	Yaşça En Küçük	3,870	,620		
Girişimcilik Eğilimi	Yaşça En Büyük	3,468	,401	,201	,938
	2. Sıra	3,419	,378		
	3. Sıra	3,457	,341		
	4. Sıra ve Sonrası	3,476	,587		
	Yaşça En Küçük	3,468	,342		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Yaşça En Büyük	3,815	,587	1,248	,291
	2. Sıra	3,669	,579		
	3. Sıra	3,858	,582		
	4. Sıra ve Sonrası	3,693	,722		
	Yaşça En Küçük	3,825	,505		
Risk Alma Eğilimi	Yaşça En Büyük	3,924	,881	,210	,933
	2. Sıra	3,982	,772		
	3. Sıra	4,014	,671		
	4. Sıra ve Sonrası	4,043	,943		
	Yaşça En Küçük	3,940	,764		

Yenilik	Yaşça En Büyük	2,638	,868	,212	,932
	2. Sıra	2,673	,870		
	3. Sıra	2,699	,798		
	4. Sıra ve Sonrası	2,698	,808		
	Yaşça En Küçük	2,770	,789		
Kendine Güven	Yaşça En Büyük	3,618	,720	,484	,747
	2. Sıra	3,534	,767		
	3. Sıra	3,572	,802		
	4. Sıra ve Sonrası	3,747	,924		
	Yaşça En Küçük	3,533	,777		
Kontrol Odağı	Yaşça En Büyük	2,719	,768	,734	,569
	2. Sıra	2,694	,810		
	3. Sıra	2,589	,698		
	4. Sıra ve Sonrası	2,862	,860		
	Yaşça En Küçük	2,688	,686		
Başarı İhtiyacı	Yaşça En Büyük	3,624	,819	,837	,503
	2. Sıra	3,669	,776		
	3. Sıra	3,449	,746		
	4. Sıra ve Sonrası	3,603	,867		
	Yaşça En Küçük	3,545	,723		

Tablo 3.18' den hareketle yaratıcılık boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,82$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,77$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,91$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,73$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,87$) dir. Tek yönlü varyans analizini sonucundan hareketle öğrencilerin yaş sıraları bakımından yaratıcılık faaliyeti arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (f:0,789, p>0,05).

Girişimcilik eğilimi boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,47$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,42$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,46$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,48$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,49$) dur. Tek yönlü varyans analizini sonucundan hareketle

öğrencilerin yaş sıraları bakımından girişimcilik eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,201, p>0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,82$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,67$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,86$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,69$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,83$) dür. Tek yönlü varyans analizini sonucundan hareketle öğrencilerin yaş sıraları bakımından belirsizliğe karşı tolerans arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (f:1,248, p>0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,64$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,98$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,01$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,04$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,94$) dür. Tek yönlü varyans analizini sonucuna göre öğrencilerin yaş sıraları bakımından risk alma eğilimi boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (f:0,210, p>0,05).

Yenilik boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,64$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,67$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,70$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,70$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=2,77$) dir. Tek yönlü varyans analizini sonucuna göre öğrencilerin yaş sıraları bakımından yenilik boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (f:0,212, p>0,05).

Kendine güven boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,62$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,57$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,75$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,53$) dür. Tek yönlü varyans analizini sonucuna göre öğrencilerin yaş sıraları bakımından kendine güven boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,484, p>0,05).

Kontrol odağı boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,72$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,69$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,59$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,86$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=2,69$) dur. Tek yönlü varyans analizini sonucuna göre öğrencilerin yaş sıraları bakımından kontrol odağı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,734, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutuna yaşça en büyük olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,62$), yaş sırası 2.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,67$), yaş sırası 3.sıra olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,45$), yaş sırası 4.sıra ve sonrası olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,60$) ve yaşça en küçük olan öğrencilerin katılma düzeyi ise ($\bar{X}=3,55$) dir. Tek yönlü varyans analizini sonucuna göre öğrencilerin yaş sıraları bakımından başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,837, p>0,05).

Tablo 3.19'dan hareketle yaratıcılık faaliyeti boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,76$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,11$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,87$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,84$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,87$)dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle yaratıcılık faaliyeti arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu elde edilmiştir (f:0,713, p>0,05).

Tablo 3.19:Aileyle Birlikte Yaşanılan Yer İfadesine İlişki Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	Aileyle Birlikte Yaşanılan Yer	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	Köy	3,76	,59	,713	,584
	Kasaba	4,11	,71		
	İlçe	3,87	,53		
	İl	3,84	,60		
	Büyükşehir	3,87	,63		

Girişimcilik Eğilimi	Köy	3,42	,41	,378	,825
	Kasaba	3,43	,36		
	İlçe	3,48	,37		
	İl	3,45	,40		
	Büyükşehir	3,49	,39		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Köy	3,66	,59	1,939	,104
	Kasaba	3,85	,52		
	İlçe	3,84	,55		
	İl	3,78	,60		
	Büyükşehir	3,90	,58		
Risk Alma Eğilimi	Köy	3,96	,87	,223	,926
	Kasaba	4,06	,66		
	İlçe	4,05	,57		
	İl	3,92	,86		
	Büyükşehir	3,98	,77		
Yenilik	Köy	2,81	,72	,728	,574
	Kasaba	2,50	,46		
	İlçe	2,67	,88		
	İl	2,63	,88		
	Büyükşehir	2,63	,88		
Kendine Güven	Köy	3,64	,74	,515	,725
	Kasaba	3,83	,88		
	İlçe	3,54	,65		
	İl	3,62	,74		
	Büyükşehir	3,50	,94		
Kontrol Odağı	Köy	2,70	,63	,607	,658
	Kasaba	2,30	,48		
	İlçe	2,59	,77		
	İl	2,71	,88		
	Büyükşehir	2,74	,75		
Başarı İhtiyacı	Köy	3,49	,90	,749	,559
	Kasaba	3,56	,90		
	İlçe	3,69	,70		
	İl	3,64	,66		
	Büyükşehir	3,53	,81		

Girişimcilik eğilimi boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,42$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,43$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,48$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,45$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,49$)dur. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle girişimcilik eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu elde edilmiştir (f:0,378, p>0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,66$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,85$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,84$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,78$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,90$)dır. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır(f:1,939, p>0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,96$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,06$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,05$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,92$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,98$)dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle risk alma eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır(f:0,223, p>0,05).

Yenilik boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,81$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,50$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,67$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,63$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,63$)dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle yenilik boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir(f:0,728, p>0,05).

Kendine güven boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,64$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,83$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,54$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,62$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{x}=3,50$)'dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle kendine güven boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($f:0,515$, $p>0,05$).

Kontrol odağı boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,70$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,30$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,59$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,71$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,74$)dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle kontrol odağı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir ($f:0,607$, $p>0,05$).

Başarı ihtiyacı boyutuna aileleriyle birlikte köyde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,49$), kasabada yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,56$), ilçede yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{x}=3,69$), ilde yaşayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,64$) ve aileleriyle birlikte büyükşehirde ikamet eden öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$)dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizinden elde edilen bulgulara göre aileleriyle birlikte yaşayan öğrencilerle başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir ($f:0,749$, $p>0,05$).

Tablo 3.20:Öğrenci Babalarının Çalıştığı Sektör İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	Babanın Çalıştığı Sektör	Ortalama (X)	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	Çalışmıyor	3,80	,61	1,688	,170
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,84	,57		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,72	,50		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,95	,64		
Girişimcilik Eğilimi	Çalışmıyor	3,43	,43	1,587	,193
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,46	,39		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,40	,37		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,54	,35		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Çalışmıyor	3,72	,62	2,171	,091
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,75	,61		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,78	,51		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,94	,55		
Risk Alma Eğilimi	Çalışmıyor	4,03	,83	1,335	,263
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,90	,75		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,83	,86		
	Özel Sektörde Çalışıyor	4,06	,71		
Yenilik	Çalışmıyor	2,73	,74	,896	,444
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	2,77	,88		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	2,60	,84		
	Özel Sektörde Çalışıyor	2,58	,92		
Kendine Güven	Çalışmıyor	3,54	,82	2,004	,113
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,67	,71		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,41	,87		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,72	,67		
Kontrol Odağı	Çalışmıyor	2,63	,76	,703	,551
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	2,79	,73		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	2,71	,76		
	Özel Sektörde Çalışıyor	2,67	,77		
Başarı İhtiyacı	Çalışmıyor	3,56	,81	1,155	,327
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,51	,75		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,51	,81		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,73	,73		

Tablo 3.20'den bulunan sonuçlardan hareketle yaratıcılık faaliyeti boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,80$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,84$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,72$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,95$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile yaratıcılık faaliyeti arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlemlenmiştir (f:1,688, p>0,05).

