

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI

**İHRACAT FİRMALARININ SAHİPLERİ VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİNİN
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK, RİSK ALMA, KONTROL ODAĞI VE GİRİŞİMCİLİK
YÖNELİMİ KARAKTERİSTİKLERİ İLE FİRMALARININ İHRACAT BAŞARISI
ARASINDAKİ İLİŞKİ VE GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

HABİBE ÖKSÜZ AYDOĞAN

İstanbul, 2019

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI

**İHRACAT FİRMALARININ SAHİPLERİ VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİNİN
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK, RİSK ALMA, KONTROL ODAĞI VE GİRİŞİMCİLİK
YÖNELİMİ KARAKTERİSTİKLERİ İLE FİRMALARININ İHRACAT BAŞARISI
ARASINDAKİ İLİŞKİ VE GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

HABİBE ÖKSÜZ AYDOĞAN

Danışman: DOÇ. DR. MALİK VOLKAN TÜRKER

İstanbul, 2019



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

İŞLETME Anabilim Dalı ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK Bilim Dalı TEZİ
YÜKSEK LİSANS öğrencisi HABİBE ÖKSÜZ'ün İHRACAT FİRMALARININ
SAHİPLERİ VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİNİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK, RİSK
ALMA, KONTROL ODAĞI VE GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ KARAKTERİSTİKLERİ İLE
FİRMALARININ İHRACAT BAŞARISI ARASINDAKİ İLİŞKİ VE GÖRGÜL BİR
ARAŞTIRMA adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 27.06.2019 tarih ve 2019-
19/15 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / ~~çokluğu~~ ile Yüksek Lisans Tezi
olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 18.07.2019

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

1.	Tez Danışmanı	Doç. Dr. M. VOLKAN TÜRKER
2.	Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi İSMAIL ÖZDEMİR
3.	Jüri Üyesi	Doç. Dr. SEÇİL BAL TAŞTAN

ÖNSÖZ

Bu çalışma; firmaların ihracat başarısı ile firma sahipleri veya üst düzey yöneticilerin sergilemiş oldukları bireysel yenilikçilik, kontrol odağı, girişimcilik yönelimleri ve risk alma karakteristikleri arasında bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymaya yöneliktir.

Günümüzde, iş dünyasında aylar içerisinde firmalar kurulup 10 yıllar içinde küresel ölçekte, herkesin tanıdığı bir yapıda, firma haline gelebilmektedir. Bu değişime sebep olan en önemli etken bireysel yenilikçilik (inovasyon) olarak görülmektedir. Geleneksel yapıdan yeni nesil yapıları geçiş aşamasında olan Türk hizmet sektörü üzerinde bireysel yenilikçilik, kontrol odağı, girişimcilik yönelimleri ve risk alma gibi kavramlara yoğunlaşarak firmaların ihracat başarılarında etkisini ortaya koymak faydalı bir çalışma olarak görülmektedir.

Yapılan anket çalışması ile söz konusu boyutlar ile ihracat başarısı arasındaki ilişki analiz edilmiş ve patronlar, yöneticiler arasında genel olarak nasıl bir yönetim tarzı bulunduğu sergilenmiştir.

Bu çalışma süresince benden desteğini esirgemeyen danışmanım çok değerli hocam Doç. Dr. Malik Volkan Türker'e ve her zaman yanımda olan canım aileme çok teşekkür ederim.

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : HABİBE ÖKSÜZ AYDOĞAN
Anabilim Dalı : İşletme
Bilim Dalı : Uluslararası İşletmecilik
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Malik Volkan TÜRKER
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Temmuz, 2019
Anahtar Kelimeler : Bireysel Yenilikçilik, Risk Alma, Kontrol Odağı, Girişimcilik Yönelimi, İhracat

ÖZET

İHRACAT FİRMALARININ SAHİPLERİ VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİNİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK, RİSK ALMA, KONTROL ODAĞI VE GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ KARAKTERİSTİKLERİ İLE FİRMALARININ İHRACAT BAŞARISI ARASINDAKİ İLİŞKİ VE GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın amacı “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracat” firmalarında yer alan firma sahipleri veya üst düzey yöneticilerin sergilemiş oldukları bireysel yenilikçilik, kontrol odağı, girişimcilik yönelimleri ve risk alma gibi karakteristik özelliklerinin firmanın ihracat başarıları arasında bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymaya yöneliktir.

Bu kapsamda değerlendirilen firma sahip veya yöneticilerinin; bireysel yenilikçilik, kontrol odağı, girişimcilik yönelimi ve risk alma gibi karakteristik özelliklerinin değerlendirilmesi amacıyla toplamda 127 maddeden oluşan anket 117 ihracat firması sahipleri veya üst düzey yöneticilerine uygulanmıştır. Ankette 20 maddeden oluşan “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği”, 47 maddeden oluşan “Kontrol Odağı Ölçeği”, 30 maddeden oluşan “Girişimcilik Yönelimi Ölçeği” ve 30 maddeden oluşan “Risk Alma Ölçeği” bulunmaktadır. Ayrıca bireylere ilişkin demografik bilgilerden oluşan iki adet soru yer almaktadır.

Bireysel yenilikçilik, kontrol odağı, girişimcilik yönelimi ve risk alma değişkenleri ile firmaların ihracat başarıları arasındaki korelasyona bakmak için Türkiye İhracatçılar Meclisi’nden alınan Hizmet İhracatı rakamları kullanılmıştır.

Bu alışma sonucunda elde edilen veriler bireysel yenilikçilik, kontrol odağı, girişimcilik yönelimi ve risk alma boyutlarının firmaların ihracat başarısı üzerinde anlamlı bir ilişki olmadığı grlmştr. Ancak, bu ana boyutların alt boyutlarının Türkiye’de ihracata öncülük eden firmalara göre birbirleriyle kuvvetli ilişkilere sahip olduğu grlmştr.



GENERAL INFORMATION

Name and Surname : HABİBE ÖKSÜZ AYDOĞAN
Field : Business Administration
Programme : International Business
Supervisor : Assoc. Prof. Malik Volkan TÜRKER (PhD)
Degree Awarded and Date : Master – July, 2019
Keywords : Individual Innovation, Risk Taking, Locus of Control, Entrepreneur, Export

ABSTRACT

THE RELATION BETWEEN INDIVIDUAL INNOVATIVENESS, RISK TAKING, LOCUS OF CONTROL AND ENTREPRENEURIAL INTENTION CHARACTERISTICS OF FIRMOWNERS AND TOP LEVEL MANAGERS OF EXPORT COMPANIES WITH THEIR FIRMS' EXPORT PERFORMANCE AND AN EMPIRICAL RESEARCH

Purpose of the study is to find out if there is any relationship between individual innovativeness, risk taking, locus of control and entrepreneurial intention and firm's export success, which is related with firm owner or ranked managers' personnel behavior. We consider only the firms, which are given by Turkish Exporters Assembly with the title of 'Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracat Firması' in 2017.

In this context, evaluation of firm owners and ranked managers; between individual innovativeness, risk taking, locus of control and entrepreneurial intention characteristics, we prepare a questionnaire which contain 127 questions, then we interviewed owners and ranked managers from 117 firms with respect to the questionnaire we have prepared. This questionnaire contains 20 questions for individual innovativeness, 30 question for risk taking, 47 question for locus of control and 30 question for entrepreneurial intention. Addition to these questions we also have some demographic questions in our questionnaire, too.

To evaluate the export success, we use the financial data provided by Turkish Exporters Assembly in 2017. Using this data, we are able to assess the relationship between individual innovativeness, risk taking, locus of control and entrepreneurial intention dimensions and export success of firms.

In the result of study, we decline all our hypothesis and came to a conclusion, which there is no significant relation between a firms' export success and individual innovativeness, risk taking, locus of control and entrepreneurial intention dimensions. However, we realized that there are strong relationships in between sub-dimensions for Turkish service exporters.



İÇİNDEKİLER

Sayfa No

TABLO LİSTESİ	xiii
ŞEKİL LİSTESİ	xv
KISALTMALAR.....	xviii
GİRİŞ.....	1
1. BİRİNCİ BÖLÜM	2
1.1. Araştırmanın Metodolojisi Ve Kuramsal Çerçeve	2
1.1.1. Araştırma Sorusu.....	2
1.1.2. Araştırmanın Önemi	4
1.1.3. Amaç, Kapsam ve Kısıtlar	5
1.1.3.1 Amaç ve Kapsam.....	5
1.1.3.2 Kısıtlar	5
1.1.4. Kuramsal Çerçeve ve Hipotezler.....	6
1.1.4.1 Kuramsal Çerçeve.....	6
1.1.4.2 Araştırmanın Ana Hipotezleri	7
1.1.4.3 Araştırmanın Diğer Hipotezleri	7
2. İKİNCİ BÖLÜM.....	12
2.1. Bireysel Yenilikçilik ve Ölçümlenmesi.....	12
2.1.1. Yenilikçilik Kavramı.....	12
2.1.1.1. Yenilikçilik Tanımı ve Önemi	12
2.1.1.2. Yenilikçilikle İlgili Kavramlar.....	14
2.1.1.3. Yenilikçi Davranış Tanımı ve Önemi	21
2.1.1.4. Yenilikçi Davranış Boyutları	22
2.1.1.5. Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler	25
2.2. Bireysel Yenilikçilik Kavramı.....	27
2.2.1. Bireysel Yenilikçilik Tanımı	27
2.2.2. Bireysel Yenilikçilik Kategorileri	28

2.2.2.1.	Yenilikçiler	30
2.2.2.2.	Öncüler.....	31
2.2.2.3.	Sorgulayıcılar	31
2.2.2.4.	Kuşkucular	32
2.2.2.5.	Gelenekçiler	33
2.2.3.	Bireysel Yenilikçilik Modelleri.....	34
2.2.3.1.	Yeniliğin Yayılımı Kuramı	34
2.2.3.2.	Sebepli Davranış Kuramı	35
2.2.3.3.	Planlı Davranış Kuramı.....	35
2.2.3.4.	Teknoloji Kabul Modeli.....	36
2.3.	Bireysel Yenilikçilik Karakteristiğinin Ölçülmesi	37
3.	ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	38
3.1.	Risk Alma Ve Ölçümlemesi	38
3.1.1.	Risk Kavramı.....	38
3.1.1.1.	Risk Tanımı.....	38
3.1.1.1.1.	Girişimcilikte Risk Çeşitleri	40
3.1.1.1.2.	Risk Algısı	42
3.1.2.	Risk Kuramları	44
3.1.2.1.	Bilişsel Neden Kuramı	44
3.1.2.2.	Sosyal Öğrenme Sürecine Dayanan Kuram.....	45
3.1.2.3.	Sosyal Bağlanma ve Geleneksel Bağlanma Kuramı.....	45
3.1.2.4.	Bireysel Özelliklerin Etkilerine Dayanan Kuram	46
3.1.2.5.	Bütünleştirici Kuram.....	47
3.1.3.	Risk Alma.....	47
3.1.4.	Risk Alma Karakteristiğinin Ölçülmesi	49
4.	DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	50
4.1.	Kontrol Odağı Ve Ölçümlemesi	50
4.1.1.	Kontrol Odağı Kavramı.....	50
4.1.1.1.	Kontrol Odağı Tanımı.....	50
4.1.1.2.	Kontrol Odağına Göre İç Kontrol Yönelimli Bireylerde ve Dış Kontrol Yönelimli Bireylerde Görülen Özellikler.....	53

4.1.1.2.1. İç Kontrol Yönelimli Bireylerde Görülen Özellikler.....	54
4.1.1.2.2. Dış Kontrol Yönelimli Bireylerde Görülen Özellikler	55
4.1.2. Kontrol Odağı İle İlgili Kuramlar	56
4.1.2.1. Rotter Sosyal Öğrenme Kuramı.....	56
4.1.2.2. Yükleme Kuramı.....	58
4.1.2.3. Sosyal Öğrenme Kuramı.....	59
4.1.3. Kontrol Odağı Karakteristiğinin Ölçülmesi	60
5. BEŞİNCİ BÖLÜM.....	61
5.1. Girişimcilik Yönelimi ve Ölçümlenmesi.....	61
5.1.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramı.....	61
5.1.1.1. Girişimci Kavramı	61
5.1.1.1.1. Girişimci Tanımı.....	61
5.1.1.1.2. Girişimci ile İlgili Bazı Temel Ayırmalar	66
5.1.1.2. Girişimcilik Kavramı	70
5.1.1.2.1. Girişimciliğin Tanımı	70
5.1.1.2.2. Girişimcilik Türleri.....	73
5.1.1.3. Girişimci ve Girişimcilik Özellikleri	76
5.1.2. Girişimcilik Yönelimi	82
5.1.2.1. Girişimcilik Yönelimi Kavramı	82
5.1.2.2. Girişimcilik Yöneliminin Boyutları	84
5.1.3. Girişimcilik Yönelimi Karakteristiğinin Ölçülmesi	86
6. ALTINCI BÖLÜM	87
6.1. Firmaların İhracat Performansı Ve Ölçümlenmesi.....	87
6.1.1. İhracat Kavramı.....	87
6.1.1.1. İhracatın Tanımı ve Önemi	87
6.1.1.2. İhracatın Türleri	89
6.1.1.2.1. Serbest İhracat	89
6.1.1.2.2. Kayda Bağlı İhracat	89
6.1.1.2.3. Özelliği Olan İhracat.....	90
6.1.2. İhracat Performansı Kavramı	90
6.1.2.1. İhracat Performansı	90

6.1.2.2.	İhracat Performansını Etkileyen Faktörler	91
6.1.2.2.1.	İhracat Performansını Etkileyen İçsel Faktörler	91
6.1.2.2.2.	İhracat Performansını Etkileyen Dışsal Faktörler.....	95
6.1.2.3.	İhracat Performansının Ölçülmesi	97
7.	YEDİNCİ BÖLÜM	99
7.1.	Araştırma Yöntemi	99
7.1.1.	Araştırma Tasarımı.....	99
7.1.1.1.	Araştırma Sorusunun Niteliği	99
7.1.1.2.	Araştırma Modeli	99
7.1.1.3.	Analiz Birimi	101
7.1.1.4.	Ana kütle ve Örneklem Tasarımı	101
7.1.1.5.	Araştırmanın Zaman Aralığı	101
7.1.1.6.	Veri Toplama Metodu.....	101
7.1.1.7.	Araştırmada Kullanılan Ölçekler	102
7.1.1.7.1.	Bireysel Yenilikçilik Ölçeği	102
7.1.1.7.2.	Kontrol Odağı Ölçeği	103
7.1.1.7.3.	Girişimcilik Yönelimi Ölçeği	104
7.1.1.7.4.	Risk Alma Ölçeği	105
7.1.1.8.	İhracat Başarısı Ölçeği.....	106
7.1.1.9.	Ölçeklerin Güvenirliği	106
7.1.2.	VERİ ANALİZİ	109
7.1.2.1.	Veri Analizi ve Bulguların Yorumlanması	109
7.1.2.1.1.	Verilerin Analizi	109
7.1.2.1.2.	Bulguların Yorumlanması	133
8.	SONUÇ.....	145
	KAYNAKÇA	148
	EKLER.....	167
EK 1.	Anket Dokümanı	167
EK 2.	Ana Boyutlar Arası Korelasyon Sonuçları.....	173
EK 3.	Alt Boyutlar Arası Korelasyon Sonuçları	174

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 5.1 : Girişimci Kavramı Hakkındaki Görüşler.....	65
Tablo 5.2 : Girişimcilik Tanımları.....	72
Tablo 7.1 : Bireysel Yenilikçilik Ölçeğinin Boyutları.....	102
Tablo 7.2 : Kontrol Odağı Ölçeğinin Boyutları.....	103
Tablo 7.3 : Girişimcilik Yönelimi Ölçeğinin Boyutları.....	104
Tablo 7.4 : Risk Alma Ölçeğinin Boyutları.....	105
Tablo 7.5 : Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Boyutlarının Güvenirlik Sonucu.....	107
Tablo 7.6 : Kontrol Odağı Ölçeği Boyutlarının Güvenirlik Sonucu.....	107
Tablo 7.7 : Girişimcilik Yönelimi Ölçeğinin Boyutlarının Güvenirlik Sonucu.....	108
Tablo 7.8 : Risk Alma Ölçeğinin Boyutlarının Güvenirlik Sonucu.....	108
Tablo 7.9 : Kolmogorov-Smirnov Normal Dağılım Testi.....	109
Tablo 7.10 : İhracat Başarısı ile Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişki.....	134
Tablo 7.11 : İhracat Başarısı ile Değişime Direnç Alt Boyutu Arasındaki İlişki....	134
Tablo 7.12 : İhracat Başarısı ile Fikir Önderliği Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	135
Tablo 7.13 : İhracat Başarısı ile Deneyime Açıklık Alt Boyutu Arasındaki İlişki...	135
Tablo 7.14 : İhracat Başarısı ile Risk Alma Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	135

Tablo 7.15	: İhracat Başarısı ile Risk Alma Arasındaki İlişki.....	137
Tablo 7.16	: İhracat Başarısı ile Etik Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	137
Tablo 7.17	: İhracat Başarısı ile Mali Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	138
Tablo 7.18	: İhracat Başarısı ile Sosyal Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	138
Tablo 7.19	: İhracat Başarısı ile Rekreatif Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	138
Tablo 7.20	: İhracat Başarısı ile Sağlık Güvenlik Alt Boyutu Arasındaki İlişki....	138
Tablo 7.21	: İhracat Başarısı ile Kontrol Odağı Arasındaki İlişki.....	140
Tablo 7.22	: İhracat Başarısı ile Kişisel Kontrol Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	141
Tablo 7.23	: İhracat Başarısı ile Şansa Olan İnanç Alt Boyutu Arasındaki İlişki...	141
Tablo 7.24	: İhracat Başarısı ile Çabanın Anlamsızlığı Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	141
Tablo 7.25	: İhracat Başarısı ile Kadere İnanç Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	142
Tablo 7.26	: İhracat Başarısı ile Adaletsiz Dünya Alt Boyutu Arasındaki İlişki...	142
Tablo 7.27	: İhracat Başarısı ile Girişimcilik Yönelimi Arasındaki İlişki.....	143
Tablo 7.28	: İhracat Başarısı ile Kişisel Tutum Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	143
Tablo 7.29	: İhracat Başarısı ile Öznel Norm Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	144
Tablo 7.30	: İhracat Başarısı ile Algılanan Davranışsal Kontrol Alt Boyutu Arasındaki İlişki.....	144

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1.1 : Araştırmanın Modeli	7
Şekil 2.1 : Yenilikçilik Kategorileri.....	30
Şekil 7.1 : Araştırma Modeli	100
Şekil 7.2 : Değişime Direnç Boyutu Histogram Grafiği.....	110
Şekil 7.3 : Değişime Direnç Boyutu Q-Q Diyagramı.....	111
Şekil 7.4 : Fikir Önderliği Boyutu Histogram Grafiği.....	112
Şekil 7.5 : Fikir Önderliği Boyutu Q-Q Diyagramı.....	115
Şekil 7.6 : Deneyime Açıklık Boyutu Histogram Grafiği.....	113
Şekil 7.7 : Deneyime Açıklık Boyutu Q-Q Diyagramı.....	114
Şekil 7.8 : Risk Alma Boyutu Histogram Grafiği.....	114
Şekil 7.9 : Risk Alma Boyutu Q-Q Diyagramı.....	115
Şekil 7.10 : Kişisel Kontrol Boyutu Histogram Grafiği.....	116
Şekil 7.11 : Kişisel Kontrol Boyutu Q-Q Diyagramı.....	116
Şekil 7.12 : Şansa Olan İnanç Boyutu Histogram Grafiği.....	117
Şekil 7.13 : Şansa Olan İnanç Boyutu Q-Q Diyagramı.....	118
Şekil 7.14 : Çabanın Anlamsızlığı Boyutu Histogram Grafiği.....	119

Şekil 7.15	: Çabanın Anlamsızlığı Boyutu Q-Q Diyagramı.....	119
Şekil 7.16	: Kadere İnanç Boyutu Histogram Grafiği.....	120
Şekil 7.17	: Kadere İnanç Boyutu Q-Q Diyagramı.....	120
Şekil 7.18	: Adaletsiz Dünyaya İnanç Boyutu Histogram Grafiği.....	121
Şekil 7.19	: Adaletsiz Dünyaya İnanç Boyutu Q-Q Diyagramı.....	122
Şekil 7.20	: Kişisel Tutum Boyutu Histogram Grafiği.....	123
Şekil 7.21	: Kişisel Tutum Boyutu Q-Q Diyagramı.....	123
Şekil 7.22	: Öznel Norm Boyutu Histogram Grafiği.....	124
Şekil 7.23	: Öznel Norm Boyutu Q-Q Diyagramı.....	124
Şekil 7.24	: Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutu Histogram Grafiği.....	125
Şekil 7.25	: Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutu Q-Q Diyagramı.....	126
Şekil 7.26	: Etik Boyutu Histogram Grafiği.....	127
Şekil 7.27	: Etik Boyutu Q-Q Diyagramı.....	127
Şekil 7.28	: Mali Boyutu Histogram Grafiği.....	128
Şekil 7.29	: Mali Boyutu Q-Q Diyagramı.....	128
Şekil 7.30	: Sosyal Boyutu Histogram Grafiği.....	129
Şekil 7.31	: Sosyal Boyutu Q-Q Diyagramı.....	130
Şekil 7.32	: Rekrasyonel Boyutu Histogram Grafiği.....	131

Şekil 7.33 : Rekrasyonel Boyutu Q-Q Diyagramı.....	131
Şekil 7.34 : Sağlık/Güvenlik Boyutu Histogram Grafiği.....	132
Şekil 7.35 : Sağlık/Güvenlik Boyutu Q-Q Diyagramı.....	132



KISALTMALAR

ARGE	: Araştırma ve Geliştirme
DOSPERT	: Domain-Specific Risk-Attitude Scale
GB	: Gelir Beyannamesi
IS	: Yenilikçilik Ölçeği
İBGS	: İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
KOÖ	: Kontrol Odağı Ölçeği
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
RİDKOÖ	: İç-Dış Kontrol Odağı Ölçeği
SS	: Standart Sapma
TDK	: Türk Dil Kurumu
TKM	: Teknoloji Kabul Modeli
TİM	: Türkiye İhracatçılar Meclisi

GİRİŞ

Bu çalışma yedi ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırma sorusunun bulunması, araştırma sorusunun kapsamı ve kısıtları, araştırmanın modeli, araştırmanın ana hipotez ve alt hipotezleri yer almaktadır.

İkinci bölümde “ Bireysel Yenilikçilik” başlığı altında yenilik ve bireysel yenilikçilik kavramlarının tanımı, yenilikçi davranış ve yenilikçi davranış kavramlarını ve bireysel yenilikçilik kuramlarına yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, “Risk Alma” başlığı altında risk, risk alma kavramları ve risk alma davranışlarından bahsedilmiştir.

Dördüncü bölümde, “Kontrol Odağı” başlığı altında kontrol odağı kavramı, kontrol odağı kuramlarına yer verilmiştir.

Beşinci bölümde, “Girişimcilik Yönelim” başlığı altında girişimci, girişimcilik ve girişim yönelimi kavramlarında bahsedilmiştir.

Altıncı bölümde, “İhracat Performansı” başlığı altında ihracat kavramı, ihracat performansı ve ihracat performansını etkileyen faktörler yer almaktadır.

Yedinci bölümde ise, araştırma tasarımı ve araştırmada kullanılan ölçekler açıklanmıştır. Bu bilgilerin ardından çalışmada kullanılan ölçekler çerçevesinde hazırlanan anketlerden elde edilen verilere ve verilerin analizlerine yer verilmiş olup son olarak verilerden elde edilen bulguların yorumlanması ile bu çalışma tamamlanmıştır.

1. BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Araştırmanın Metodolojisi Ve Kuramsal Çerçeve

1.1.1. Araştırma Sorusu

Günümüzde şirketler ihracat ile mahallî pazara bağımlılığın eksilmesi, satışlarının çoğalması, iş alanlarının oluşması, istihdamın çoğalması, hayat standartlarının yükseltilmesi, daha ideal çalışma civarlarının oluşturulması ve yararlı işçi firmaların ortaya çıkmasına katkısından ötürü ihracata eğilim göstermektedirler. Uzun vadede şirketler için ihracat ekonomik kalkınmanın sağlanmasında ehemmiyetli bir role sahiptir.¹

İhracat performansı, bir firmanın, yeni yurtdışı pazarlara mahsul ihracatına ait mali ve stratejik emellerine ulaşma gayretine ihracat pazarlama taktiğinin uygulanması ve tasarlanması yoluyla emellerini gerçeğe indirgenmesi olarak belirlenmektedir. Satış yapmak, kar elde etmek ve gelişmek ekonomik emelleri; pazarda yer alma, pazarını genişletme, rekabet tepkisi, şirketi ve mahsulü dış pazarda fark ettirmek gibi emeller ise stratejik emelleridir.²

İhracat başarısı, şirketin ihracattaki zaferinin göstergesidir. İhracatta elde edilen başarı, firmaların devamlılığının sağlanması açısından ehemmiyetlidir. Ayrıca ihracat başarısının normalden fazla olması firma idarecilerinin evrenselleşen dünya çapında rekabetçi olabileceklerinin bir göstergesi olarak gösterilebilir.³ Evrenselleşen dünyada bilginin oluşması ve dağılması baş döndürücü süratte yaşanmaktadır. Bu gidişat şahısları ve müesseseleri zamanın koşullarına göre değişmelerine ve yenilenmelerine mecbur etmektedir. Bu da fertlerin yenilik yapma ve yenilikleri özümseme özelliklerini göz önüne çıkarmaktadır.⁴ İşletme idarecilerinin ve çalışanlarının yenilikçi tutum ve tehlike alma meyillerini geliştirmeleri gerekmektedir. Yenilikçilik kavramı, şirket sahibi olmayı ilgilendiren bir konu olarak

¹ Kayabaşı, A., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z. ve Oğuz, A. 'KOBİ'lerde İhracat Performansını Belirleyen Unsurların İncelenmesi: İnegöl'de Faaliyette Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması', **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Sayı: 28, 2010, ss.1- 12

² Çavuşgil, S. Tamer, and Shaoming Zou. "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures", **Journal of Marketing**. Vol.58, No.1, 1994, ss.1-21

³ Torlak, Ö., Özdemir, Ş. ve Kula, V. 'Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri', **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.9, No.1, 2007, ss.103-114

⁴ Yeğin, Hüseyin İbrahim. "İlahiyat fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri." **Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.17, No.4, 2017, ss.239-262

görülmesine karşın, yenilik bireyselliği de ehemmiyetli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.⁵

Global ölçekte gerçekleşen süratli ve aralıksız başkalaşımın örgütsel yapıları temelinden sarsmaktadır. Başkalaşımın oluşturduğu bilinmezlik ortamında, tehditleri ve fırsatları iyi bir şekilde değerlendirerek uygun aksiyonlar almak ehemmiyet kazanmaktadır. Örgütler için değişime adapte olabilmek, değişimi yönetmek ancak inovasyon ve risk alma ile mümkün olmaktadır.⁶ Örgütsel mecrada gerçekleşen hızlı yenilenmenin bir çıktısı olarak, şirketler rekabet avantajlarını elde tutabilmek amacıyla, sürekli olarak inovasyon yapabilecek şekilde organizasyonlarını kurgulamalıdır.⁷ Yeniliklere adapte olamayan ve adaptasyon için yeterli inovasyon geliştiremeyen şirketler uzun soluklu olamamaktadır.⁸ Bu nedenle girişimcilik vasıflarına haiz işçiler, bulundukları şirketlere ortalamanın üzerinde inovasyon sunabilmektedir.