Girişimcilik eğilimi boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,43$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,46$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,40$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,56$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlemlenmiştir (f:1,587, p>0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,72$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,75$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,78$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,94$)dür. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir (f:2,171, p>0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=4,03$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($x=3,90$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,83$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=4,06$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile risk alma eğilimi arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir (f:1,335, p>0,05).

Yenilik boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,73$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,77$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,60$) ve özel sektörde çalışan öğrenci

babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,58$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile yenilik boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir (f:0,896, p>0,05).

Kendine güven boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,54$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,67$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,41$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,72$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile kendine güven boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir (f:2,004, p>0,05).

Kontrol odağı boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,63$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,79$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,71$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,67$)'dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır (f:0,703, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,56$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,51$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,51$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,73$)dür. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır (f:1,155, p>0,05).

Tablo 3.21:Öğrenci Annelerinin Çalıştığı Sektör İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	Annenin Çalıştığı Sektör	Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	Çalışmıyor	3,83	,59	,213	,888
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,73	,65		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,91	,35		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,73	,86		
Girişimcilik Eğilimi	Çalışmıyor	3,46	,39	2,164	,092
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,29	,37		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,66	,33		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,26	,50		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Çalışmıyor	3,79	,58	,660	,577
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,65	,69		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,85	,41		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,54	,95		
Risk Alma Eğilimi	Çalışmıyor	3,98	,80	,974	,405
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,59	,93		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	4,18	,51		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,81	,94		
Yenilik	Çalışmıyor	2,67	,83	1,141	,333
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	2,66	,63		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,14	,88		
	Özel Sektörde Çalışıyor	2,75	,89		
Kendine Güven	Çalışmıyor	3,59	,78	,145	,933
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,50	,82		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,67	,71		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,46	,89		
Kontrol Odağı	Çalışmıyor	2,69	,77	1,165	,323
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	2,45	,45		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,04	,66		
	Özel Sektörde Çalışıyor	2,53	,59		
Başarı İhtiyacı	Çalışmıyor	3,58	,79	1,483	,219
	Kendine Ait İşyerinde Çalışıyor	3,44	,50		
	Kamu Sektöründe Çalışıyor	3,86	,36		
	Özel Sektörde Çalışıyor	3,13	,82		

Yukarıdaki Tablo 3.21'den bulunan sonuçlardan hareketle yaratıcılık faaliyeti boyutuna çalışmayan öğrenci annelerinin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,83$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,73$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,91$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,73$)dür. Tek yönlü Anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin annelerinin çalıştığı sektör ile yaratıcılık faaliyeti arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,213, p>0,05).

Girişimcilik eğilimi boyutuna çalışmayan öğrenci annelerinin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,46$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,29$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,66$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,26$)'dir. Tek yönlü Anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin çalıştığı sektör ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlemlenmiştir (f:2,164, p>0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,79$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,65$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,85$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,54$)dür. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir (f:0,660, p>0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,98$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,59$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=4,18$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,81$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile risk alma eğilimi arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir (f:0,947, p>0,05).

Yenilik boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,67$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,66$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,14$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,75$)dir. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre

öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile yenilik boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir (f:1,141, p>0,05).

Kendine güven boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,59$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,50$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,67$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,46$)'dır. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile kendine güven boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir (f:0,145, p>0,05).

Kontrol odağı boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,69$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,45$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,04$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=2,53$)'dür. Tek yönlü Anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır (f:1,165, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutuna çalışmayan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,58$), kendine ait iş yerinde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,44$), özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,586$) ve özel sektörde çalışan öğrenci babalarının katılım düzeyi ($\bar{X}=3,13$)dür. Tek yönlü anova analizinin sonucuna göre öğrencilerin babalarının çalıştığı sektör ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır (f:1,483, p>0,05).

Tablo 3.22: İş Kurma İsteği İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	İş Kurma İsteği	Ortalama(\bar{X})	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	İstemiyorum	3,446	,746	5,963	,000
	Az İstiyorum	3,773	,287		
	Kararsızım	3,694	,629		
	İstiyorum	3,849	,516		
	Çok İstiyorum	3,972	,567		
Girişimcilik Eğilimi	İstemiyorum	3,303	,420	3,351	,011
	Az İstiyorum	3,559	,164		
	Kararsızım	3,354	,436		
	İstiyorum	3,449	,327		
	Çok İstiyorum	3,533	,416		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	İstemiyorum	3,489	,614	4,591	,001
	Az İstiyorum	3,781	,403		
	Kararsızım	3,647	,597		
	İstiyorum	3,769	,541		
	Çok İstiyorum	3,928	,590		
Risk Alma Eğilimi	İstemiyorum	3,839	,930	1,752	,139
	Az İstiyorum	4,188	,291		
	Kararsızım	3,777	,839		
	İstiyorum	3,950	,717		
	Çok İstiyorum	4,089	,816		
Yenilik	İstemiyorum	2,694	,836	,402	,807
	Az İstiyorum	2,625	,518		
	Kararsızım	2,622	,821		
	İstiyorum	2,767	,787		
	Çok İstiyorum	2,644	,891		
Kendine Güven	İstemiyorum	3,194	,754	4,945	,001
	Az İstiyorum	3,542	,502		
	Kararsızım	3,518	,712		
	İstiyorum	3,497	,717		
	Çok İstiyorum	3,802	,823		
Kontrol Odağı	İstemiyorum	2,768	,693	,194	,941
	Az İstiyorum	2,825	,609		

	Kararsızım	2,715	,690		
	İstiyorum	2,674	,706		
	Çok İstiyorum	2,668	,853		
Başarı İhtiyacı	İstemiyorum	3,573	,699	1,310	,266
	Az İstiyorum	4,125	,500		
	Kararsızım	3,457	,921		
	İstiyorum	3,606	,656		
	Çok İstiyorum	3,564	,852		

Tablo 3.22'den elde edilen sonuçlardan hareketle yaratıcılık faaliyeti boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,45$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,77$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,70$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,85$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,98$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile yaratıcılık faaliyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (f:5,963, p<0,05).

Girişimcilik eğilimi boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,30$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,56$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,35$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,45$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,53$) dür. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (f:3,351, p<0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,49$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,78$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,65$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,77$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{x}=3,93$) dür. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır (f:1,752, p<0,05).

Risk alma eğilimi boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,84$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,19$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,78$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,95$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,09$) dur. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini

kurma istekleri ile risk alma eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,402, $p>0,05$).

Yenilik boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,69$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,63$), kararsız olanların katılma düzeyi ($x=2,62$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,77$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,64$) dır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile yenilik boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır (f:0,402, $p>0,05$).

Kendine güven boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,19$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,754$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,52$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,50$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($x=3,80$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile kendine güven boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucu tespit edilmiştir (f:14,945, $p<0,05$).

Kontrol odağı boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,77$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,83$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=2,72$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,67$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,67$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,194, $p>0,05$).

Başarı ihtiyacı boyutuna iş kurmayı istemeyen öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,57$), az isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,13$), kararsız olanların katılma düzeyi ($\bar{X}=3,46$), isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,60$) ve çok isteyenlerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,56$) dir. Tek yönlü varyans analizi sonucunda öğrencilerin ilerde kendi işlerini kurma istekleri ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir (f:1,310, $p>0,05$).

Tablo 3.22’de farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların kaynaklarının tespit edilmesi için Post-Hoc testlerinden Tukey testi yapılmış ve sonuçları aşağıda Tablo 3.23’deki gibi yorumlanmıştır.

Tablo 3.23: Tablo 3.22’den Elde Edilen Post-Hoc Testi Bulguları

Boyutlar	(I) İş Kurma İsteği	(J) İş Kurma İsteği	Ortalamalar Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Yaratıcılık	İstemiyorum	Az İstiyorum	-0,32787	0,228	0,605
		Kararsızım	-0,24858	0,133	0,338
		İstiyorum	-,40349*	0,118	0,006
		Çok İstiyorum	-,52689*	0,116	0,000
	Az İstiyorum	İstemiyorum	0,32787	0,228	0,605
		Kararsızım	0,07929	0,220	0,996
		İstiyorum	-0,07562	0,211	0,996
		Çok İstiyorum	-0,19902	0,210	0,879
	Kararsızım	İstemiyorum	0,24858	0,133	0,338
		Az İstiyorum	-0,07929	0,220	0,996
		İstiyorum	-0,15491	0,101	0,540
		Çok İstiyorum	-,27831*	0,099	0,043
	İstiyorum	İstemiyorum	,40349*	0,118	0,006
		Az İstiyorum	0,07562	0,211	0,996
		Kararsızım	0,15491	0,101	0,540
		Çok İstiyorum	-0,1234	0,077	0,498
	Çok İstiyorum	İstemiyorum	,52689*	0,116	0,000
		Az İstiyorum	0,19902	0,210	0,879
		Kararsızım	,27831*	0,099	0,043
		İstiyorum	0,1234	0,077	0,498
Girişimcilik Eğilimi	İstemiyorum	Az İstiyorum	-0,25517	0,153	0,459
		Kararsızım	-0,0503	0,090	0,980
		İstiyorum	-0,14587	0,079	0,349
		Çok İstiyorum	-,22994*	0,078	0,029
	Az İstiyorum	İstemiyorum	0,25517	0,153	0,459
		Kararsızım	0,20487	0,148	0,638
		İstiyorum	0,1093	0,142	0,939
		Çok İstiyorum	0,02523	0,141	1,000
	Kararsızım	İstemiyorum	0,0503	0,090	0,98
		Az İstiyorum	-0,20487	0,148	0,638
		İstiyorum	-0,09557	0,068	0,622
		Çok İstiyorum	-0,17965	0,067	0,058
	İstiyorum	İstemiyorum	0,14587	0,079	0,349
		Az İstiyorum	-0,1093	0,142	0,939
		Kararsızım	0,09557	0,068	0,622
		Çok İstiyorum	-0,08408	0,052	0,484