Girişimcilik; inovasyon yaparak, yenilikçi beceriler sunarak veya bir başka deyişle, yeni; teknoloji, kaynak, mahsul, hizmet ve yurtdışı pazarlar bularak, kıymet oluşturmaktır.⁹ Bu özelliklerin hepsi beraber değerlendirildiğinden girişimci kişilerin sahip olması gereken özellikler şu şekilde sıralanmaktadır; inovasyon ve sürekli yenilenme, çeviklik, esneklik, risk alma potansiyeli, yaratıcı fikir üretme ve gelişime açık alanlara odaklı olma.¹⁰ Başarılı olarak nitelendirilebilecek girişimci şu özelliklere haiz olmalıdır; risk alma iştahına sahip, sorumlu, çevik ve yeniliklere açık, dönüşümcü yapıda bir kişilik, yeniliğe, yaratıcı düşünme becerisine sahip, ihtiraslı ve büyük olma tutkusunu, yüksek düzeyde çalışma arzusu, başarıya odaklanma, kontrol mekanizması gibi özellikler sayılabilir. Girişimci olarak başarılı olmaları bu nitelikleri sahip olmaları ile mümkündür.¹¹

⁵ Yılmaz, Ercan, and Ali Murat Sünbül. "Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi." **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.21, 2009, ss.195-203

⁶ Basım, H. Nejat, Haluk Korkmaz, and A. Osman Tokat. "Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma." **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Sayı.19, 2008, ss.121-130

⁷ Koçel, T. **İşletme Yöneticiliği**, 10. Baskı. İstanbul: Arıkan Basım Yayın ve Dağıtım, 2005

⁸ Drucker, P.F. **Sonuç İçin Yönetim**. Bülent Toksöz,(çev.). İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1998

⁹ Bird, Barbara Jean. **Entrepreneurial Behavior**. Scott Foresman & Company, 1989

¹⁰ Korkmaz, S. "Girişimcilik ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma". **Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.18, 2000, ss.163-169

¹¹ Oktay, A. **İşletme Bilimine Giriş**. Trabzon: Derya Kitabevi, 1996

Belirsizlik kaynaklı, veri veya bilgi eksikliğinden ötürü zamanında alınamayan kararlar, şirketlerin fırsatları değerlendirememesine ve rekabette üstünlük sağlama fırsatını kaybetmesine sebep olmaktadır. Özellikle yönetim kadrosu, fırsatları yakalayabilmek adına, gereklilik arz ettiğinde taşın altına elini koyarak plan değişiklikleri yapma, hatta yaşadıkları ekonomik buhranları da aşarak risk almak zorundadır. Yenilenmenin bir çıktısı olarak giderek belirsizleşen alanlarda, yönetimin sahip olduğu girişimcilik özellikleri ile örgüt fırsatları değerlendirebilmelidir.¹²

Yönetici düzeyinde ihracat performansında, yöneticinin sahip olduğu yenilikçilik, risk alma, girişimcilik yapma ve kontrol edebilme gibi kişisel özellikleri düşünüldüğün de; yöneticilerinin sergiledikleri karakteristikler ile firmanın ihracat başarısı arasındaki ilişki merak konusudur. Bu araştırmalar ışığında çalışmamızda araştırma sorusu olarak; Firmaların ihracat başarısı ile sahiplerinin ve üst düzey yöneticilerinin sergiledikleri bireysel yenilikçilik, risk alma, kontrol odağı ve girişimcilik yönelimi karakteristikleri arasındaki ilişki durumudur.

1.1.2. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma, firmaların ihracat başarısı ile firma sahiplerinin ve üst düzey yöneticilerinin sergiledikleri girişimcilik yönelimi, bireysel yenilikçilik, risk alma ve kontrol odağı gibi karakteristikler arasında belirgin bir bağlantı varlığı savıyla oluşturulmuştur. Buna ek olarak bahsedilen kapsamda değerlendirilen, sahip ve üst düzey yöneticiler arasında herhangi bir farkın bulunup bulunmadığı da ayrıca araştırma için önemli bir noktadır.

Bu çalışma söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklamanın yanında ihracat firmalarının yöneticilerinin karakteristiklerinin ihracat başarısıyla ne kadar ilişkili olduğunu açıklamaya çalışmaktadır.

¹² Hitt, M. A., Black, J.S. & Porter, L.W. **Management**. New Jersey: Pearson Prentice-Hall, 2005

1.1.3. Amaç, Kapsam ve Kısıtlar

1.1.3.1 Amaç ve Kapsam

Bu araştırmanın amacı, ihracat firmalarının sahipleri ve üst düzey yöneticilerinin sahip oldukları girişimcilik yönelimi, bireysel yenilikçilik, risk alma ve kontrol odağı gibi özellikler ile ihracat performansı arasında belirgin ilişki varlığı irdelemektir. Bahsedilen bu hedefe erişmek adına yürütülen saha araştırmasında ülkemizde faaliyet gösteren ihracat firmalarının sahipleri ve üst düzey yöneticilerinin karakteristik özelliklerinin firmanın ihracat başarısıyla ilişkisinin olup olmadığını ortaya koymaktadır. Bu amaçla yapılan bu çalışmada seçilen ana kütle ve örneklem dâhilinde veri toplamak için anket yöntemine başvurulmuştur.

Araştırma kapsamının Türkiye İhracatçılar Meclisine kayıtlı “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” olarak sınırlı tutulmasının sebebi ihracat firmalarının sahipleri ve üst düzey yöneticilerinin ihracat başarıları arasındaki ilişki hedef kitle olarak seçilmiştir. Firmalarının ihracat rakamlarına, çalışan sayılarına, faaliyet gösterdiği sektör ve bilgilerine ulaşılabilir olmasıdır.

Hedef alınan “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” içerisinde bulunan ihracat şirketleri için tek bir anket hazırlanmıştır.

1.1.3.2 Kısıtlar

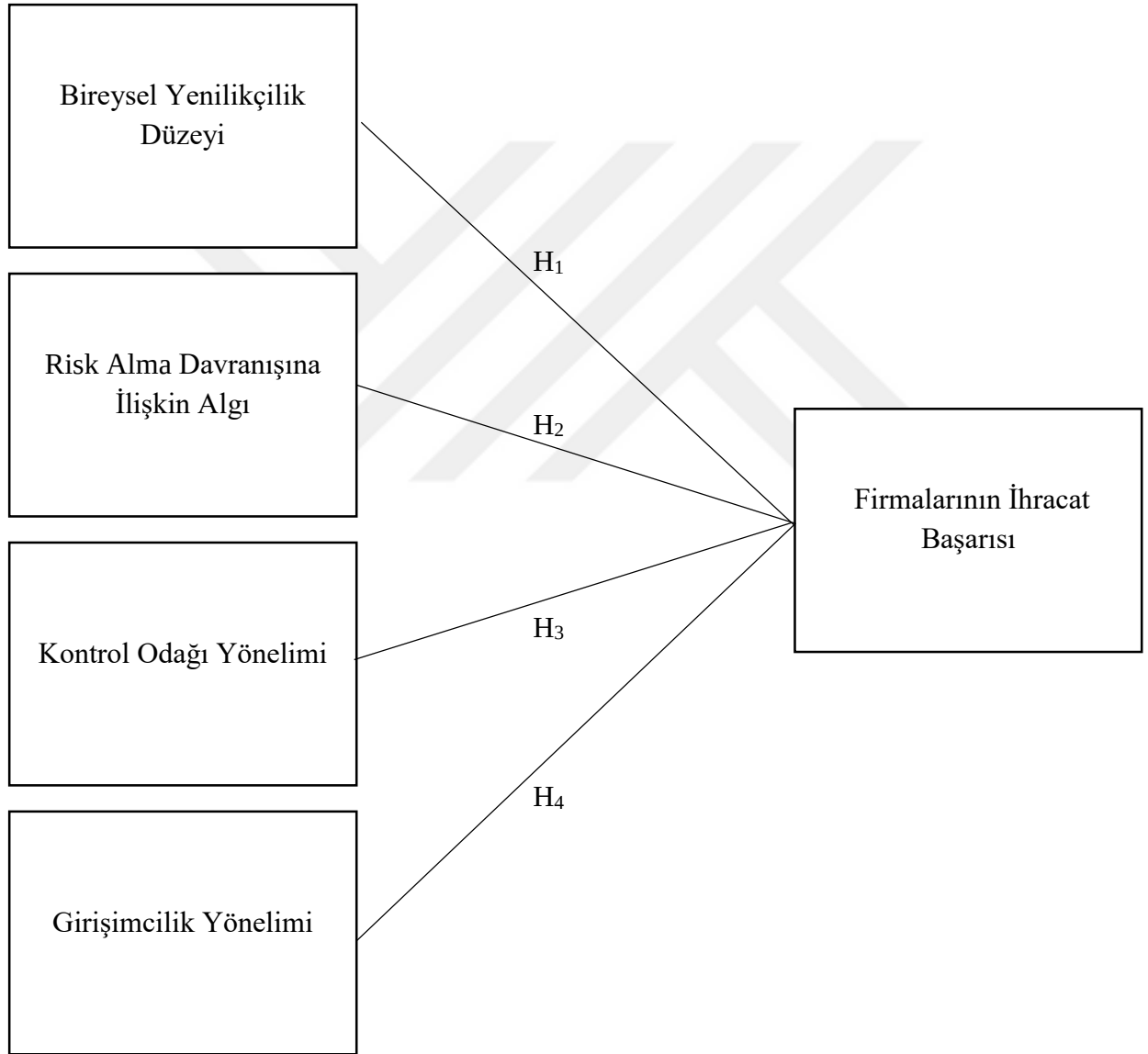
Araştırmanın temel kısıtlarından ilki; araştırmaya dâhil olacak olan “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” firmalarında çalışan sayısının 250 kişiden az sayıda olmasıdır. Bunun nedeni firma sahip ve yöneticilerine ulaşmanın daha kolay olması ve diğer bir neden ise kurumsal yapıya sahip olan firmaların ihracat performansının tek bir kişiye bağlı olmayacağının düşünülmesi kurumsal örgüt yapısı nedeni ile kişilerden etkilenmeyen bir yapı hâkimdir.

Araştırmada ikinci kısıt ise; araştırmaya dâhil olacak olan “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” firmasının faaliyet gösterdiği bölge olarak Marmara bölgesi ve İstanbul ilinde yer alan firmalar kısıtlaması yapılmıştır. Bu gereklilik hizmet ihracatçısı firmanın veri analizine dâhil olması için firmanın sahipleri ve üst düzey yöneticilerinin ulaşılabilir olmasıdır.

1.1.4. Kuramsal Çerçeve ve Hipotezler

1.1.4.1 Kuramsal Çerçeve

Araştırmaya konu olan değişkenlerin araştırma modeli, aşağıda şekil 1’de şema olarak verilmiştir:



Şekil 1.1: Araştırmanın Modeli

1.1.4.2 Araştırmanın Ana Hipotezleri

H_{1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Risk Alma Davranışlarına İlişkin Algıları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Risk Alma Davranışlarına İlişkin Algıları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Kontrol Odağı Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Kontrol Odağı Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Girişimcilik Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Girişimcilik Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

1.1.4.3 Araştırmanın Diğer Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezinde bireysel yenilikçilik düzeyi yönelimleri ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise bireysel yenilikçilik değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

H_{1.1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Değişime Direnç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Değişime Direnç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Fikir Önderliği” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Fikir Önderliği” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Deneyime Açıklık” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Deneyime Açıklık” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Risk Alma” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Risk Alma” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın ana hipotezinde risk alma davranışlarına ilişkin algılamaları ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise risk alma davranışı değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

H_{2.1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Etik Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Etik Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Finansal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Finansal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Soysal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Soysal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Rekreasyonel Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Rekreasyonel Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.5.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Sağlık/Güvenlik Riski” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.5.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Sağlık/Güvenlik Riski” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın ana hipotezinde kontrol odağı yönelimleri ilişkin algılamaları ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise kontrol odağı yönelimi değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

H_{3.1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Şansa Olan İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Şansa Olan İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Çabanın Anlamsızlığı” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Çabanın Anlamsızlığı” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kadere İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kadere İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.5.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Adaletsiz Dünyaya İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.5.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Adaletsiz Dünyaya İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın ana hipotezinde girişimcilik yönelimine ilişkin algılamaları ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise girişimcilik yönelimi değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığını incelenmiştir.

H_{4.1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Tutum” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Tutum” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4.2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Öznel Norm” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Öznel Norm” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Algılanan Davranışsal Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Algılanan Davranışsal Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2. İKİNCİ BÖLÜM

2.1. Bireysel Yenilikçilik ve Ölçümlemesi

2.1.1. Yenilikçilik Kavramı

2.1.1.1. Yenilikçilik Tanımı ve Önemi

Yenilikçilik, yeni ve değişik bir şey yapmak anlamına gelen Latince ‘innovane’ kökünden türetilmiş ve uluslararası literatürde ‘innovation’, olarak yer bulmuştur. Türkçe literatürde ise bu terim; yenilenme, yenilik veya yenilikçilik, olarak kabul görmüş.¹³ İnovasyon kelimesi Türkçede kendine yenilik, yenilikçilik olarak karşılık bulsa da tam olarak tek kelime ile açıklanamamaktadır; çünkü bu sözcük çok daha geniş bir anlama sahiptir. Bu kelime genel olarak kültürel, toplumsal ve idari alanlarda yeni yöntemlerin kullanılması şeklinde açıklanmaktadır. Yeni fikirlerle, elde bulunan bilgileri farklı şekilde uygulayarak bunu ticari faydaya dönüştürmek şeklinde tanımlanmaktadır.¹⁴

İnovasyon; Schumpeter’a göre olmayan yeni bir ürünü icat etme, üretim yöntemi geliştirme, pazar oluşturma ve bir endüstride yeni bir örgüt oluşturma olarak tanımlanmaktadır. Drucker’a göre; girişimciliği bir fonksiyonu olup, yeni kaynaklar oluşturma veya mevcut kaynak potansiyelini artırarak refah yaratılması olarak kabul edilmiştir.¹⁵

Birey, grup ve toplum nezdinde yeni olarak kabul edilen bir fikir, uygulama ya da obje, yenilik kavramıyla birçok alanda gelişimin kilit noktası olarak kabul görür.¹⁶ Bir başka deyişle yenilik; örgütsel ortamda yeni fikirlerin ya da faaliyetlerin başlatılması, kabul edilmesi ve uygulanması olarak da tanımlanır.¹⁷ Buna ek olarak yenilik, herhangi bir yargı, aksiyon ve herhangi bir durumla alakalı oluşan yeni fikirlerin uygulanmaya başlanmasıdır.¹⁸

¹³ Eraslan, Hakkı, Melih Bulu, ve İsmail Bakan. "Kümelenmeler ve inovasyona etkisi: Türk turizm sektöründe uygulamalar." *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. Cilt.5, Sayı.3, 2008, ss.15-29

¹⁴ Altun, Şafak. *İnovasyonla Başarıyı Yakalayan Türkler*. Kapital Medya Hizmetleri AŞ, 2008.