	Çok İstiyorum	İstemiyorum	,22994*	0,078	0,029
		Az İstiyorum	-0,02523	0,141	1,000
		Kararsızım	0,17965	0,067	0,058
		İstiyorum	0,08408	0,052	0,484
Belirsizliğe Karşı Tolerans	İstemiyorum	Az İstiyorum	-0,292	0,227	0,702
		Kararsızım	-0,15792	0,133	0,757
		İstiyorum	-0,27962	0,117	0,122
		Çok İstiyorum	-,43872*	0,116	0,002
	Az İstiyorum	İstemiyorum	0,292	0,227	0,702
		Kararsızım	0,13409	0,219	0,973
		İstiyorum	0,01238	0,210	1,000
		Çok İstiyorum	-0,14672	0,210	0,956
	Kararsızım	İstemiyorum	0,15792	0,133	0,757
		Az İstiyorum	-0,13409	0,219	0,973
		İstiyorum	-0,1217	0,101	0,745
		Çok İstiyorum	-,28080*	0,099	0,039
	İstiyorum	İstemiyorum	0,27962	0,117	0,122
		Az İstiyorum	-0,01238	0,210	1,000
		Kararsızım	0,1217	0,101	0,745
		Çok İstiyorum	-0,1591	0,077	0,235
	Çok İstiyorum	İstemiyorum	,43872*	0,116	0,002
		Az İstiyorum	0,14672	0,210	0,956
		Kararsızım	,28080*	0,099	0,039
		İstiyorum	0,1591	0,077	0,235
Kendine Güven	İstemiyorum	Az İstiyorum	-0,34812	0,301	0,775
		Kararsızım	-0,32418	0,175	0,348
		İstiyorum	-0,30331	0,155	0,289
		Çok İstiyorum	-,60871*	0,153	0,001
	Az İstiyorum	İstemiyorum	0,34812	0,301	0,775
		Kararsızım	0,02394	0,290	1,000
		İstiyorum	0,04481	0,278	1,000
		Çok İstiyorum	-0,26059	0,277	0,881
	Kararsızım	İstemiyorum	0,32418	0,175	0,348
		Az İstiyorum	-0,02394	0,290	1,000
		İstiyorum	0,02088	0,133	1,000
		Çok İstiyorum	-0,28453	0,131	0,192
	İstiyorum	İstemiyorum	0,30331	0,155	0,289
		Az İstiyorum	-0,04481	0,278	1,000
		Kararsızım	-0,02088	0,133	1,000

		Çok İstiyorum	-,30540*	0,101	0,024
	Çok İstiyorum	İstemiyorum	,60871*	0,153	0,001
		Az İstiyorum	0,26059	0,277	0,881
		Kararsızım	0,28453	0,131	0,192
		İstiyorum	,30540*	0,101	0,024

Post-Hoc testi sonucuna göre farklılık olan alt boyutlardan yaratıcılık, girişimcilik eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven boyutlarındaki hangi değişkenden farklılık kaynaklandığı bulunmuştur. Bu farklılığın kaynakları Tukey testine göre %5 önem seviyesinde istemiyorum, kararsızım, istiyorum ve çok istiyorum ifadelerinden kaynaklandığı görülmektedir.



Tablo 3.24: Fon Kaynağından Yararlanma İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	Fon Kaynağından Yararlanma	Ortalama (X̄)	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	3,83	,66	1,019	,384
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	3,97	,49		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	3,79	,61		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	3,80	,46		
Girişimcilik Eğilimi	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	3,47	,43	,956	,414
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	3,54	,33		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	3,43	,40		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	3,42	,33		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	3,80	,62	3,007	,031
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	3,99	,52		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	3,75	,60		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	3,64	,46		
Risk Alma Eğilimi	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	4,04	,85	,458	,712
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	3,97	,86		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	3,91	,77		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	3,98	,67		
Yenilik	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	2,62	,85	1,045	,373
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	2,56	,94		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	2,74	,79		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	2,81	,77		
Kendine Güven	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	3,54	,84	,270	,847
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	3,66	,73		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	3,60	,78		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	3,61	,69		
Kontrol Odağı	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	2,71	,79	,393	,758
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	2,58	,83		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	2,72	,73		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	2,69	,70		
Başarı İhtiyacı	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	3,62	,73	3,032	,030
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	3,84	,66		
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	3,44	,83		
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	3,60	,82		

Tablo 3.24'den elde edilen sonuçlardan hareketle yaratıcılık faaliyeti boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,83$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,97$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,79$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=3,80$)'dir. Tek yönlü anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile yaratıcılık eğilimleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:1,019, p>0,05).

Girişimcilik eğilimi boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,47$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,54$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,43$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=3,42$)'dir. Tek yönlü Anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:0,956, p>0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,80$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,99$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,75$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=3,64$) dür. Tek yönlü anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu gözlemlenmiştir (f:3,007, p<0,05).

Riske girme eğilimi boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=4,04$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,97$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,91$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=3,98$) dir.Tek yönlü anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile riske girme

eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır (f:0,458, p>0,05).

Yenilik boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=2,62$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=2,56$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=2,74$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=2,85$) dir. Tek yönlü anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile yenilik boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır (f:1,045, p>0,05).

Kendine güven boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,54$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,66$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,60$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=3,61$)'dir. Tek yönlü anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile kendine güven boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,270, p>0,05).

Kontrol odağı boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=2,71$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($x=2,58$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=2,72$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=2,69$)'dir. Tek yönlü anova sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir (f:0,393, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutunda ilerde iş kurmaya karar verirken kişisel birikimlerimi kullanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,62$), aile ve akrabalarım başvururum diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,84$), ticari kredilerden yararlanırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ($\bar{X}=3,44$) ve bir veya birkaç ortakla çalışırım diyen öğrencilerin katılım düzeyi ise ($\bar{X}=3,60$)'dür. Tek yönlü anova

sonucuna göre öğrencilerin fon kaynağından yararlanma ifadesi ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (f:3,032, $p<0,05$).

Tek yönlü anova analizi sonucunda alt boyutlardan belirsizliğe karşı tolerans ve başarı ihtiyacı boyutlarında farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların hangi ifadeden kaynaklandığının tespit edilmesi için Tukey testi yapılmış ve bulgular Tablo 3.25’de gösterilerek yorumlanmıştır.



Tablo 3.25:Tablo 3.24’den Elde Edilen Post-Hoc Testi Bulguları

Boyutlar	(I) Fon Kaynağından Yararlanma	(J) Fon Kaynağından Yararlanma	Ortalamalar Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	-0,19116	0,106	0,276
		Ticari Kredilerden Yararlanırım	0,0543	0,078	0,899
		Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	0,16702	0,103	0,367
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	0,19116	0,106	0,276
		Ticari Kredilerden Yararlanırım	0,24546	0,104	0,089
		Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	,35818*	0,124	0,022
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	-0,0543	0,078	0,899
		Aile ve Akrabalarımın Başvururum	-0,24546	0,104	0,089
		Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	0,11272	0,101	0,680
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	-0,16702	0,103	0,367
		Aile ve Akrabalarımın Başvururum	-,35818*	0,124	0,022
		Ticari Kredilerden Yararlanırım	-0,11272	0,101	0,680
Başarı İhtiyacı	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	-0,21909	0,141	0,410
		Ticari Kredilerden Yararlanırım	0,18375	0,104	0,292
		Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	0,01693	0,137	0,999
	Aile ve Akrabalarımın Başvururum	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	0,21909	0,141	0,410
		Ticari Kredilerden Yararlanırım	,40285*	0,139	0,021
		Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	0,23602	0,165	0,482
	Ticari Kredilerden Yararlanırım	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	-0,18375	0,104	0,292
		Aile ve Akrabalarımın Başvururum	-,40285*	0,139	0,021
		Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	-0,16682	0,134	0,602
	Bir veya Birkaç Ortakla Çalışırım	Kişisel Birikimlerimi Kullanırım	-0,01693	0,137	0,999
		Aile ve Akrabalarımın Başvururum	-0,23602	0,165	0,482
		Ticari Kredilerden Yararlanırım	0,16682	0,134	0,602

Tukey testi sonucuna göre belirsizliğe karşı tolerans boyutunda farklılığın kaynakları %5 önem seviyesinde aile ve akrabalarımın başvururum ifadesi ile bir veya birkaç ortakla çalışırım ifadesinden kaynaklandığı görülmüştür. Başarı ihtiyacı boyutunda

ise bu farklılığa neden olan ifadelerin aile ve akrabalarım başvururum ifadesi ile ticari kredilerden yararlanırım ifadesi oluşturmaktadır.

Tablo 3.26: İş Kurma Olasılığı İfadesine İlişkin Tek Yönlü Anova Bulguları

Boyutlar	İş Kurma Olasılığı	Ortalama (X)	Standart Sapma	F	P
Yaratıcılık	Hiç Yok	3,71	,64	4,484	,002
	%25	3,77	,63		
	%50	3,95	,43		
	%75	4,18	,51		
	%75'den Fazla	4,06	,56		
Girişimcilik Eğilimi	Hiç Yok	3,36	,41	5,532	,000
	%25	3,44	,40		
	%50	3,51	,30		
	%75	3,71	,30		
	%75'den Fazla	3,67	,42		
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Hiç Yok	3,63	,60	5,478	,000
	%25	3,77	,64		
	%50	3,87	,40		
	%75	4,12	,47		
	%75'den Fazla	4,11	,64		
Risk Alma Eğilimi	Hiç Yok	3,85	,84	1,995	,095
	%25	3,94	,83		
	%50	4,08	,70		
	%75	4,33	,57		
	%75'den Fazla	4,13	,73		
Yenilik	Hiç Yok	2,61	,74	,776	,541
	%25	2,81	,88		
	%50	2,67	,80		
	%75	2,72	,95		
	%75'den Fazla	2,64	1,06		
Kendine Güven	Hiç Yok	3,46	,78	3,432	,009
	%25	3,49	,82		
	%50	3,73	,63		
	%75	3,96	,62		
	%75'den Fazla	3,89	,96		
Kontrol Odağı	Hiç Yok	2,68	,70	1,108	,353
	%25	2,60	,71		
	%50	2,70	,76		

	%75	2,89	,73		
	%75'den Fazla	2,93	1,14		
Başarı İhtiyacı	Hiç Yok	3,56	,78	,199	,939
	%25	3,59	,85		
	%50	3,54	,72		
	%75	3,68	,75		
	%75'den Fazla	3,66	,76		

Tablo 3.26'dan hareketle elde edilen bulguların sonuçlarına göre yaratıcılık faaliyeti boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,71$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,77$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,95$), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,18$) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,06$) dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile yaratıcılık faaliyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılmıştır (f:4,484, p<0,05).

Girişimcilik eğilimi boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,36$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,44$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,51$), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,71$) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,67$) dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile yaratıcılık faaliyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılmıştır (f:5,532, p<0,05).

Belirsizliğe karşı tolerans boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,63$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,77$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,87$), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,12$) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi

($\bar{X}=4,11$) dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile belirsizliğe karşı tolerans boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılmıştır (f:5,478, $p<0,05$).

Risk alma eğilimi boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,85$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,94$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,08$), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,33$) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=4,13$) dir. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile risk alma eğilimi boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:1,995, $p>0,05$).

Yenilik boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,61$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,81$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,67$), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,72$) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=2,64$)'dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile yenilik boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:0,776, $p>0,05$).

Kendine güven boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,46$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,49$), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,73$), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=43,96$) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi ($\bar{X}=3,89$) dur. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun

olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile kendine güven boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (f:3,432, p<0,05).

Kontrol odağı boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =2,68), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =2,60), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =2,70), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =2,89) ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =2,93)'dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile kontrol odağı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:1,108, p>0,05).

Başarı ihtiyacı boyutunda mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı hiç olmayan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =3,56), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %25 olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =3,59), 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %50 olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =3,54), mezun olduktan sonra 1 yıl içinde iş kurma olasılığı %75 olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =3,65 ve son olarak 1 yıl içinde iş kurma olasılığı 575'den fazla olan öğrencilerin katılma düzeyi (\bar{X} =3,66) dür. Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucundan hareketle öğrencilerin mezun olduktan sonraki 1 yıl içinde iş kurma olasılıkları ile başarı ihtiyacı boyutu arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (f:0,199, p>0,05).

Tek yönlü anova analizi sonucunda yaratıcılık, girişimcilik eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven boyutları ile iş kurma olasılığı arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Bu farklılığın kaynağının hangi ifadeden kaynaklandığı Post-Hoc testlerinden Tukey testi ile analiz edilmiş ve Tablo 3.27'de Tukey testi bulguları gösterilerek yorumlanmıştır.

Tablo 3.27: Tablo 3.26'dan Elde Edilen Post-Hoc Testi Bulguları

Boyutlar	(I) İş Kurma Olasılığı	(J) İş Kurma Olasılığı	Ortalamalar Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Yaratıcılık	Hiç Yok	%25	-0,06809	0,082	0,922
		%50	-,24413*	0,088	0,046

		%75	-,47365*	0,160	0,027
		%75'den Fazla	-0,35698	0,136	0,067
	%25	Hiç Yok	0,06809	0,082	0,922
		%50	-0,17604	0,092	0,311
		%75	-0,40556	0,162	0,093
		%75'den Fazla	-0,28889	0,138	0,227
	%50	Hiç Yok	,24413*	0,088	0,046
		%25	0,17604	0,092	0,311
		%75	-0,22951	0,165	0,633
		%75'den Fazla	-0,11285	0,142	0,931
	%75	Hiç Yok	,47365*	0,160	0,027
		%25	0,40556	0,162	0,093
		%50	0,22951	0,165	0,633
		%75'den Fazla	0,11667	0,195	0,975
	%75'den Fazla	Hiç Yok	0,35698	0,136	0,067
		%25	0,28889	0,138	0,227
%50		0,11285	0,142	0,931	
%75		-0,11667	0,195	0,975	
Girişimcilik Eğilimi	Hiç Yok	%25	-0,08204	0,054	0,554
		%50	-0,1494	0,058	0,076
		%75	-,35079*	0,105	0,008
		%75'den Fazla	-,31007*	0,089	0,005
	%25	Hiç Yok	0,08204	0,054	0,554
		%50	-0,06736	0,060	0,798
		%75	-0,26875	0,107	0,088
		%75'den Fazla	-0,22803	0,091	0,091
	%50	Hiç Yok	0,1494	0,058	0,076
		%25	0,06736	0,060	0,798
		%75	-0,20139	0,108	0,342
		%75'den Fazla	-0,16067	0,093	0,419
	%75	Hiç Yok	,35079*	0,105	0,008
		%25	0,26875	0,107	0,088
		%50	0,20139	0,108	0,342
		%75'den Fazla	0,04072	0,128	0,998
%75'den Fazla	Hiç Yok	,31007*	0,089	0,005	
	%25	0,22803	0,091	0,091	
	%50	0,16067	0,093	0,419	
	%75	-0,04072	0,128	0,998	
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Hiç Yok	%25	-0,13453	0,081	0,459
		%50	-0,23477	0,086	0,053
		%75	-,48453*	0,157	0,019

	%25	%75'den Fazla	-,48150*	0,133	0,003
		Hiç Yok	0,13453	0,081	0,459
		%50	-0,10023	0,090	0,801
		%75	-0,35	0,159	0,183
	%50	%75'den Fazla	-0,34697	0,136	0,081
		Hiç Yok	0,23477	0,086	0,053
		%25	0,10023	0,090	0,801
		%75	-0,24977	0,162	0,536
	%75	%75'den Fazla	-0,24674	0,139	0,39
		Hiç Yok	,48453*	0,157	0,019
		%25	0,35	0,159	0,183
		%50	0,24977	0,162	0,536
	%75'den Fazla	%75'den Fazla	0,00303	0,191	1,000
		Hiç Yok	,48150*	0,133	0,003
		%25	0,34697	0,136	0,081
		%50	0,24674	0,139	0,39
Kendine Güven	Hiç Yok	%75	-0,00303	0,191	1,000
		%25	-0,03013	0,109	0,999
		%50	-0,26439	0,116	0,153
		%75'den Fazla	-0,43148	0,179	0,114
	%25	Hiç Yok	0,03013	0,109	0,999
		%50	-0,23426	0,121	0,301
		%75	-0,46296	0,213	0,194
		%75'den Fazla	-0,40135	0,182	0,181
	%50	Hiç Yok	0,26439	0,116	0,153
		%25	0,23426	0,121	0,301
		%75	-0,2287	0,217	0,83
		%75'den Fazla	-0,16709	0,186	0,898
	%75	Hiç Yok	0,49309	0,211	0,135
		%25	0,46296	0,213	0,194
		%50	0,2287	0,217	0,83
		%75'den Fazla	0,06162	0,256	0,999
%75'den Fazla	Hiç Yok	0,43148	0,179	0,114	
	%25	0,40135	0,182	0,181	
	%50	0,16709	0,186	0,898	
	%75	-0,06162	0,256	0,999	