¹⁵ Işık, Nihat, Efe Can Kılınç. "Bölgesel Kalkınma’da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz." *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. Cilt.6, Sayı.2, 2011

¹⁶ Rogers, E. M. "1995 *Diffusion of Innovation*." New York: Free Press 1962

¹⁷ Pierce, Jon L., and Andre L. Delbecq. "Organization structure, individual attitudes and innovation " *Academy of Management Review*. Vol.2, No.1, 1977, ss.27-37

¹⁸ Awamleh, Na’ıl AHK. "Managerial innovation in the civil service in Jordan: A field study." *Journal of Management Development*. Vol.13, No.9, 1994, ss.52-60

Oslo Kılavuzu'nda; "yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde gerçekleştirilmesi" olarak yenilik kavramına yer verilmiştir.¹⁹

Yenilik, fertler veya bu kavramı benimseyen diğer departmanlar tarafından yeni uygulamalar, algılanan fikirler ve objeler olarak ifade edilebilir. Bir başka tanımlamaya göre, yeni bir mahsulü, yönetim tarzını veya organizasyonel yapıyı keşfetme, araştırma ve ticarileştirme faaliyetleri silsilesidir.²⁰ Hayata geçirilen yenilikler vesilesiyle yeni çalışma alanları oluşacağı ve mevcut kaynaklar daha etkili olarak kullanılacağı için yenilikçiliğin işletmeye pek çok faydası olacaktır.²¹

Çağın gerekliliklerinden biri küreselleşen dünyada rekabet ortamında ayakta kalabilmektir. Bu sebepten rekabeti yakalayabilmek için sürekli yenilenmeye ihtiyaç vardır.²² Firmalar yenilik ihtiyaçları için kaynak gereksinimine ihtiyaç duyarlar. Bu kaynakları, işletmenin iç ve dış yapısından kaynaklanabilen süreç gerekliliği, beklenmedik durumların gelişmesi, sanayideki gelişmeler, pazarda yaşanan değişimler, demografik değişimler, yeni bilginin algılanmasında ki değişimler oluşturmaktadır. Bu faktörler firmaların yenilik yapma ihtiyaçlarını zorunlu kılmaktadır.²³

Şirketlerin yenilikçilik özelliklerine haiz olabilmesi için çoğunlukla büyük gayret gerekmektedir; bazen ise yenilikçilik özelliklerine haiz olabilmek hiçbir zaman mümkün görünmemektedir. Bu yüzden, işletmelerin yenilikçilik yeteneklerini nasıl geliştirebilecekleri konusunda uzun zamandan beri birçok araştırmacı ve uygulamacı tartışmakta ve bu konuda işletmelere yönelik önerilerde bulunmaktadır.²⁴ Yenilikçilik, işletmelerin birbirleri ile rekabet

¹⁹ Oslo Kılavuzu (Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler), 3.Baskı, Ankara TÜBİTAK, 2005

²⁰ Oğuztürk, Arş Gör Dr. Bekir Sami. "Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri." **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.8, No.2, 2003

²¹ Duran, Cengiz, and Metin Saraçoğlu. "Yeniliğin yaratıcılıkla olan ilişkisi ve yeniliği geliştirme süreci." **Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, No.1, 2009, ss.57-71

²² Altun, s.1-25

²³ Drucker, Peter. **Yenilik ve Girişimcilik**. Routledge, 2014

²⁴ Avcı, Umut. "Öğrenme Yönelimliliğinin Yenilik Performansı Üzerine Etkisi: Muğla Mermer Sektöründe Bir İnceleme." **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**. Cilt.5, Sayı.10, 2012, ss.121-138

edebilmeleri ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için farklı ve yeni ticari fikirleri uygulamaktır.²⁵

Yenilikçilik, işletmelerde örgüt kültürünün oluşmasında da kendine yer bulmuştur. Yenilikçilik kavramı ile işletmelerde, çalışanlara yenilikçi yönlerini fark ettirecek ve bunu kullanmalarına özendirecek yapısal ve yönetsel mekanizmalar ve çalışma ortamları hazırlanmaya başlanmıştır.²⁶

Yenilikçilik kavramında, yeni bir fikir üretmekten öteye geçilerek üretilen fikrin hayata geçirilmesi ve insanlar tarafından kullanılması yenilikçilik kavramını ifade etmektedir. Üretilen yeni fikir sadece üreten kişinin gözetiminde kalırsa o yenilik kavramını ifade etmede yetersiz kalır. Yenilik fikrinin kabul görmesine onu kullanan insanlar karar vermelidir.²⁷ Barker'e göre yenilikçiliğin tanımı; müşterileri tatmin edebilmek için onların ihtiyaçlarına yönelik yenilikçi yeni kaynaklar oluşturmaktır.²⁸

Yenilikçilik kavramının tanımında fikir ayrılıkları olmasına rağmen, deneyime açıklık, yenilikçilik, yaratıcılık, fikir önderliği ve risk alma iştahı gibi terimleri de içinde barındıran geniş bir terim olarak değerlendirilir. Toplum içerisindeki fertlerin yenilikçilik düzeyleri açısından taşıdıkları vasıflar birbirlerinden farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir.²⁹

2.1.1.2. Yenilikçilikle İlgili Kavramlar

Yapılan araştırmalar sonucunda yenilikçilik kavramı ile ilişkili birçok kavram olduğu söylenmektedir. Bu kavramlardan bazıları yenilikçilik kavramı ile eş değer tutulmakta, bazen de anlam olarak karışmaktadır. Bu noktada yenilikçilik kavramına yakın olan; yaratıcılık, girişimcilik, değişim, teknoloji - ARGE, proaktiflik, özgüven ve risk alma kavramları ele alınacaktır.

²⁵ Kırım, Arman. *Süreç İnnovasyonu: Maliyetleri Sistemin Dışına Çıkarmak*. Sistem Yayıncılık, 2007

²⁶ Yahyagil, M. Y. "Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçilik." *İÜ İşletme İktisadi Enstitüsü, Yönetim Dergisi*. Cilt.38, 2001, ss.7-16

²⁷ Johansson, Frans, and Dinç Tayanç. *Yaratıcılık ve İnnovasyon: Medici Etkisi Yaratmak*. Mediacat, 2007

²⁸ Barker, Alan. *Yenilikçiliğin Simyası*, Ahmet Kardam(çev.). İstanbul:Türkiye Metal İşçileri Sendikası Yayınları, 2001

²⁹ Kılıçer, K., ve Odabaşı, H. F. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. Cilt.38, 2010, ss.150-164

Yaratıcılık

Yaratıcılık, kelime olarak İngilizce “Creativity”, Latince “Creativität” ve Fransızca “créer” eylem kelimesinden türetilerek “Créativité” kelimesinin eşleniği olarak Türkçe’ye alınmıştır.³⁰

Yaratıcılık kavramı, yeni fikirler üretebilme becerisi veya kabiliyeti olarak ifade edilebilmektedir. Çoğu zaman yenilik kavramı yaratıcılık kavramı ile karşımıza çıkar. Yaratıcılık; birbiriyle ilgili olmayan alanlar arasında benzerlik kurmaya çalışmak ve yeni fikirler bulma kabiliyeti ve bildiklerimizi yeni bir halde kullanma yeteneğidir.³¹ Yaratıcılık ayrıca, yenilik sürecinin en önemli temel parçalarından birini oluşturmaktadır. Bunun sebebi yeniliğin ilk adımı olan zihinsel süreci oluşturmaktadır.³² Çoğunlukla yaratıcılık bireysel, tanımlanması zor, yönetilmesi daha da zor bir zihinsel faaliyet olarak görülür. Bunun yanında yenilik maddi yarar sağlayan yapısal hale getirilmiş bir süreç olarak ifade edilir.³³

Yaratıcılık, yeni fikirler geliştirmek, olayları farklı bir açıdan değerlendirmek, sorunları kendine has yöntemler kullanarak çözmek, belirsiz olan karmaşık problemlere duygularını katmak; açık, hızlı, meraklı ve araştırmacı bir düşünce tarzıyla konu üzerine eğilmek şeklinde kişisel beceriler olarak tanımlanabilmektedir. İnsan ve süreç faktörlü yaratıcılığın meydana gelmesi için önemlidir. Süreçler çıktı üretimini esas alır ve sorunun kök nedenine odaklanır, bu vesileyle çözüme ulaşmak amacıyla tasarlanmaktadır. Çözümü üretecek olan insandır. Yenilik sürecinde yaratıcılık, bir sistemin etkinliğinin veya verimliliğinin artmasını sağlayan fikirlerin üretilmesidir. Yaratıcılığın rolünü tanımlamak önemli, yeniliği meydana getiren bir süreçtir. Yaratıcı faaliyetler sonucunda yenilikler ortaya çıkmaktadır.³⁴

Yaratıcılık; değişim ve yeniliğin benimsenerek, fikirlerin ve olası senaryoların test edilmesi, farklı bakış açılarıyla dışarıdan olaylara bakabilme ve mevcut ürünlerin geliştirilmesi

³⁰ <http://www.tdk.gov.tr/> (11.11.2018)

³¹ Barker, s.23

³² Naktiyok, Atlıhan. "Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler." *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. Cilt.21, No.2, 2007, ss.213

³³ Barker, s.3

³⁴ Arslantaş, Cem Cüneyt “Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik”, *İ.Ü. İşletme Fakültesi İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 2001, ss.18

gibi eğilimleri içerir. Yaratıcılık vasfına sahip fertler sorunlar ve bu sorunlara çözüm sunma gayreti içerisindedirler yaratıcılık bir süreçtir ve bu süreçte gayretlerindeki değişimler ve iyileşmeler ile fikir ve çözümlerini yeniler ve geliştirirler.³⁵

Yaratıcılık kavramı, yenilik çerçevesinin ilk taşı ve temelidir. Mevcut olmayan fikir tarzından yeni fikir üretme kapasitesine ve yeteneğine sahip olmak şeklinde tanımlanabilmektedir.³⁶

Rekabet ortamında mevcut organizasyonların tümü için yeniliğe ve inovasyonlara ihtiyaç duyulması, üretim sırasında düşünsel süreçlerin önemini ortaya çıkarmıştır. Bununla beraber, örgütlerin büyük bir çoğunluğu teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve aynı zamanda ürün ve hizmetlerin yaşam süresinin daralması gibi etmenler ile karşı karşıya kalmıştır.³⁷

Girişimcilik

Girişimcilik kavramı Fransızca ‘entreprendre’ (bir iş yapmak) kelimesinden gelmekte olup İngilizce’ye ‘entrepreneurship’ olarak geçmiştir. Türkçe’de ‘girişmek’ aksiyonundan türetilmiş bir isim olarak bulunmaktadır. Buna ek olarak Türkçe’de ‘üstlenmek’ anlamına gelen fiil bütünlüğü olarak da ifade edilmektedir.³⁸

Girişimci, yaratıcılığı ile fark yaratan, risk almayı seven, eğitim düzeyi yüksek, ekonomik, sosyal ve mesleki tatmini ön planda tutan, işinin gereklerine sahip, takım çalışmasına uyum sağlayabilen, ARGE kültürü olan kişidir.³⁹ Ancak girişimciliği yalnızca bireyin sahip olduğu yetenek ve yaratıcılığın ürünü olarak sınırlandırmak yanlış olacaktır. Nasıl ki yetenek ve yaratıcılık yenilikle iç içe ise, girişimciliğinde aynı durumu paylaştığı

³⁵ Duran ve Saraçoğlu. s.57-71.

³⁶ Güleş, Hasan Kürşat. **Yenilikçilik: İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı**. Nobel Yayın Dağıtım, 2004

³⁷ Kapu, Hüsnü.& Baştürk, Faruk. "Yaratıcılık Tekniklerinin İşletme Eğitimindeki Yeri ve Önemi." **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**. Cilt.8, No.16, 2009, ss.523-540

³⁸ Tunç, Barbaros. "İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**." İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007

³⁹ Uzun, Hasan. "Yeni Bir Kurumsal Motivasyon Örneği: Teknoloji Üretim Merkezleri." **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.24, Sayı.2, 2014, ss.179-189

görülmektedir. Yani başarılı bir girişimcilik faaliyeti için, girişimi yapacak kişinin ve işletmenin yenilikçi bir yapıya sahip olması gerekmektedir.⁴⁰

Dolayısıyla, girişimcilik olmadan yeni fikir ve projelerin yeniliğe veya rekabet sağlayacak avantajlara dönüşemeyeceği görülmektedir. Ancak girişimcilik ve yeniliğin birleşimi koşuluyla finansal bir kıymet yaratılmış olacaktır.⁴¹

Değişim

Değişim, herhangi bir şeyde belirli bir sürede vuku bulan başkalaşım olarak tanımlanır. Bir başka tanımlamaya göre ise bir bütünün elemanları ve elemanların birbirleri arasındaki bağlantılarında, birbirlerine göre nitelik ve nicelik olarak farklılıkların gözlemlenmesi ve değişikliğin oluşmasıdır.⁴²

Değişim kavramı, plansız veya planlı olacak biçimde sürecin veya bir çevrenin belli statik halden farklı statik hale geçmesi olarak tanımlanabilir.⁴³ Başka bir deyişle değişim, belli bir zaman dilimindeki değişiklikler olarak ifade edilmektedir. Yenilik aslında bir değişimdir. Ancak her değişim bir yenilik değildir. Değişim, örgütlerin yenilikle kıyaslandığında daha genelini kapsar. Bu durumda yenilik, verimliliği artırma ve ticari başarı sağlama için izlenen belirgin bir değişimdir. Bu sebepten dolayı yenilik değişimle kıyaslandığında daha özel ve orijinaldir. Yeniliğin ve değişimin şiddeti ve etki alanı gibi ortak özellikleri bulunmaktadır. Ancak yeniliğin değişimden farkı odağı, ölçeği ve menşenin olmasıdır.⁴⁴

Örgütsel değişimi kısaca tanımlayacak olursak tüm organizasyonel süreçlerin mevcut halinde işlevselliğini geliştirme sürecini oluşturan bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Organizasyon içerisinde; pozisyonlar, yetkiler, unvanlar, iş akışları, organizasyon şeması, iş tanımlamaları, üretim teknikleri, sorumluluklar, çevresel düzenlemeler, yönetim yaklaşımları gibi mevcut hali pozitif veya negatif, planlı veya plansız bir şekilde başka bir hale evrime belli

⁴⁰ Uzkurt, Cevahir. **Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü**. Beta, 2008

⁴¹ Elçi, Şirin. İnovasyon: Kalkınmanın ve rekabetin anahtarı. Meteksan Bilişim Grubu, BT Haber, 2006.