Tablo 3.27'de Tukey testi sonucuna göre yaratıcılık boyutundaki farklılığın kaynağının hiç yok, %50 ve % 75 ifadeleri arasındaki farklılıktan kaynaklandığı

tespit edilmiştir. Diğer boyutlarda ise farklılığın kaynağının %5 önem seviyesinde hiç yok, %75 ve %75'den fazla ifadesinden kaynaklandığı sonucuna varılmıştır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Üretim faktörlerini bir araya getirerek bunları insanların hizmetine sunan girişimciler, bu olgu ile bir yandan tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılarken, diğer yandan ülke ekonomilerinin gelişmesine ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamasına olanak sağlamaktadır. Kıt olan kaynaklardan katma değeri yüksek ürün ve hizmetler ortaya koymak, dünün bugünden bugünün ise yarından farklı olduğu günümüz küresel pazarlarında çok da kolay olmamaktadır. Rekabetin oldukça şiddetli ve acımasız olduğu bir ortamda kaynakları bulmak, bunları verimli ve etkin bir şekilde üretime yönlendirmek ve en üst düzeyde bir sonuç elde etmek belli beceri ve yeteneklere sahip olmak ile mümkün olmaktadır. Bu beceri ve yetenekler sayesinde kurulmuş olan gerek küçük gerekse modern şirketler değişen ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknolojik gelişmelere paralel olarak değişim gösteren tüketici isteklerini karşılamak adına yenilikçilik ve yaratıcılık vasıflarını kullanarak farklı davranış ve düşünceler ortaya koymak zorunda kalmaktadırlar. Girişimciler sahip oldukları diğer yetenek ve becerilerinin yanında yaratıcılık özelliklerini de kattıklarında bu zor süreci çok daha rahat bir şekilde aşabilmektedirler.

Ancak belirtilen bu hususların başarılı bir şekilde gerçekleşmesi bilinçli bir girişimcilik süreci ile birlikte bu alanda istekli ve arzulu olan, yani belli bir girişimcilik eğilimine sahip olmakla mümkün olacaktır. Girişimcilik eğilimi bireyin gelişmesine yönelik ve çoğu kez yine bireyin davranışları ile ilgili olan bu durumdur. Bireyin aldığı eğitim türü ya da eğitim durumu, birlikte yaşadığı ailenin özellikleri, yaşadığı toplumdaki sosyo- kültürel özellikler ve yine kişinin sahip olduğu kişisel özellikler vb. gibi birçok faktör bu sürece etki etmektedir.

Bu düşünceden hareketle ele alınan bu çalışmada Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören İktisat, İşletme, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi ve Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümlerinde eğitim gören Türk ve Yabancı uyruklu öğrencilerin yaratıcılıklarının girişimcilik eğilimleriyle ilişkisini ortaya koymaktır. Ayrıca bunların düzeylerini belirlemek, girişimcilik eğilimlerine etki eden faktörlerin neler olduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır.

Bu bölümlerde eğitim gören öğrencilerden elde edilen verilerle yapılan analizler sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

1. Araştırmaya katılan erkek ve kız sayılarının birbirine yakın olduğu ve katılanların büyük bir çoğunluğu %94,2 ile Türkiye vatandaşı oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların okudukları bölümler itibariyle ankete katılım düzeylerinin birbirine çok yakın oldukları gözlemlenmektedir. Bu durum hedeflenen kitleye mümkün olduğunca ulaşıldığını ve sonuçların daha güvenilir olduğunu göstermektedir. Ankete katılanların önemli bir kısmının 21-25 yaş grubu aralığında oldukları sonucu bulunmuştur. Ankete katılım gösteren öğrencilerin kardeşler arasındaki yaş sıraları bakımından %28,7 oranla en büyük olduğu gözlemlenirken, 4.sıra ve sonrası olanlar %9,4 düzeyinde en düşük orana sahiptir. Katılımcıların büyük bir kısmı köyde ikamet ederken, kasabada ikamet edenler ile en düşük kesimi oluşturmaktadırlar. Öğrencilerin anne ve babalarının çalışma durumlarına bakıldığında babalarının %37,7'sinin, annelerinin ise %91,3'ünün herhangi bir yerde çalışmadıkları tespit edilmiştir. Bu sonuçtan hareketle öğrencilerin özellikle annelerinin büyük oranda çalışmadıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların %38,1'i ileride kendi işlerini kurmada çok istekli olduklarını, işyerini kurarken ticari kredilerden yararlanmak isteyenlerin oranlarının yüksek olduğu (%38,1), görülmüştür. Ankete katılan öğrencilerin %35,8'i önümüzdeki bir yıl içinde iş kurma olasılıklarının hiç olmadığını belirtirken, %55,8'i ise iş kurma olasılıklarının olduğunu belirtmişlerdir.

2. Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ve yaratıcılık faaliyetlerine ilişkin bulgulardan hareketle, yaratıcılık boyutunun ortalaması ve girişimcilik eğiliminin ortalaması yüksek düzeydedir. Girişimcilik eğiliminin alt boyutlarını oluşturan belirsizliğe karşı toleransı boyutu, risk alma eğilimi, kendine güven ve başarı ihtiyacı boyutunun yüksek düzeyde ortalamaya sahip; yenilik boyutunun ve kontrol odağı boyutunun ortalaması orta düzeydedir. Boyutlar içerisinde 3,97 ortalamayla risk alma eğilimi en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Girişimciliğin bir parçası olan ve çoğu bireyin almaktan korktuğu risk alma eğiliminin bu araştırmada yüksek çıkması, gelecekte potansiyel girişimci olma özelliği gösteren Kafkas üniversitesi öğrencileri için olumlu bir durum olarak değerlendirilebilir.

3. Değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için yapılan korelasyon analizi bulguları sonucunda, yaratıcılık ile girişimcilik eğilimi arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu Üniversite öğrencilerinin yaratıcılık durumlarının girişimcilik eğilimiyle anlamlı bir ilişkisi vardır şeklinde ifade edilen **H₁ hipotezini** desteklemektedir. Girişimcilik eğilimini arttırmak için öğrencilerin yaratıcılık becerilerini arttıracak ortamın oluşturulmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Yaratıcılık ile girişimcilik eğilimi alt boyutları arasında da düşük ve orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Bu bulgudan hareketle öğrencilerinin yaratıcılık durumlarının girişimcilik eğilimi alt boyutlarıyla anlamlı bir ilişkisi vardır şeklinde kurulan **H₂ hipotezi** kabul edilmiştir.

4. Regresyon analizine ilişkin bulgularından hareketle, yaratıcılık faaliyeti ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir etki söz konusudur. Bu sonuç yaratıcılık durumunun girişimcilik eğilimini etkilediği, yaratıcılık düzeyinde meydana gelen artışın girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

5. İkili değişkenler arasındaki farklılıkları ortaya koymak için yapılan t testi sonuçları şu şekildedir: Cinsiyet değişkenine ilişkin t testi bulgularından girişimcilik eğilimi ve girişimcilik eğilimi alt boyutlarından olan “Belirsizliğe Karşı Tolerans” alt boyutunda farklılıkların olduğu görülmüştür. Buna göre girişimcilik eğilimi ve belirsizliğe karşı toleransa erkeklerin katılma düzeyleri kadınlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Böyle bir bulgu toplumumuzun sahip olduğu kültürden kaynaklı olabilir çünkü evi geçindirmek ve bir gelir elde etmek toplumumuzda erkeklerin işi olarak görülmektedir. Buna karşın kadınlar daha çok çocuklara bakmak, ev içerisindeki işleri yapmakla sorumludur. Bunlara paralel olarak toplumumuzda erkek bireylerin girişimcilik oranları kadınlardan bir hayli fazladır. Belirsizliğe karşı tolerans konusu içinde yine kadınların orta düzede risk aldıkları, daha az bilginin olduğu durumlarda riske girmeye istekli olmadıkları sıkça rastlanan durumlardır. Dolayısıyla araştırmada ortaya çıkan böyle bir bulgunun toplumumuzun durumuyla örtüştüğü söylenebilir.

İş kurma fikrine ait t testi bulgularında da farklılıkların olduğu görülmüştür. Farklılıklar yaratıcılıkta ve yine belirsizliğe karşı tolerans boyutunda ortaya çıkmıştır. Buna göre iş fikri olan bireylerin olmayanlara göre yaratıcılık ve belirsizliğe karşı gösterecekleri tolerans daha yüksektir. Böyle bir bulgu beklenen bir durumdur. Çünkü iş kurma fikri olan bireylerin daha iyiye ulaşma, başarılı olma istekleri neticesinde yaratıcılıklarının artacağı, yeni fikirler ortaya koyacakları ve sürekli değişen ve belirsizliğin olduğu koşullarda olumlu davranış gösterecekleri söylenebilir. Öğrencilerin uyruklarına ilişkin t testi bulgularında bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir.

6. Öğrencilerin yaş aralıklarına, aile içerisindeki yaş sıralamalarına, aile ile birlikte yaşanan yer durumuna, öğrencilerin anne ve babalarının çalışma durumlarına yönelik herhangi bir farklılığın olup olmadığına yönelik yapılan tek yönlü Anova testlerinde, analize konu olan unsurlar arasında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Bu sonuçlar girişimcilik ve yaratıcılık unsurlarının Türkiye’de olduğu gibi diğer ülkelerde de çok önemli bir yere sahip olduğunu ve ülkelerin gelişme ve sürdürülebilir rekabet sürecinde lokomotif değerlere sahip olan unsurlar olarak kabul edilmesinden kaynaklanabileceğini ortaya koymaktadır. Yaş aralıkları ve yaş sıralaması yönünden konu analiz edildiğinde farklılığın çıkmaması, girişimcilik ve yaratıcılık eylemlerinin doğuştan gelen bazı özellikleri bünyesinde barındırmasından kaynaklanmaktadır. Girişimcilik risk üstlenebilme ve cesaret gerektiren bir olgu olma ile birlikte aynı zamanda sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için yenilik ve yaratıcılık becerisinin de sahip olmayı gerektirmektedir. Bu nedenle girişimcilik süreci çok küçük yaşlarda ortaya çıkabileceği gibi sonraki dönemlerde de karşılaşılabilecek bir durumdur.

Buna karşılık bölüm farklılığını ortaya koymak için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda girişimcilik eğiliminin alt boyutlarından olan kontrol odağında farklılığın olduğu görülmüştür. Farklılığın kaynağını belirlemek için yapılan Tukey Testi sonucuna göre bu farklılık, işletme ve iktisat, işletme ve siyaset bilimi - kamu yönetimi bölümleri arasında ortaya çıkmıştır. Tukey Testi sonucuna göre işletme bölümü öğrencilerinin kontrol odağına katılma düzeyleri iktisat bölümü ile siyaset

bilimi ve kamu yönetimi bölümlerindeki öğrencilere göre daha yüksektir. İşletme bölümü öğrencileri doğrudan kendi işini kurup bir girişimcilik faaliyetinde bulunacak öğrencilerin tercih ettiği ve mezun oldukları bir bölümdür. Yine bu bölümde girişimciliğe ilişkin dersler daha yoğun bir şekilde okutulmaktadır. Dolayısıyla bu düşüncede olup bu düşüncesini eğitimle destekleyen bireyler herhangi bir olayın sonucunu kendi yeteneklerine bağlamaları doğaldır. Eğitimin istenen davranış değişiklikleri üzerindeki etkisi göz önünde tutulduğunda böyle bir sonucun beklenen bir sonuç olduğu ifade edilebilir.

İş kurma isteğine ilişkin yapılan analiz sonucunda “yaratıcılık”, “girişimcilik eğilimi”, “belirsizliğe karşı tolerans”, “kendine güven”, boyutlarında farklılıkların olduğu görülmüştür. Yapılan Tukey Testi sonucuna göre, yaratıcılık boyutunda ortaya çıkan farklılığın kaynağının istiyorum-istemiyorum ve çok istiyorum-istemiyorum arasında olduğu görülmüştür. Buna göre iş kurmak niyetinde olanların istiyorum ve çok istiyorum seçeneklerine katılma düzeyi istemiyorum seçeneğine katılanlardan daha fazladır.

Belirsizliğe karşı tolerans boyutundaki farklılık ise “çok istiyorum-istemiyorum ve çok istiyorum-kararsızım diyenler arasında ortaya çıkmıştır. İş kurmayı çok istiyorum diyenlerin katılma düzeyi istemiyorum ve kararsızım diyenlere göre daha yüksektir.

Kendine güven alt boyutunda ise çok istiyorum-istiyorum ile çok istiyorum-istemiyorum arasında ortaya çıkmıştır. Çok istiyorum şikkına katılanların düzeyi istemeyenlere ve istiyorum diyenlere göre daha fazladır.

İş kurmak isteyenlerin yaratıcılıklarının, girişimcilik eğilimlerinin iş kurma niyetinde olmayanlara göre daha fazla olması doğal bir sonuç olarak görülebilir çünkü risk alabilen, belirsizliğe karşı tolerans gösteren, aykırı özelliklere sahip olan bireyler ile bu özelliklere sahip olmayanların farkı bir girişimcilik faaliyetinde bulunabilme/bulunamama şeklinde kendini gösterecektir. Bireyler sahip oldukları girişimcilik özellikleri sayesinde girişimcilik sürecini başlatabilmektedirler. Dolayısıyla iş kurmak isteğinde olan, enerjisini, bilgisini, tecrübesini üretim faktörlerine yatırarak kar elde etmek isteyen ama zarar riskini de göze alan bireylerin

sahip oldukları özelliklerin düzeyinin bu özelliklere sahip olmayan bireylere göre yüksek olması böyle bir sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülebilir.

Fon kaynağından yararlanma ifadesine ilişkin yapılan analiz sonucunda belirsizliğe karşı tolerans ve başarı ihtiyacı boyutlarında farklılığın olduğu görülmüştür. Yapılan Tukey Testi sonucuna göre, belirsizliğe karşı tolerans boyutundaki farklılığın kaynağının Aile ve akrabalarıma başvururum ile bir veya birkaç ortakla çalışırım arasında olduğu görülmüştür. Başarı ihtiyacı boyutundaki farklılığın kaynağı ise aile ve akrabalarıma başvurum ile ticari kredilerden yararlanırım arasında olduğu görülmüştür. Bir işletme kurmak için gerekli olan sermayeyi temin etmede farklı alternatifler vardır. Bu sermaye kaynaklarının her birinin avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Aile ve akrabalarından elde edilen sermayenin geri ödemedeki zaman esnekliği ve faiz durumunun olmaması dolayısıyla böyle bir sonucu ortaya çıkardığı düşünülmektedir.

Mezun olduktan sonra bir yıl içerisinde iş kurma olasılığını ölçmek için yapılan Anova testine göre yaratıcılık, girişimcilik eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven boyutları arasında anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Farklılığın kaynağını belirlemek adına yapılan Tukey testinde iş kurma olasılığı hiç olmayan ile %50 oranında iş kurma olasılığına sahip olanlar ve hiç olmayan ile %75 oranında iş kurma olasılığı olan öğrenciler arasında görülmektedir. Girişimcilik eğilimi boyutunda iş kurma olasılığı hiç olmayanlar ile %75 oranında iş kurma olasılığına sahip olanlar ve hiç olmayan ile %75'den fazla olan öğrenciler arasında, yine belirsizliğe karşı boyutunda iş kurma olasılığı hiç olmayan ile %75 oranında iş kurma olasılığına sahip olanlar ve hiç olmayan ile %75'den fazla olan öğrenciler arasında olduğu görülmektedir. İş kurma olasılığı yüksek olanların diğerlerine göre ya da iş kurma olasılığı olmayanlara göre ifade edilen boyutların daha yüksek olduğu görülmüştür. İş kurma isteği yüksek olan bireylerin kendilerini girişimcilik faaliyeti için gerekli olan bazı becerilerini geliştirmeye çalıştıklarını ifade etmek mümkündür.

T testi ve tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre demografik değişkenlerle ilgili geliştirilen “Demografik değişkenler açısından yaratıcılık, girişimcilik eğilimi ve girişimcilik eğilimi alt boyutları arasında farklılıklar vardır” **H₃ hipotezinin** kısmen kabul edildiği söylenebilir.

Bu araştırma, Kars'ta faaliyet gösteren bir kamu üniversitesinin bir biriminde okuyan öğrenciler arasında yapılmıştır. Dolayısıyla bu durum araştırma sonucunu etkileyen önemli bir kıstas olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha genelleştirilebilir sonuçlar elde etmek için bu araştırmanın vakıf üniversitelerinde ve ayrıca farklı illerdeki kamu üniversitelerinde daha geniş bir yelpazede ve farklı değişkenler kullanılarak tekrarlanması hem kamu ve özel üniversite öğrencileri arasındaki farklılığı ölçmeye hem de bölgesel farklılıkların anlaşılması açısından fayda sağlayacaktır. Araştırmacılara bununla birlikte yaratıcılığın bir sonraki adımı olan ve günümüzdeki girişimcilik ile eşdeğer hale gelen yenilik hususunun da gelecekte yapılacak araştırmalara dâhil edilmesi, yapılacak çalışmalarını daha anlamlı hale getirebilir.