⁴² Özmen, Semiha Ebru. "Örgüt İçi Değişim ve Değişim Karşısında Birey Davranışı." **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999

⁴³ Durna, Ufuk, **Yenilik Yönetimi**. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara, 2002, s.9-16

⁴⁴ Güzel, T. "Değişim yönetimi ve planlı değişim." **Yüksek Lisans Tezi**, 1996, s.3-8.

bir öngörü ve sonuçlarda önemli farklılık oluşturabilecek girişimler olarak nitelendirilmektedir.⁴⁵

Teknoloji – ARGE

Teknolojik gelişme kavramı, yenilik ile birlikte sıklıkla karşımıza çıkan bir kavramdır. Teknoloji, temelinde fayda yaratımında bulunmak amacıyla, üretim esnasında kullanılan bilgilerin tamamı olarak ifade edilmektedir. Üretim miktarının artışı konusunda fayda sağlayan, ürün ve hizmet kalitesine katkıda bulunarak biçim ve niteliğini değiştiren bilgi topluluğudur. Teknoloji aynı zamanda insan ihtiyaçlarının en iyi biçimde giderilmesini sağlayan bir olgudur.⁴⁶

OECD'nin verilerine binaen; ürün üretimi, teknoloji kullanımı ve hizmet sunumu, geliştirilmesi veya kullanımı için uygulanan bilimsel ve deneysel bilgiyi kapsarken; teknolojik inovasyon, yeni ürün inovasyonu ve süreçlerin ilk defa kullanımı ya da mevcut mahsul ve akışlarda olan kayda değer iyileşmeleri tasvir eder.⁴⁷

Genel anlamıyla ARGE, insanlığın ihtiyaçlarına cevap vermeyi amaçlayan, yeni ve fayda sağlayan ürünlerin, üretim ve araçlarının yapılması, denemesi gibi bir dizi faaliyet sürecini kapsamaktadır. Bu tanım işletme bazında ele alındığında, işletmenin bütün fonksiyonlarının, bilimsel yollarla incelenmesi, analiz edilerek yorumlanması ve tüm bu işlemlerle ilgili faaliyetleri ifade etmektedir. Değişen rekabet ortamı ve iş koşullarına göre esneklik gösterebilen bir işletme yapısı ve müşterilerin mevcut ürünlere olan tutumları uygun olduğunda, ARGE faaliyetleri için uygun bir ortam sağlanıp, yenilikler yapılabilir.⁴⁸

Bir diğer tanımda teknoloji, üretim, pazarlama, ARGE, satış ve satış sonrası hizmeti içerisine alan bir akışın, etkili ve verimli olarak yürütülmesi için kullanılabilen veri ve becerileridir.⁴⁹

⁴⁵ Dursun, Emin. "Örgütsel Değişim ve Değişim Karşısında Bireysel Direnç." **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**. 2007, ss.8-41

⁴⁶ Durna, s.16-23

⁴⁷ Güleş, s.127

⁴⁸ Barutçugil, İsmet. **ARGE Yönetimi**. İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri, 2009, s.26-34

⁴⁹ Zerenler, Muammer, Necdet Türker, and Esen Şahin. "Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme ve Yenilik İlişkisi." **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.1, Sayı.17, 2007, ss.653-667

Proaktiflik

Proaktif olmak, çevreden gelen potansiyel taleplere rakip işletmelerden önce davranıp cevap veren, değişimi öngörebilen, öncü ve aktif işletmeler olarak tanımlanmaktadır. İşletmeler fırsatları değerlendirerek hareket edebilmeleri için yoğun gözlem yapmaları gerekmektedir. Proaktif olmak risk almayı ve inisiyatif kullanmayı ön plana çıkarmaktadır.⁵⁰

Günümüz çağında, yaşanan zorluk ve sorunlarla baş edebilmek için, yöneticilerin geleceği görebilme, etkili bir insan ilişkileri politikası yürütme, stratejik bir şekilde düşünebilme özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir.⁵¹ Bugünden geleceği görebilme ve gelecekte oluşabilecek problemlere ilişkin tedbirler oluşturabilme yani proaktiflik stratejik düşünebilen yöneticilerin özelliklerindendir.⁵²

Proaktif yapıya sahip olan insanlar, fırsatlar yaratırlar. Bu fırsatları kullanarak girişimde bulunarak düşündürücü bir ince ayırım oluşturana kadar kararlıkla çalışmalarını sürdürürler. Proaktif kişilik, bireylerin değişme eylemini başlatarak çevrelerine tesir edebilecek bir rol üstlenmeleri anlamı taşımaktadır. Bu özelliklere sahip olan bireyleri, diğerlerinden ayıran özellik ise yapılan işte durgun olmak yerine oldukça etkin bir davranış sergilemeleridir.⁵³

Firma davranışı olarak proaktiflik, içinde bulunulan çevrenin gelecekteki ihtiyaç ve taleplerini tahmin ederek, rakiplerden önce bu isteklere cevap verebilecek yeni yöntem ve değişimlere öncülük etme davranışdır.⁵⁴ Proaktif firmalar, gelişmekte olan pazarlardaki fırsatları ve değişimleri öngörerek pazara ilk giren firma olmanın avantajıyla normalden çok daha fazla kazanç elde ederler. Ayrıca bu firmalar pazarın kârlı bölümlerine odaklanır, yüksek fiyat belirler, dağıtım kanallarını ele geçirir, marka bilinirliği yaratır ve pazarın kârlarını toplayarak rakiplerine karşı önemli rekabet avantajına sahip olurlar.⁵⁵

⁵⁰ Antoncic, Bostjan ve Robert D. Hisrich. "Entrepreneurship: Improvement and cross-cultural verification." **Business Initiative**. Vol.16, No.5, 2001, ss.495-527

⁵¹ Budak, Fatih ve Ahmet Kar. "Sağlık Yönetiminde Stratejik Liderliğin Önemi." **IIB Uluslararası Hakemli Akademik Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.15, No.8, 2014, ss.155-171

⁵² Lumpkin, G. Tom, and Gregory G. Dess. "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance." **Academy of Management Review**. Vol.21, No.1, 1996, ss.135-172

⁵³ Bateman, Thomas S., and J. Michael Crant. "The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates." **Journal of Organizational Behavior**. Vol.14, No.2, 1993, ss.103-118

⁵⁴ Antoncic ve Hisrich, s.495-527.

⁵⁵ Lumpkin ve Dess, s.135-172

Özgüven

Ferdin kendisi hakkında, pozitif ve gerçeğe dayalı düşünceye sahip olarak, kendisine güven duyması, ferde hayatının kendi kontrolü dâhilinde aktığı kanısını aşılır. Bu konjonktürde kendine güven duyan fertler, kendi yetkinliklerine güven duyduklarından ötürü başka kişilerin onayına ihtiyaç duymazlar. Ferdin hissettiği güven, bireyin neyi başarıp neyi başaramayacağı konusunda kendine inanması anlamındadır. Girişimci içinse, kendine koyduğu hedefleri başarma inancı olarak görülür. Bir başka deyişle, girişimciler işlerinde, kendilerine saygı hisseder ve başarı elde etme yeteneklerine güvenir ise işinde başarılı elde eder ve kendilerine olan güvenleri artmış olur.⁵⁶

Araştırmacıların bazıları, girişimcide bulunması gerekli özgüven özelliğiyle risk alabilme, belirsizliğe karşı tolerans gösterebilme ve içsel kontrol odağı yetenekleri arasında bir bağ bulunduğuna inanmakta olduklarını bildirmektedir. Birçok çalışmada da, girişimcilerin farklı fertlere göre daha fazla kendilerine güven duyduklarını ileri sürmüştür.⁵⁷

Risk Alma

Değişim ile beraber giderek artan belirsizlik ortamı şartlarında çalışanlar belirli sınırlar çerçevesinde risk alarak ilerlemek durumunda kalmışlardır. Bu belirsiz ortamının bir sonucu olarak işletmelerin fırsat kaçırma, zamanında alınamayan kararlar ve rekabet avantajlarını yitirmelerine sebebiyet vermektedir. Bu sebeple, bu belirsizlik ile çalışanların risk alarak karar vermeleri gerekmektedir. Bu noktada yöneticilere düşen; gerekli görülen durumlarda planlarda büyük değişimler yaparak fırsatları değerlendirebilmektedir.⁵⁸

⁵⁶ Dündar, S., Ağca, V. "Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma." **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt.25, Sayı.1, 2007, ss.121-142

⁵⁷ Chye Koh, Hian. "Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students." **Journal of managerial Psychology**. Vol.11, No.3, 1996, ss.12-25

⁵⁸ Hitt, Micheal A., J. Stewart Black, and Lyman W. Porter. "Management, International Edition." 2005, ss.34

Risk alma, daha önce girilmemiş pazarlara açılma cesaretini gösterme, mevcut kaynak havuzunu önemli ölçüde sonucu tahlil edilemeyen inovatif projelere ayırma ve büyük miktarda borçlanma türünde cesur aksiyonlar alma olarak tasvir edilebilir.⁵⁹

Yenilik faaliyetleri neticesinde çıktı olarak oluşacak kar ve zararların tümü, inovatif girişiminde bulunan organizasyonlara ait olarak görülmektedir. İnovasyon yapan organizasyonlar pek çok risk ile karşı karşıya kalmaktadır. Bununla beraber zararın büyüklüğü, zarar olasılığı ve zararların kamuya duyurulması risk alma kavramının değişik hallerde kullanmasını gerektirmektedir.⁶⁰

Şirketler için inovasyon aksiyonları bir hayli riskli kararlardandır. Bu nedenle yöneticiler piyasadaki fırsatları yakalamak ve inovasyon yaratmak amacıyla risk alma zorunluluğu hisseder. İşletme yöneticileri inovasyon ve risk kavramlarını idrak ederek iyi bir inovasyon stratejisini hayata geçirebilirler.⁶¹

2.1.1.3. Yenilikçi Davranış Tanımı ve Önemi

Yenilikçi davranış kapsamında, yeni sistemler geliştirme ve uygulama, teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri takip etme, hedeflere ulaşmak için yeni stratejiler bulma, yeni fikirleri uygulamak için kaynaklar bulma ve koruma çabası örgüt yönetici ve çalışanların yenilikçi davranışı dâhilinde dikkate alınmaktadır. Yenilikçi davranış, sadece kişisel iş tanımındaki yeniliğe ilişkin davranışları kapsamakla kalmayıp çalışanın birimini ve tüm organizasyon seviyelerinde yeniliğin oluşturulmasını ve uygulanmasını kapsamaktadır.⁶²

Birçok tanımlama yapılmış olsa da yenilikçi davranış kavramına ilişkin yazın incelemesi sonucunda West ve Farr'ın (1989) tanımlaması en yaygın olanıdır. Bu tanıma göre; bir firma üyesi veya firma çalışanın kendi arzusu ve isteği halinde ürün, hizmet ve süreçlere

⁵⁹ Akman, G. "Bilişim sektöründe pazar odaklılık, yenilik stratejileri ve yenilik kabiliyeti arasındaki ilişkiler ve bunların şirket performansını üzerindeki etkileri." TC Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. **Yayınlanmış Doktora Tezi**. 2003, s.90

⁶⁰ Bird, s.86

⁶¹ Akman, s. 91

⁶² Yuan, Feirong, and Richard W. Woodman. "Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations." **Academy of Management Journal**. Vol.53, No.2, 2010, ss.323-342

istinaden hedefleri kabullenerek, bu hedefleri kendi işine, departmanına veya örgütün bütününe yayması olarak yenilikçi davranışı tanımlamışlardır.⁶³

Yenilikçi davranışı Scott ve Bruce (1994) ise problemin anlaşılması, çözümlerin ortaya konması ile başlayan, yenilikçi fikrin desteklenmesi ile sürdürülen, yeni düşüncenin somut hale yeni bir örneğe dönüşmesi ile son bulan bir süreç olarak tanımlamışlardır.⁶⁴ Yenilikçi davranış, Janssen'e (2000) göre kendi iradeleri içinde bireylerin düşüncelerini örgütlerinin faydasına yönelik oluşturulmakta ve uygulanmakta olduğu belirtmiştir.⁶⁵

Son zamanlarda yaşanan teknolojik gelişmeler ile çalışanlarında yenilikçi davranmalarının önemi artmıştır. Firmaların yenilikçi politikaları benimseyip uygulamalarının ve buna bağlı olarak rekabet üstünlüğü sağlayarak stratejik değere sahip firmalar son yıllarda yenilikçi davranışa daha fazla yoğunlaşmışlardır. Böylece işletmeler ve çalışanlar sorunları için yeni çözümler bulabilmek, fayda yaratacak yeni fikirler ortaya koymak, yeni mal ve hizmetler sunabilmek, yeni işletme politikalarını uygulamak için potansiyele sahip olabileceklerdir.⁶⁶

İşletmeler yoğun rekabetin yaşandığı pazarda kalıcı olmak ve pazardaki yerini korumak için başarı ve verimliliklerini artırmak için yenilikçi uygulamalar kapsamında yenilikçi davranmayı ve yaratıcı olmayı benimsemelidirler.⁶⁷

2.1.1.4. Yenilikçi Davranış Boyutları

Fikir Önderliği

Fikir önderliği, kişisel olarak yenilikçi özelliklere sahip olmanın ve yenilikçi davranışlar sergilemenin yenilikleri kabullenme, yeniliklere uyum sağlayabilme ve diğer

⁶³ West, Michael A., and James L. Farr. "Innovation at work: Psychological perspectives." **Social Behaviour**, 1989

⁶⁴ Scott, Susanne G., and Reginald A. Bruce. "Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace." **Academy of Management Journal**. Vol.37, No.3, 1994, ss.580-607

⁶⁵ Janssen, Onne. "Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour." **Journal of Occupational and Organizational Psychology**. Vol.73, NO.3, 2000, ss.287 302

⁶⁶ Çalışkan, Abdullah. "İç Odaklı Örgüt Kültürünün Yenilikçi Davranışa Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü." Is, Guc: **The Journal of Industrial Relations & Human Resources**. Cilt.15,Sayı.1, 2013