KAYNAKÇA

- Akpınar S. (2009). **Girişimciliğin Temel Bilgileri**, Kocaeli, Umuttepe Yayınları.
- Aksüzek S. (2008). *İşletmelerde Rekabet Avantajı Olarak Yaratıcı Düşünce Yaratılmasının Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Amabile T. (1998). “How to Kill Creativity”, *Harvard Business Review*, September–October Issue, [Erişim: 01.07. 2017, <https://hbr.org/1998/09/how-to-kill-creativity>]
- Arslan K. (2002). “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, (6): 1-11.
- Arslantaş C. C. (2001) “Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilikçilik”, *Yönetim Dergisi*, 12 (38): 17-23.
- Avşar, M. (2007). *Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Aytaç Ö. (2006) “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15): 139 – 160.
- Bayraktar S. (2011). “Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi”, *Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1): 245 – 264.
- Bayram G. N. (2014). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Berglund H. (2006). “Creativity Among Entrepreneurship Students: Comparing Engineering and Business Education”, *International Journal of Continuing Engineering Education and Lifelong Learning*, 16(5): 366-379.

- Bozkurt Ö. ve Erdurur K. (2013), “Girişimci Kişili Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2): 57 – 78.
- Carland J. W. ve Carland J. C. (1997). “A Model of Potential Entrepreneurship: Profiles and Educational Implications”, *Journal of Small Business Strategy*,8(1): 1-13.
- Chen J. K. ve Chen I. S. (2012). “Creative-Oriented Personality, Creativity Improvement, and Innovation Level Enhancement”, *Quality and Quantity*, (26): 1625 – 1645. **Aktaran:** Kanbur E. (2015). *Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performansları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü*. Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Tokat.
- Çarıkçı, İ. H., ve Koyuncu, O. (2010). “Bireyci - Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3): 1-18.
- Duran C. ve Saraçoğlu M. (2009). “Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci”, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi*,16(1): 57- 71.
- Eraslan H., Bulu M., Bakan İ. (2008), Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Turizm Sektöründe Uygulamalar, **SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, Cilt: 5, No: 3, ss: 15-50, **(Aktaran):** Erdem B., Gökdeniz A. ve Met Ö. (2011). “Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya’da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği”, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,26, 2: 77 – 112.
- European Commission (1995). Green Paper on Innovation, http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_en.pdf (Erişim Tarihi: 16.06.2017).

- Fafaliou I. (2012), "Students' Propensity to Entrepreneurship: An Exploratory Study From Greece", *International Journal of Innovation and Regional Development*, 4(3/4): 293 – 313.
- Feng Hsiang-Yung (2013), "A Case Study on Creativity, Innovation and Entrepreneurship Education of the University in Taiwan", (içinde) **Active Citizenship by Management and Innovation: Proceeding of the Management, Knowledge and Learning International Conference, 19-21 June, Zadar, Croatia. ss: 679-684.**
- Fillis I. ve Rentschler R. (2010), "The Role of Creativity in Entrepreneurship", *Journal of Enterprising Culture*, 18(1): 49 – 81.
- Frederick H., O'Connor A. ve Kuratko D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practise*, 4. Edition, Australia, Cengage Learning Australia Pty Limited, [Erişim: 17.01.2017, <https://cengage.com.au/product/title/entrepreneurship-theory-processpractice/isbn/9780170352550>].
- Gök A. (2006), Oslo Kılavuzu Işığında Yenilik, TÜBİTAK Bilim, Teknoloji ve Yenilikçilik Politikaları Daire Başkanlığı," https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_Presentation.pdf, (Erişim Tarihi: 21.05.2017).
- Güreşçi E. (2014). "Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1): 23 – 38.
- Hamidi D. Y., Wennberg K. ve Berglund H. (2008). "Creativity in Entrepreneurship Education", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2): 304 – 320.
- İrmiş A. ve Barutçu E. (2012). "Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2): 1 – 25.
- İşcan Ö. F. (2002). *Küresel İşletmecilikte Dönüştürücü Liderlik Anlayışı – Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Uygulama*, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.

- İşcan Ö. F. ve Kaygın E. (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2): 443 – 462.
- Jack S. ve Anderson A. (1999). “Entrepreneurship Education Within the Enterprise Culture: Producing Reflective Practitioners”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*,5(3): 110 – 125. [Erişim: 28.07.2017].
[https://www.researchgate.net/publication/243463844EntrepreneurshipEducation Within the Enterprise Culture Producing Reflective Practitioners](https://www.researchgate.net/publication/243463844EntrepreneurshipEducation%20Within%20the%20Enterprise%20Culture%20Producing%20Reflective%20Practitioners).
- Jones C., English J. (2004). “A Contemporary Approach to Entrepreneurship”, *Education + Training*, 46(8/9): 416 – 423.
- Kalaycı, Ş. (Ed). (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (5. Baskı), Ankara, Asil Yayıncılık.
- Kanbur E. (2015). *Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performansları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü*, Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Tokat.
- Karagöz Y. (2016), *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*, Ankara, Nobel Yayıncılık,
- Kaygın E. ve Karadal H. (2013). *Kadın Girişimciliği*, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Ko S. ve Butler J. E. (2007). “Creativity: A Key Link to Entrepreneurial Behavior”, *Business Horizons*. (50) 365 – 372.
- Koh H. C. (1996), “Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics, A Study of Hong Kong MBA Students”, *Journal of Managerial Psychology*, 11(3): 12 – 25.
- Köksal, Y ve Penez, S. (2015). “Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme”.

Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), 155 – 167.

Kuratko D. F. (2004). “Entrepreneurship Education In The 21. Century: From Legitimization to Leadership”, **A Coleman Foundation White Paper USASBE National Conference**, January 16.

<https://pdfs.semanticscholar.org/d89d/3a2a96b5c645ab42b0e28f6d73be7f961fe6.pdf> (Erişim Tarihi: 02.07.2017).

Küçükaltan, D. (2009). “Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1): 21 – 27.

Lee S. Y., Florida R. ve Acs Z. (2004). “Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation”, *Regional Studies*, 38(8): 879 – 891.

Levitt T. (1986). *The Marketing Imagination*, New York, USA, The Free Press.
Aktaran: Özdemir Özge Gökbulut (2012) “Ekonomik Gelişme ve Girişimcilik: İnovatif Girişimciliğin Yeni Değer Yaratımına Rolü”, e-Journal of New World Sciences Academy, 7(1). Erişim: 19.09.2017, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/187082>

Lowe R. ve Marriott S. (2006), *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation: Concepts, Contexts and Commercialization*, Butterworth – Heinemann.

Lupşa Tataru D. A. (2014). “Entrepreneurship and Creativity. A Comparative Study”, *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences*, 7, (56-2): 139 – 144.

Muzaffar H., Özdemir Ö. G. ve Ceyhan S. (2015). “Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Careers perceptions: Evidence From an Emerging Economy”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (46): 96 – 116.

Naktiyok A. (2004). *İç Girişimcilik*, İstanbul, Beta Yayınevi.

OECD ve Eurostat (2005), *Oslo Kılavuzu, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler*, OECD-EuroStat Yayınları, 3. Baskı, (Çeviri: TUBİTAK), Birinci Basım, Şubat 2006, (Aktaran) Turanlı Rona ve Sarıdoğan Ercan (2010).

Okpara F. O. (2007). “The Value of Creativity and Innovation in Entrepreneurship”, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2) <http://www.asiaentrepreneurshipjournal.com/AJESIII2Okpara.pdf> (19.05.2017).

Özdemir Ö. G. (2012). “Ekonomik Gelişme ve Girişimcilik: İnovatif Girişimciliğin Yeni Değer Yaratımında Rolü”, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1). Erişim: 20.12.2016, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/187082>, Makale No: 3C0086.

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

Ramssoedh V. (2013). *Determinants and Propensity of Entrepreneurship in Developing Countries*, Rotterdam University, Erasmus School of Economics, Master Thesis, Erasmus, Hollanda. Erişim: 20.07.2017. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1Wks0eIyyTcJ:https://thesis.eur.nl/pub/14169/MA-Thesis-Vikash-amsoedh.docx+&cd=7&hl=tr&ct=clnk&gl=tr>.

Salik N. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği*, Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kars.

Samen S. (2008) “İşletmelerde Yaratıcılığın Önemi”, *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2): 363 – 378.

- Schmidt J., Soper J. C. ve Facca T. M. (2012). "Creativity in the Entrepreneurship Classroom", *Journal of Entrepreneurship Education*, (15): 123 – 131.
- Tağraf H. ve Halis M. (2008). "Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin 'Girişimsel Öz Yetkinlik' Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*,3(2): 91 – 111.
- Tarı R. (2002), *Ekonometri*, İstanbul, Alfa Yayınları.
- Tiryaki A. (2005). "Theories Entrepreneurship: A Critical Overview", *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13).
- Turanlı R. ve Sarıdoğan E. (2010), *Bilim Teknoloji İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum*, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2010-13.
- Tutar F., Kocabay M. ve Halil K. A. (2007). "Firmaların Yenilik Yaratma Sürecinde Serbest Bölgelerin Rolü: Kayseri Serbest Bölgesi Örneği", *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, (Özel Sayı)*, 195 – 203.
- Ulucan S. (2015). *Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. Ve Lise 4. Sınıf Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Uygun, M., Mete, S ve Güner E. (2012). "Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler". *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*,4(2): 145 – 156.
- Ülgen H. ve Kadri S. M. (2004), *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, İstanbul, Literatür Yayıncılık.
- World Economic Forum (2013). *Global Competitiveness Report 2012-2013*, Erişim: 15.07.2017, http://www3.weforum.org/docs/WEF_Globalcompetitiveness_Report_2012-13.pdf

World Economic Forum (2017), *Global Competitiveness Report 2017-2018*, Erişim:
07.11.2017, [http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/
TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf).