⁶⁷ Mone, Mark A., William McKinley, and Vincent L. Barker III. "Organizational decline and innovation: A contingency framework." **Academy of Management Review**. Vol.23, No.1, 1998, ss.115-132

insanlardan farklı ve ileride olmayı ifade etmektedir. Bu bağlamda fikir önderlerinin liderlik özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir.⁶⁸

Fikir liderleri, Stern ve Gould'e (1988) göre bireylerin tutum ve davranışlarını biçimsel olmayan bir biçimde etkileyebilen bireylerdir. Bu nedenle de fikir liderlerinin belirlenmesi firmanın pazarlama faaliyetleri için oldukça önemlidir. Firmalar, iletişim stratejileri geliştirmeye önem vermektedir. Pazarlama faaliyetlerinin önemli bir parçası olan fikir liderlerini belirlemek ve etkilemek üzere iletişim stratejileri geliştirmeye çaba göstermektedirler.⁶⁹

Değişime Direnç

Yeniliklerin gerçekleştiği dönemlerde, işçiler değişimlere karşı farklı direnç gösterebilmektedirler. Değişime direk direnç olumsuz olduğundan ötürü bazı işçiler aktif olarak gösterirken bazı işçiler pasif direnç gösterir. Bahsi geçen direnç, yeni konulan hedeflere direkt karşı gelme, yeni iş modeline veya diğer işçilerle işbirliği yapmaya karşı içten içe karşı çıkma biçiminde gerçekleşebilir. Değişime olan direnç, yeni yapı oluşumu aşamasında veya akabinde organizasyonu yeniden yaratma aksiyonlarına zarar verebilmektedir.⁷⁰

Yenilik getirmek, bazı cesur adımlar atılmasını gerektirmektedir. Yöneticiler örgütsel değişimin oluşturacağı faydayı çalışanlara açıklama görevini paylaşmalıdır. Organizasyonel yeniliğe direnç sebepleri, finansal, sosyal veya psikolojik olabilmektedir.⁷¹ Ayrıca değişime direnmenin sebepleri güvensiz hissetme, sosyal kayıp yaşanacağını düşünme, finansal zarar, zahmet, buyruk altına girme korkusu, umulmadık geri bildirimler, baskı altına alınma korkusu, kaynak, eksik bilgi ve yetersiz bilgi olarak sınıflandırılmıştır.⁷²

⁶⁸ Beycioğlu, K. "İlköğretim okullarında öğretmenlerin sergiledikleri liderlik rollerine ilişkin bir değerlendirme (Hatay ili örneği)." İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, 2009

⁶⁹ Stern, Barbara B., and Stephen J. Gould. "The consumer as financial opinion leader." **Journal of Retail Banking**. Vol.10, No.2, 1988, s.43-52

⁷⁰ Clark, J., and R. Koonce. **Hayatta Kalanlar**. Executive Excellence. Mayıs, 1998, s.14

⁷¹ Şimşek, Şerif, Tahir Akgemci, and Adnan Celik. **Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış**. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 1998

⁷² Gordon, Judith R. A **Diagnostic Approach to Organizational Behavior**. Boston, MA: Allyn and Bacon, 1987

Risk Alma

Risk almak, süreç sonucunda kaybın yaşanacağı bilinmesine rağmen girişimden kaçınmamak; önceden belirlenmiş kayıplara elde edilecek üstünlük için kabul etmektir.⁷³ İşletmeler büyümek ve performanslarını artırmak için risk almayı öğrenmelidir. Ayrıca stratejik planlar yapmalı, mevcut durumlarını korumaktan vazgeçmeli ve yenilikler yapmaya yönelik girişimci bir yapı oluşturmalıdır.⁷⁴

İşletmelerin rekabetçi olarak var olabilmeleri için personellerinin yeni düşler üretmeleri ve proje önerileri sunmaları, risk alma eğilimlerini şirket içi kullanılmayan olanaklara harcadıkları zamanlarını birçok inovatif öneriye harcayabilirler.⁷⁵

Yeni pazara giriş ve operasyonel genişleme değerlendirirken kabul edilir ölçülerde risk almak gerekmektedir.⁷⁶ Risk almadan tümüyle kaçmak, işletmenin rekabet üstünlüğünü kaybetmesine hatta pazardan tamamen çekilmesine, uzun ve orta vadede pazar şartlarına uyum sağlayamamasına sebep olabilmektedir.⁷⁷

Deneyime Açıklık

Deneyime açıklık, farklı ve özgün düşünme ve özgürlük ile alakalı bir bireysel yetenektir. Deneyime açık olan kişilerin düş kurma kapasitesi iyi, merak eden, akıllı, ufku geniş, değişime katkıda bulunan, modern ve çağdaş oluşumları benimseyen ve estetik hassasiyetleri yüksek olan bireylerdir.⁷⁸

⁷³ Sitkin, Sim B., and Amy L. Pablo. "Reconceptualizing the determinants of risk behavior." **Academy of Management Review**. Vol.17, No.1, 1992, ss.9-38. ; Keh, Hean Tat, Maw Der Foo, and Boon Chong Lim. "Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs." **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.27, No.2, 2002, s.125-148

⁷⁴ Hitt, Michael A., et al. "Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation." **Strategic Management Journal**. Vol.22, No.6-7, 2001, s.479-491

⁷⁵ Fry, Art. "The post-it note: An intrapreneurial success." **SAM Advanced Management Journal**. Vol.52, No.3, 1987, s.4

⁷⁶ Kuratko, Donald F., Jeffrey S. Hornsby, and Michael G. Goldsby. "Sustaining corporate entrepreneurship: modelling perceived implementation and outcome comparisons at organizational and individual levels." **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**. Vol.5, No.2, 2004, s.77-89

⁷⁷ Slater, Stanley F., and John C. Narver. "Market orientation and the learning organization." **Journal of Marketing**. Vol.59, No.3, 1995, s.63-74

⁷⁸ Erdheim, Jesse, Mo Wang, and Michael J. Zickar "Linking the Big Five personality constructs to organizational commitment." **Personality and Individual Differences**. Vol.41, No.5, 2006, s.959-970

Deneyime açıklık; alakadar olma, meraklılık, yeniliklere ve yeniliğe açık olma, özgürlük savunucusu, yaratıcılık gibi karakteristik özelliklerden oluşmaktadır. Deneyime açıklığı iyi derecede olan bireyler, yeni düşler ortaya koymaktan haz duyan, macera düşkünü, sanatsal yaratıcılığa karşı ilgi duyan, üretmekten zevk alan fertler şeklinde ifade edilmektedirler. Deneyime açık olamayan fertler ise muhafazakâr, ananevi, fikirleri kolay kolay değişmeyen ve yeniliklere karşı kapalı fertler olarak tanımlanmaktadır.⁷⁹

2.1.1.5. Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler

Firmalarda yaşanan bazı durumlar yenilikçilik süreçlerini ve çalışanların yenilikçi davranma eğilimlerine olumsuz etkiler yapar. Bu durumlar çözüm bekleyen problemler, aksaklıklar ve organizasyonun negatif özellikleri süreci engelleyebilir. Yenilikçi davranış ile süreç olumsuzlukların giderilmesi ile olumlu ve verimli bir şekilde sonuçlanabilecektir. Değişim endişesi, ekonomik sıkıntılar, bilgi noksanlığı, bürokratik sebepler, lider sorunu, yetersiz bilgi paylaşımı, destek sistemleri azlığı, yanlış değişim başlangıç noktası, çalışan özgürlüğü kısıtlamaları ve müşteri fikirlerini yeteri kadar dikkate almama çalışanların yenilişimi gerçekleştirme çabalarına mani olan faktörler arasında sıralanabilir.⁸⁰

Bireysel faktörler

Bireylerin yaşları, eğitim dereceleri, ihtisas alanları, hizmet süreleri, kariyer düzeyleri, bilgi ve birikimleri, sorun çözme tarzları gibi kendi kişiliklerinden kaynaklı özelliklerinin yenilikçi davranışları etkilediği belirtilmiştir.⁸¹ Bu özelliklerle beraber çalışanların zekâları, kabiliyetleri, mesleki becerileri ve yetenek gibi bireysel özellikleri, daha kolay ve rahat şekilde yenilikçi olmalarını sağlayarak yenilikçi davrandıkları belirtilmiştir.⁸²

Yenilikleri takip eden ve yenilikçi davranmaya yatkın olan bireylerin diğer bireylere oranla deneme-yanılma metodunu sık kullandıkları ve daha çok risk üstlendikleri tespit edilmiştir. Yapılan farklı bir araştırma sonucunda ise, yenilikçi olmak için gerekli olan

⁷⁹ Benet-Martinez, Veronica, and Oliver P. John. "Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English." **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol.75, NO.3, 1998, s.729

⁸⁰ Yeşil, Salih, Ömer Çınar, ve Erdem Uzun., "Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren işletmelerin yenilik faaliyetleri üzerine bir alan çalışması." **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**. Cilt.5, No.2, 2010

⁸¹ Scott ve Bruce, s.580-607

⁸² West, Michael A., and Claudia A. Sacramento. "Flourishing in teams: Developing creativity and innovation" **Creative Management and Development**. Vol.3, 2006, ss.25-44

özelliklerin içsel güç ve içsel isteklendirme olduğu saptanmıştır. Yaratıcılığı olan bireylerde; yenilikçi olaylara karşı olumlu bakış açısı sergileme, özgüven, düzenli, disiplinli ve kararlı olmak gibi özelliklerin olduğu belirtilmiştir.⁸³ Yenilikçi fertler diğer fertlere nazaran daha yüksek miktarda riske atılmakta ve deneyerek yanılarak kendi istekleriyle bu riskleri almaktadır.⁸⁴

Sonuç olarak; bireylerin yenilikçi iş davranışları onların kişilik özelliklerinden, entelektüel yeteneklerinden, belirsizliğe tolerans düzeylerinden, istekliliklerinden, değerlerinden ve öğrenme biçimlerinden etkilenmektedir.⁸⁵

Çapraz ve arkadaşları (2014) yaptıkları araştırmada, yenilikçi iş davranışının oluşumunda çalışanların bireysel özelliklerinin örgütsel özelliklerin önüne geçtiğini belirtmişlerdir. Çalışanın yenilikçilikten beklediği olumlu sonuç, içsel alakası, yenilikçilikten sonraki performans çıktıları, fikir üretme kapasitesi ve farkındalık çalışanları yenilikçi davranış sergilemeye yönlendirmektedir.⁸⁶

Örgütsel faktörler

Yaratıcı çalışanlar, özgün kuralların olduğu örgütlerde daha yenilikçi olmaktadır. Başka bir ifadeyle, güçlü ve katı bir örgüt kültürü, yenilikçi iş davranışı için engel teşkil etmektedir. Güçlü bir örgüt kültürü sosyal kontrol mekanizmasının daha iyi kullanılmasını sağlasa da, üyeler arasında tek biçimlilik ve özdeşliğe neden olduğu için, yenilikçi iş davranışını olumsuz etkilemektedir.⁸⁷

Çalışanları psikolojik açıdan destekleyen, onların kendilerini güvende hissetmelerine sağlayan liderlik ve ödüllendirme süreçlerinin etkili olduğu örgütlerde, yenilikçi iş davranışı daha fazla görülmektedir. Özellikle açık bir yenilik stratejisinin olduğu organik yapılı, küçük

⁸³ Janssen, Onne, and Nico W. Van Yperen. "Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction." **Academy of Management Journal**. Vol.47, No.3, 2004, ss.368-384

⁸⁴ Sönmez, Betül, Aytolan Yıldırım. "Bir üniversite hastanesinde çalışan hemşirelerin yenilikçi davranışları ve yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin belirlenmesi: Niteliksel bir çalışma. 2014, ss.49-59

⁸⁵ Greenhalgh, Trisha, et al. "Diffusion of innovations in service organizations: systematic review and recommendations." **The Milbank Quarterly** Vol.82, No.4, 2004, ss.581-629

⁸⁶ Çapraz, Burak, "Çalışanlar Perspektifinden İnovatif İş Davranışının Belirleyicileri: İzmir İlindeki Öncelikli Sektörlere İlişkin Bir Araştırma." **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**. Cilt.3, No.1, ss.49-72

⁸⁷ Aksel, İ. "İşletmelerde inovasyon ve inovasyonu destekleyen örgüt kültürünün belirleyicileri ve bir araştırma." **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010

takımlardan oluşan, çeşitliliğe ve bireysel deneyimlere izin verilen örgütlerde, çalışanlar daha yenilikçi davranırlar. Diğer taraftan içsel sürtüşme, tutuculuk, katı resmi yapılanma gibi örgütsel engellerin ve kaynak yetersizliğinin olduğu örgütlerde, yenilik çalışmaları olumsuz etkilenmektedir.⁸⁸

İşletme kültürünün, çalışma arkadaşları desteğinin, işletmenin büyüklük derecesinin, gaye birliğinin, ödüllerin, çalışanın dâhil olduğu takımın, psikolojik güvenin ve görev yapılan sektörün çalışanların yenilikçi davranışlar sergilemelerinde olumlu etkiler gösterdiği; tutumun, içsel uyuşmazlığın, kaynak yetersizliğinin, işletmeden kaynaklanan katı kuralların ise çalışanların yenilikçi davranışlar sergilemelerinde olumsuz yönde etkiler gösterdiği ortaya çıkmıştır.⁸⁹

2.2. Bireysel Yenilikçilik Kavramı

2.2.1. Bireysel Yenilikçilik Tanımı

Bilim ve teknolojiadaki gelişmeler sayesinde bilgi sürekli olarak bir evrim sürecindedir. Veri değişmez katı kurallardan sıyrılıp, tartışmaya kapalılıktan ayrılıp; esnetilebilir, değişebilir ve sorgulanabilir duruma gelmektedir. Gerçekleşen yenilik ve iyileşmeye istinaden mevcut verilerin güncel olmama ve güvenilirliğini hızlı biçimde yitirmesinden ötürü de örgütteki fertlerin, modernlik ve müreffeh durumda kalabilmeleri için yeni veri ve yeteneklere ulaşması gereklidir.⁹⁰

Global anlamda yaşanan hızlı değişimler bireylerin benzer fertler arasından ayrılabilmeleri için yeni değişimlere hızlıca adapte olup yenilikçi bir tarz sergilemesi zorunlu olmuştur.⁹¹ Değişim ve inovasyona adapte olabilme yetisi “yenilikçilik” terimi içerisinde de irdelenmektedir ve fertlerin veya kuruluşların değişime ve inovasyona yönelik dirençlerinden meydana gelmektedir. Bireysel inovasyona, ferdin yeniliğe karşı istekli olması, yeniliği

⁸⁸ Sönmez, B. "Hemşirelerin yenilikçi davranışları ve etkileyen faktörler: niteliksel bir çalışma." **Doktora Tezi**. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, 2011

⁸⁹ Scott ve Bruce, s.580-607

⁹⁰ Kılıç, Hasan. İlköğretim branş öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve yaşam boyu öğrenme eğilimleri (Denizli ili örneği), **Yüksek Lisans Tezi**. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2015

⁹¹ Öztürk, Zeynep Yılmaz, and Mehmet Summak. "İlköğretim okulu öğretmenlerinin bireysel yenilikçiliklerinin incelenmesi." **International Journal of Science Culture and Sport**. Vol.2, No.1, 2014, ss.844-853

kabullenmesi ve ondan fayda sağlaması veya davranışsal durumunun inovasyona yönelik negatif bir direnç göstermemesi olarak ifade edilmiştir.⁹²

Yenilikçilik, müşterilere yeni mahsul, ürün ve hizmet sunma ya da yeni ürün test etme isteği beraberinde sadece ana gereksinimleri karşılanmaya yönelik değil, tüketim çağının getirdiği gerekliliklerden dolayı bir finansal durum aracına, refah göstergesine, gösteriş aracına, moda ikonuna dönüştürmektedir.⁹³

Bireysel yenilikçilik, ferdin inovasyona olan isteği ve davranışsal olarak yeniliklere pozitif tepkiler vererek fark oluşturmaktır. Bireysel yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi için ferdin ihtiyacı olduğu düzeyde eğitime sahip olması, belirli bir tecrübeye sahip olması, yaratıcı fikir üretmeyi içselleştirmiş olması, problemlerin varlığını tasdik edip çözüm üretmeye istekli olması olarak sıralanabilir.⁹⁴ Bireysel yenilikçilik, öğrenme ve uygulama yeteneği olarak da değerlendirilmektedir. Davranışsal bir kavram olarak ferdi inovasyon bazı araştırmalarda, ferdin yeniliği içselleştirme periyoduna göre, bazı araştırmalarda ise ferdi yenilikçiliğe olan yatkınlığı, kişisel özellik olarak incelemektedir.⁹⁵

Fertler yenilik getirebilme yeteneğine ve kabiliyetine sahiptir. Yenilik yetkinliğine sahip olan fertler, yenilik getiremeyen fertlere nazaran daha eşsiz fikir ve önerileri bulunmaktadır. Bu insanlar genelde inovasyonun yaratacağı belirsizlik ortamını yönetmekten geri durmayan sorumluluk alan ve başına buyruk olma yatkınlığı gösteren fertler olarak gösterilebilirler.⁹⁶

2.2.2. Bireysel Yenilikçilik Kategorileri

Yeniliğin yayılımı üzerine çalışmalar yapan akademisyenler yeniliği benimseme kategorilerini birbirinden değişik şekilde ele almaktadır. Fakat sunulan gruplandırmalar kavram karmaşasına ve tutarsız çıkarımlara ortam hazırlamıştır.⁹⁷ Çünkü toplum içerisinde yer alan

⁹² Kılıçer, Kerem. "Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri." *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2011

⁹³ Demireli, Cemalettin. "Tüketici Yenilikçiliği ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi." *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. Cilt.12, No.24, 2014, ss.320-337

⁹⁴ Uzku, s.25-45

⁹⁵ Oktuğ, Zeynep, and Melis Seray Özden "Bireycilik/Toplulukçuluk ile bireysel yenilikçilik eğilimi arasındaki ilişkide içsel motivasyonun biçimlendirici rolü." *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt.14, Sayı.2, 2013

⁹⁶ Şimşek, Şerif. *Yönetim ve Organizasyon*, Günay Ofset, 7.Basım, Konya, 2002

⁹⁷ Rogers, E. M. "1995 *Diffusion of Innovation*." New York: Free Press 1962

fertler sahip oldukları karakterlere istinaden yenilikçilik özellikleri nezdinde birbirlerinden farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma vesilesiyle fertler inovasyonları er ya da geç benimsemekte, daha çok yeniliğe isteklilik ya da daha az yeniliğe isteklilik göstermekte, daha az risk almak istemekte veya daha çok risk alabilmektedir.⁹⁸

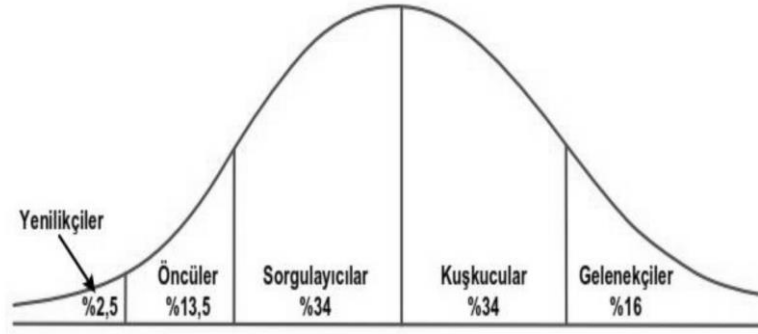
Rogers (1995), örgütün bulunduğu döneme istinaden inovasyonları içselleştirme akışını izah eden “Yeniliklerin Yayılması” (Diffusion of Innovations) araştırmasını sunmuştur. Araştırmasında fertlerin inovasyonları içselleştirme akışlarına göre ortalama ($\bar{X}$) ve standart sapma (SS) vb. istatistiksel ifadeler aracılığı ile beş farklı kategoriye ayırmıştır.

Yenilikçiler, Öncüler, Sorgulayıcılar, Kuşkucular ve Geleneklere bağlı olanlar olmak üzere beş farklı kategoriye ayırmıştır. Bunlar;

- %2.5’lik payda “Yenilikçiler” (Innovators),
- %13.5’lik payda “Öncülük Yapan” ya da “Erken Benimseyenler” (Early Adopters),
- %34’lük payda “Erken Çoğunluk” ya da “Sorgulayıcı kategorisi” (Early Majority),
- %34’lük payda “Geç Çoğunluk” ya da “Şüpheli kategorisi” (Late Majority) ve
- %16’lık payda “Geri Kalanlar” ya da “Gelenekçi kategorisi” (Laggards)”dir.⁹⁹

⁹⁸ Kılıçer, K., ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, C.38, ss.150-164.

⁹⁹ Rogers, 1962, s.247.



Şekil 2.1: Yenilikçilik Kategorileri

Kaynak: Rogers, E. M. (1995) Diffusion of Innovations (5th Editon). New York: Free Press, s.247.

2.2.2.1. Yenilikçiler

Yenilikçiler, sosyal sistem içerisinde % 2.5’luk payı oluşturmakta ve sosyal sistem içerisinde inovasyonları en önce benimserler. Yenilikçileri sosyal sistemde yer alan diğer fertlerden farklılaştıran en önemli özellik aykırı olmalarıdır. Yenilikçiler, diğer fertlerin “olmayacak işlerin peşinde koşan”, “aklı bir karış havada” olarak görmekte olduğu fertler olarak nitelendirilen fertlerdir. Ama istikrarlı, risk iştahı yüksek, girişimci ve inovasyonu yaratmaya meyilli fertler olarak tasvir edilmektedir.¹⁰⁰

Sosyal sistemde yer alan diğer fertlere karşın bu fertler belirsiz durumlar karşısında risk almaya daha meyillidirler. Bahsi geçen bu karakteristik özellik belirsiz durumlara karşı üst düzeyde toleranslarının olmasından oluşmaktadır. Yenilikçiler, cesur ve aceleci olmalarıyla nam salmışlardır. Yenilikçilerin karakteristik özelliklerinden bazıları cesur olmaları, iyi eğitim almış olmaları, güvenilir veriye doğrudan erişme istekleri olması ve yeni uygulamaları incelemek amacıyla seyahati göze almaları, bilimsel çalışma sonuçlarına güven duymaları, teknolojik gelişmelere hızlı adapte olmaları, ileri görüşlülük, yüksek düş kurma kabiliyetine sahip olmaları ve çevrelerine yarar sağlamayı yardım etmeyi görev bilmeleri ile bilinmektedirler.¹⁰¹

¹⁰⁰ Rogers, Everett M. "What Are Innovators Like?." Theory into Practice 1963,s.252-256.

¹⁰¹ Rogers, Everett M.,1962, s.247

Yenilikçiler tüm bunlara ek olarak yüksek gelirli, belirli bir saygınlığa sahip ve ortam insanları olan fertlerdir. Yenilikçi fertlerin gerçekleşen bir duruma istinaden geleceği öngörerek ilişkili olayları tespit edebildiği ve yeni durumlar hakkında sayısal veriler ışında çıkarımlar yapabildiği görülmüştür. Bu öngörüler neticesinde de yaratıcı çıktılar oluştuğu gözlemlenmiştir.¹⁰²

2.2.2.2. Öncüler

Sosyal sistemde yenilikçilerden sonra yenilikleri ilk olarak benimseyen bireylerdir. Yenilikleri daha geç benimseyen fertler ile yeniliği daha erken kabul edenler arasında iletişim sağlamaktadırlar. Başka bir ifade ile yenilikleri kendilerinden daha geç benimseyenlere, bilgi aktarımı sağlamak ve onlara rol model olmak gibi görevleri vardır. Sosyal sistem içerisinde % 13,5’lik bir dilime sahiptirler.

Öncüler yenilikleri yenilikçi kategorisinde ki kişilere istinaden daha iyi içselleştiren ve inovasyonlara hızlı adapte olan fertlerdir. Öncü sınıfında yer alanlar diğer sınıflardakilerden daha çok fikir ve öneri önderliğine haizdir. Yenilikçi sınıfında yer alan fertler inovasyon konusunda öneri ve veri elde etmek amacıyla öncü sınıfındaki uygulamaları incelemektedir. Bu durumda öncü kategorisinde ki kişiler yeni bir fikir benimsemeden önce “kontrol etmesi gereken kişi” olarak tasvir edilmekte ve yenilikçilikte pek çok fert için karakter modeli olmaktadır. Ayrıca öncü sınıfında yer alanlar, yeni ve farklı düşleri gerçekleştirerek kabul görmesini sağlamada başarılı bulunmaktadır.¹⁰³

2.2.2.3. Sorgulayıcılar

Yenilikleri benimseme süresi bakımından yenilikçiler ve öncülere göre daha uzun zaman harcayan grup sorgulayıcılardır. Yeniliklere karşı temkinli davranırlar. Bir yeniliği benimsemeden önce yenilik ile ilgili araştırma, inceleme ve deneme yapmaktadırlar. Sosyal sistem içerisinde % 34’lük bir dilime sahiptirler. Sosyal sistem içerisinde %34’lük paya sahip olan sorgulayıcılar, sosyal sistemin üçte birinden biraz fazlasını temsil etmektedir.

¹⁰² Çavuş, Mustafa Fedai. İşletmelerde personel güçlendirme uygulamalarının örgütsel yaratıcılık ve yenilikçiliğe etkileri üzerine imalat sanayiinde bir uygulama. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**. 2006

¹⁰³ Rogers, Everett M.,1962, s.247-249

Sorgulayıcılar, yenilikleri içselleştirme süresi bakımından yenilikçiler ve öncülerden sonra yer almaktadır. İnovasyonları içselleştirme olayında yenilikçilere ve öncülere nazaran sorgulayıcıların en önemli özelliği daha temkinli olmalarıdır. Uzun bir süre düşünüp daha sonra yeni bir düşünceyi benimserler. Bu nedenle sorgulayıcılar, yenilikçiler ve öncülere nazaran inovasyonları kabullenmede daha yavaşlardır. Sosyal sistem içerisinde inovasyonları ne en önce içselleştirmekte ne de en son içselleştirmektedirler.¹⁰⁴

Sorgulayıcıların risk iştahı da çok fazla değildir. Bu sebeple inovasyonların getirdiği olumlu etki ispatlanana kadar araştırma yapar, test eder ve incelerler. Sorgulayıcılar, “bekle ve gör” yargısını içselleştirmişlerdir ve yarar sağlayan yenilik anlayışıyla yenilikleri değerlendirmektedirler.¹⁰⁵

Sorgulayıcı kategorisinin inovasyon girişimine dâhil olması, yenilikçi sınıfına ve öncü sınıfına nazaran daha fazla zaman almaktadır. Sorgulayıcılar yeni bir düşünceyi tamamıyla benimsemeden önce bir süre boyunca test etmektedirler. Alexander Pope’un sorgulayıcı kategorisinin anlayışını yansıtan “Yeniliğin denendiği ilk kişi olmayınız/sonuncu tarafı bırakmayacak son kişi de olmayınız” yargısı sorgulayıcı sınıfının mottosudur. Sorgulayıcı sınıftakiler inovasyonları benimseme konusunda isteklidirler, diğer kategorilerle çoğunlukla etkileşim halindedirler. Sorgulayıcı kategorisinde yer alanlar kısmi önderlik vasıflarına haizdir ve diğerler sınıflara nadiren liderlik yaparlar.¹⁰⁶

2.2.2.4. Kuşkucular

Şüpheli kategorisindekiler, bir inovasyonu diğer sınıflar benimseyene dek benimsemezler. Şüpheli kategorisi yeniliklere şüphe ile ve temkinli bir tavır ile yaklaşır ve oldukça sonra kabul ederler. Yeniliğin ortaya çıkarabileceği olası finansal sıkıntılar ve iletişimde olabilecek sıkıntılar şüpheli sınıfı nezdinde ehemmiyet arz etmektedir.