EKLER

Ek 1: Anket Formu

Sevgili öğrenciler,

Bilindiği gibi, almakta olduğunuz eğitimin bir amacı da, iş dünyasına, temel bir üretim faktörü olan girişimciler yetiştirmektir. Bu bağlamda, Fakültemiz öğrencilerinin girişimcilik güçlerinin bilinmesi, eğitim sürecinin değerlendirilmesi ve geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma Fakültemiz öğrencilerinin girişimciliğe yatkınlık derecesini ve yaratıcılık düzeylerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Ankete vereceğiniz samimi cevaplarınız da bu amaca hizmet edecektir. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Funda TOKUCU

Doç. Dr. Alpaslan YÜCE

1. Cinsiyetiniz

Bayan () Erkek ()

2. Uyruğunuz (Vatandaşlığınız):

Türkiye () Rusya () Özbekistan () Kazakistan () Diğer.....

3. Bölümünüz:

İşletme () İktisat () Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi ()

Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü ()

4. Yaşınız

21 den küçük () 21- 25 arası() 26-30 arası() 31-40 arası()

5. Kardeşler arasında sizin yaş sıranız:

Yaşça en büyük () 2. Sıra () 3. Sıra () 4.Sıra ve sonrası () Yaşça en küçük()

6. Ailenizle birlikte yaşadığınız yer

Köy() Kasaba() İlçe() İl() Büyükşehir ()

7. Babanız hangi sektörlerde çalışıyor?

Çalışmıyor() Kendine ait işyerinde çalışıyor() Kamu sektöründe çalışıyor() Özel sektörde çalışıyor ()

8. Anneniz hangi sektörlerde çalışıyor

Çalışmıyor() Kendine ait işyerinde çalışıyor () Kamu sektöründe çalışıyor () Özel sektörde çalışıyor ()

9. İleride kendi işinizi kurmayı istiyor musunuz?

İstemiyorum() Az istiyorum () Kararsızım () İstiyorum () Çok istiyorum()

10.İleride kendi işinizi kurmaya karar vererseniz öncelikle hangi fon kaynağından yararlanmayı düşünürsünüz.

Kişisel birikimlerimi kullanırım() Aile ve akrabalarımın başvururum()
Ticari kredilerden yararlanırım() Bir veya birkaç ortakla çalışırım()

11. Mezun olduktan sonra bir yıl içinde bir iş kurma olasılığınız nedir?

Hiç Yok() %25() %50() %75() 75'ten fazla ()

12. Kimseyle paylaşmadığınız kendinize ait bir iş fikriniz var mı?

Evet() Hayır()



ÖNEM DÜZEYİ	İFADE				
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Yeni yaşantı ve deneyimleri merak ederek, çeşitli konularla yakından ilgilenirim.	①	②	③	④	⑤
2. Risk almayı ve beklenmeyen sonuçlarla karşılaşmayı işimin bir parçası sayarım	①	②	③	④	⑤
3. Bireysel inisiyatif olarak, cesur davranırım	①	②	③	④	⑤
4. Olay ve olgular arasındaki farklı ilişki noktalarını görür ve değerlendiririm	①	②	③	④	⑤
5. Yeni düşünceleri özümseyebilmek için esnek davranmaya çalışırım.	①	②	③	④	⑤
6. Rekabet ederek, potansiyel fırsatları somut yararlaraya dönüştürmeye çalışırım	①	②	③	④	⑤
7. Yeni şeyler denemeyi/uygulamayı önemseyerek, girişimci davranırım.	①	②	③	④	⑤
8. Her seferinde yeni bilgi ve becerileri kullanmaya çalışırım	①	②	③	④	⑤
9. Sürekli öğrenerek kendimi geliştirmenin yollarını ararım.	①	②	③	④	⑤
10. Yeni hedeflere ulaşmak için mevcut sınırların ötesine geçmeye çalışırım.	①	②	③	④	⑤
11. Yapılandırılmamış, farklı iş süreçlerini kullanırım	①	②	③	④	⑤
12. Yeni yöntemlerin işe koşulması için değişime açık bir tutum takınırım	①	②	③	④	⑤
13. Beklenenin üstünde ve ötesinde performans göstermeye çalışırım.	①	②	③	④	⑤
14. Çok yönlü hareket ve dinamizm içinde olmaya gayret ederim.	①	②	③	④	⑤
15. Sorunlara farklı çözümler geliştirmek için rutin davranış kalıplarını terk ederim.	①	②	③	④	⑤

16. Sıradanlığı aşarak özgün düşünceler üretmeye ve buluşlar yapmaya çalışırım.

① ② ③ ④ ⑤

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.İnsanların Şanssızlıkları Yaptıkları Hatalardan Kaynaklanır	①	②	③	④	⑤
2.Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar	①	②	③	④	⑤
3.İşin sürekli ve güvenli olması benim için kardan daha önemlidir	①	②	③	④	⑤
4.Benim için iş güvenliği önemlidir	①	②	③	④	⑤
5. Başkasını gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum	①	②	③	④	⑤
6. İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınırım	①	②	③	④	⑤
7.İnsanların mutsuz durumları kötü şanslarından kaynaklanır	①	②	③	④	⑤
8.Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretlide olsa o işi yapmaktan hoşlanmam	①	②	③	④	⑤
9.Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm	①	②	③	④	⑤
10.Bana göre iyi iş neyin nasıl yapılacağını açık talimatlarla ifade edildiği iş demektir	①	②	③	④	⑤
11.Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim	①	②	③	④	⑤
12.Diğer insanlar çevrede olağan dışı bir şeyler görmediği halde ben işle ilgili fırsatları algılayabilirim	①	②	③	④	⑤
13.Kendi çabalarımın ürünü değilse olayların sonuçları beni memnun etmez	①	②	③	④	⑤
14.Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum	①	②	③	④	⑤
15.Yeterince kar elde ediyorsam işle ilgili belirsiz koşullarda çalışmaktan rahatsız olmam	①	②	③	④	⑤
16.Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım	①	②	③	④	⑤

17.Çözumsuz korkularım ve zayıflıklarım var	①	②	③	④	⑤
18.Zekam ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim	①	②	③	④	⑤
19.Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum	①	②	③	④	⑤
20.Ücreti iyi olduğu sürece rutin ve sıkıcı işlerde çalışmaktan kaçınmam	①	②	③	④	⑤
21.Hisselerinin kar getirebileceğini hesaplayabildiğim bir ortaklığa paramı yatırmaktan çekinmem	①	②	③	④	⑤
22.Hassasiyetle takip etmeye çalıştığım bir iş programım var	①	②	③	④	⑤
23.Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebileceğimden şüpheliyim	①	②	③	④	⑤
24.Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım	①	②	③	④	⑤
25.Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim	①	②	③	④	⑤
26.Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım	①	②	③	④	⑤

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
27.Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim	①	②	③	④	⑤
28.Amirlerimin birbiri ile çakışan iş talimatları vermesi beni rahatsız eder	①	②	③	④	⑤
29.Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunmakta zorlanırım	①	②	③	④	⑤
30.Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirleri üretmekte zorlanırım	①	②	③	④	⑤
31.Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim	①	②	③	④	⑤
32.İnsanları işe alırken beceri esasına göre değil bağlılıklarına göre alırım	①	②	③	④	⑤
33.Hakkında bir şey bilmediğim görevi üzerime almaktan çekinirim	①	②	③	④	⑤
34.Yetenekli, hırslı ve çalışkan olsam da param olmadığı sürece bir iş kuramam	①	②	③	④	⑤
35.Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim	①	②	③	④	⑤
36.Başarının kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğuna inanırım	①	②	③	④	⑤

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı Funda TOKUCU
Doğum Yeri Kağızman – Kars
Doğum Tarihi 23.03.1977

LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite Dumlupınar Üniversitesi
Fakülte İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bölüm İşletme

YABANCI DİL BİLGİSİ

İngilizce YÖK-DİL
2017 Bahar 55

KATILDIĞI KURLAR

Kurslar İŞ-KUR ve Kafkas Üniversitesi tarafından düzenlenen girişimcilik sertifika kursu

İLETİŞİM

Adres Kafkas Üniversitesi Lojmanları II. Etap Lojmanlar J Blok No:4
Kars – Merkez