¹⁰⁴ Rogers, Everett M.,1962, s.248

¹⁰⁵ Greenhalgh, Trisha, et al. *Diffusion of innovations in health service organisations: a systematic literature review*. John Wiley & Sons, 2008

¹⁰⁶ Rogers, Everett M.,1962, s.249

Şüpheciler kategorisinin yeniliğe karşı olumlu bir tutum sergileyebilmesi için öncesinde inovasyonu benimseyenler tarafından yeni düşüncelerin sağlayacağı kar ile ilgili detaylı bilgi paylaşımı yapılması gereklidir.¹⁰⁷

2.2.2.5. Gelenekçiler

Bu fertler yenilikleri en son kabullenme eğilimine sahiptirler ve eğer bir yeniliğin başkaları tarafından denenerek başarılı sonuçlara ulaşmasını beklerler. Bu sebeple gelenekçiler bir yeniliği benimseyene kadar geçen sürede yenilikçiler başka bir yeniliği benimsemeye başlamış olabilirler. Sosyal sistem içerisinde % 16'lık bir dilime sahiptirler.¹⁰⁸

Gelenekçiler, sosyal sistem içinde inovasyonları en son içselleştiren bireylerden meydana gelmektedir. Gelenekçiler, geleneklere bağlı olmaları, sosyal sistem içinde inovasyonları en son benimsemeleri sebebiyle, kendilerine özgü özellikleriyle ve kendilerini toplumdan izole etmeleriyle dikkatleri üzerlerine çekmektedirler. Gelenekçiler, yeniliklere karar verme sürecinde geleneksel değerlere bağlı yapıda olan fertlerle gerçekleştirdikleri etkileşimleri ve genellikle geçmişteki olayları kendine kaynak almaktadır. Gelenekçi kategorisindekilerin yeniliklere karar verme aşamaları çok yavaş olduğundan bir inovasyonu içselleştirme kararı alana dek içinde bulundukları sosyal sistemde yer alan yenilikçiler hâlihazırda bir diğer inovasyona adapte olmuş olurlar.¹⁰⁹

Gelenekçi kategorisi, yeniliklere ve değişimlere karşı şüphelidirler bu yüzden yeniliği benimseyenlerin sonuncusudurlar. Bahsi geçen fertler geleneksel değer yargılarına bağlı bireylerle ilişki içerisindeyler. Gelenekçi kategorisi inovasyon kararlarını çoğu zaman önceki kuşaklarda yapılanlarla mukayese edilmektedir. Geleneksel iş yapış biçimleri ile yönetilen ve yeni bir düşünce tarzı kabul görürse başarısızlık ile sonuçlanacağına inanan inovasyona ön yargılı yaklaşmaktadırlar.¹¹⁰

¹⁰⁷ Rogers, Everett M.,1962, s.249-250

¹⁰⁸ Rogers, Everett M.,1962, s.250

¹⁰⁹ Rogers, Everett M.,1963,

¹¹⁰ Rogers, Everett M.,1962, s.250

2.2.3. Bireysel Yenilikçilik Modelleri

2.2.3.1. Yeniliğin Yayılımı Kuramı

Yayılma, “bir yeniliğin belirli bir kanal vasıtasıyla zaman içinde bir sosyal sistem müdavimleri tarafından kabul edilerek işlemekte olan süreçtir”. Rogers’in farklı alanlarda inovasyonların yaygınlaştırılması amacıyla yapılan çalışmaları inceleyerek ve pek çok ortak noktanın bulunduğu yargısını ileri sürmüştür. Yeniliğin yayılması üzerine birçok çalışma yayınlayan Rogers, yeniliği "bireysel ya da yeniliği benimseyenler tarafından yeni şekilde görülen bir düşünce, uygulama ya da nesne" olarak tanımlarken, yayılımı ise mesajlar ve yeni fikirlerle ilgili özel bir iletişim türü ve katılımcıların karşılıklı anlayışa erişmek için birbirleriyle bilgi oluşturup paylaştıkları bir süreç olarak tanımlar. Ona göre yeniliğin yayılımı, yeniliğin belirli kanallar vasıtasıyla sosyal bir sistemin üyeleri arasında zamanla iletilmesidir. Yeni fikirler keşfedilir, yayılır ve kabul edilir ya da reddedilir. Yeni fikirlerin kabul edilmesi ya da reddedilmesi belli sonuçlara yol açar, sosyal değişime neden olur.¹¹¹

Rogers’ın yaygınlaşma teorisinin dayandığı terim “yenilikçilik” kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmalarda “yenilikçiliği” fertlerin inovasyona olan dirençleri olarak ele almıştır. Çabucak kabulden tümüyle reddine kadar farklılaşan terimler yer almaktadır.¹¹² Yeniliğin yayılımı kuramının dört temel ögesi vardır;¹¹³

- Yenilik; bir kişi tarafından algılanan bir fikir, uygulamalar veya nesnelerin daha önce var olmayan şekilde ortaya çıkmasıdır.
- İletişim kanalları; mesajların bir bireyden diğerine aktarımıdır.
- Zaman; yeniliklerin yayılım kuramı üç zaman faktöründen oluşur:
 - Yenilik karar süreci
 - Bir inovasyonun bir birey veya grup tarafından benimsenmesi için göreceli zaman,
 - Yenilikçinin benimseme oranı.

¹¹¹ Rogers, 1962, s.5

¹¹² Goldsmith, Ronald E., and Gordon R. Foxall. **The measurement of innovativeness.** The international handbook on innovation, 2003, s.321-330.

¹¹³ Rogers,1963

- Sosyal sistem; müşterek problemleri çözmek için ve ortak bir hedefi gerçekleştirebilmek için uğraşan birbiriyle ilişkili birimlerdir.

2.2.3.2. Sebepli Davranış Kuramı

Bu kurama göre yayılım birey seviyesinde incelenmiş ve davranışın tahmin edilip açıklanmasına odaklanılmıştır. Bu kurama göre bireyin bir davranışı sergileyebilmesi niyetine bağlıdır. Niyet ise tutum ve öznel normlar tarafından belirlenir. Tutumlar inançların bir işlevi olarak tanımlanmıştır ve genel olarak sergilenen bir davranışın kötü sonuçlar doğuracağına inanan kişi, davranışı yapmaktan vazgeçer ve bu davranışa karşı tutumu olumsuz yönde olur, fakat gerçekleştirilen davranışın güzel sonuçlar getireceğine inanılıyorsa yapılacak davranış için pozitif bir tutum sergilenecektir. Kişiye göre kurallar davranış üstünde yaptırım gücüne sahiptir.¹¹⁴

Kuramda kişinin niyeti, davranışı gerçekleştirmeye yönelik hazır olması, tutumu, sergileyeceği davranışa eksi veya artı yönde vereceği değeri, kişiye göre kurallar (öznel norm) ise kişinin sergileyeceği davranışa yönelik algıladığı sosyal baskıyı ifade eder.¹¹⁵

2.2.3.3. Planlı Davranış Kuramı

Planlanmış davranış teorisi, gerekçeli aksiyon kuramını temel alarak ortaya konulmuştur. Gerekçeli Eylem Kuramının temel alınma nedeni, bireyin davranışlarında tamamlanmamış irade kontrolünün davranışlara yansımalarıdır. Teorinin odak noktası kişinin davranış niyetini gerçekleştirmesidir. Niyetler davranışı tetikleyen güdülenmiş unsurları kapsamaktadır. Davranış niyeti yardımıyla kişi istediği davranışı eyleme geçirip geçirmeyeceği konusunda karar verebilir. Niyeti kapsam bakımından sınırlandıran üç unsur bulunmaktadır; Bunlar, tutumlar, sübjektif normlar ve davranışsal kontrollerdir.¹¹⁶

¹¹⁴ Ajzen, Icek. "Constructing a theory of planned behavior questionnaire." 2006.ss.1-7

¹¹⁵ Usluel, Yasemin Koçak, and Sacide Güzin Mazman. "Eğitimde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü Ve Benimsenmesi Sürecinde Yer Alan Öğeler: Bir İçerik Analizi Çalışması." *Cukurova University Faculty of Education Journal*. Vol.39, 2010, ss.63

¹¹⁶ Ajzen, s.1-7

Planlı davranış teorisinin bazı niteliklerini ve daha önceki araştırmalardan çıkarılan neticeleri şu şekilde özetlemiştir;¹¹⁷

- Sebep temelli davranış teorisine algılanan davranışsal kontrol değişkeninin eklenerek bu teori oluşmuştur.
- Davranışsal niyet ve algılanan davranışsal kontrol direkt davranışı etkilemektedir.
- Davranışsal niyeti, algılanan davranışsal kontrol ve tutum birlikte belirlemektedir.
- Bilgi teknolojileri kullanımının ilk aşamasında, kullanıcı özelinde öznel norm ve deneyim ehemmiyeti bir etken olmaktadır.

2.2.3.4. Teknoloji Kabul Modeli

Bireylerin yeni bilgi teknoloji ürünlerini ve sistemlerini kabullenmedeki zorluklar ve kullanmakta sergiledikleri olumsuz tutumlar bu sistemlerden beklenen verimin az olmasına neden olmaktadır. Buradan yola çıkarak, kullanıcıların bilgi teknoloji ürünlerini neden kabullendiklerini veya kabullenmediklerini açıklayan psikolojik etkenlerin araştırılmasını konu alan bazı modeller önerilmiştir.¹¹⁸ 1986'da Davis tarafından literatüre eklenen Teknoloji Kabul Modeli bu modellerden birisidir. Bu model, bilgi teknoloji ürünlerinin kullanımını sağlayan kullanıcıların karakteristiklerini, büyük ölçekli bir açıdan detaylandırmaya gayret eden bir süreçtir. Bunun yansıra TKM, oldukça istikrarlı davranış sergileyen ve kendileri açısından haklı nedenleri bulunan kullanıcıların da davranışlarını açıklamaya yönelik bir modeldir. Araştırmacıların ve uygulamacıların bu modelin sadece tahminlere dayalı çalışmasına, ek olarak detaylı açıklamalarda bulunması ideal bir modelde kabul edilebilir adımlar atabilmeleri için de gerekmektedir. Bu nedenle, TKM 'nın asıl odak noktası, niyetlerin, tutumların ve içsel inançların üzerinde etkili olan dışsal faktörlerin etkisini açıklamaktır.¹¹⁹

¹¹⁷ Chang, Man Kit, Waiman Cheung, and Vincent S. Lai. "Literature derived reference models for the adoption of online shopping." **Information & Management**. Vol.42, No.4, 2005, ss.543-559

¹¹⁸ Bağlıbel, Murat, Mustafa Samancıoğlu, and M. Semih Summak. "Okul Yöneticileri Tarafından E-Okul Uygulamasının Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeline Göre Değerlendirilmesi/Assessment Of E Okul Application By School Managers Using Extended Technology Acceptance Model." **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.7, Sayı.13, 2010

¹¹⁹ Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models." **Management Science**. Vol.35, No.8, 1989, ss.982-1003

2.3. Bireysel Yenilikçilik Karakteristiğinin Ölçülmesi

Fertlerin genel olarak yenilikçiliğini ölçümleyebilmek adına oluşturulan 1977 yılında Hurt, Joseph ve Cook tarafından sunulan çalışmanın, özgün formu “Innovativeness Scale (IS)” olan ölçeğin özgün dili İngilizcedir. Bu ölçüm elementinin özgün yapısında yenilikçiden geleneksele doğru 5 farklı sınıf üzerinde ferdin yetkinliklerine ilişkin toplam 20 ifadeye yer verilmiştir.

Bu çalışmada, bireylerin yenilikçilik düzeyi algıları değişkeninin ölçümünde H. Thomas Hurt vd. tarafından 1977 yılında geliştirilen Yenilikçilik Ölçeğinin (IS) Kılıçer ve Odabaşı tarafından 2010 yılında Türkçeye adapte edilmiş hali kullanılmıştır. Likert tipindeki bu ölçek 4 faktörden ve toplamda 20 maddeden oluşmaktadır.¹²⁰

¹²⁰ Kılıçer ve Odabaşı, s.150-168.

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. Risk Alma Ve Ölçümlemesi

3.1.1. Risk Kavramı

3.1.1.1. Risk Tanımı

Latince kökenli bir kelime olup, Fransızca “risque” kelimesinden gelen risk kavramı TDK sözlüğünde “zarara uğrama tehlikesi” olarak tanımlanmaktadır.¹²¹ Short’a göre risk; “bireylerin yaşamdaki herhangi bir olay ya da durum ile ilgili tehlike etkisini deneyimleme olasılığıdır”.¹²²

Anlamı, kayıp ve hasar vaziyetinin ortaya çıkma olasılığıdır. Tehlike, risk ile aynı anlama gelen ve ileride ortaya çıkması beklenen ama meydana gelip gelmeyeceği bilinmez vakadır.¹²³ Riskin sözlük anlamı, zarara uğrama tehlikesidir. Riskin genel olarak taşıdığı anlam ise, belirli bir zaman aralığında, belirli bir hedefe ulaşamadığı için katlanılmak durumunda kalınacak zarardır. Hatalı kararlar alma olasılığı, planların başarısız olma ihtimali ve hedefe ulaşamama durumları risk kelimesiyle ifade edilir.¹²⁴

Teknik olarak risk, kazanımlara ilişkin olasılık değerlerinin ortalama değer çevresinde sahip olduğu dağılım olarak ifade edilmiştir.¹²⁵ Bir başka deyişle ile aktif veya pasif nitelikteki varlıkların değerlerinde beklenmedik değişimlerin ortaya çıkma olasılığı olarak ta ifade edilmiştir. Riskin finans literatürdeki karşılığı, gerçeğe indirgenen getiri veya nakit akımlarının beklenen getiri veya nakit akımlarından sapma ihtimalidir.¹²⁶ Yatırımcı açısından risk, para kaybetme tehlikesidir. Risk ile getiri arasında paralellik vardır, öyle ki her zaman tehlikeli

¹²¹ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c47a2ec7ceba8.84Erişim

Tarihi:07.12.2018

¹²² Short, James F. "The social fabric at risk: toward the social transformation of risk analysis." **American Sociological Review**. Vol.49, No.6, 1984, ss.711-725

¹²³ Bayındır, Mehmet. Risk Değerlendirilmesi Ölçümü ve Analizi, (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul, 1995

¹²⁴ Bolak, Mehmet. **Risk ve Yönetim**, Birsan Yayınevi, İstanbul, 2004, s.3

¹²⁵ Çıtak, Serdar. **Geleneksel Risk Yönetiminden Programlanmış Menkul Kıymet İşlemlerine**, Dünya Yayıncılık, Ekonomi Dizisi:7, İstanbul, 1999, s.11.

¹²⁶ Seyidoğlu, Halil. **Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük**, 2.Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 2001,s.45.

yatırımlar yüksek getiri taahhüt eder. Bu açıdan bakıldığında tehlike, getiriye ait ihtimallerin öğrenilmesi vaziyetidir, başka bir deyişle denebilir ki, tehlike bilinmezliğin nesnel miktarıdır.¹²⁷

Risk, insan zekâsında riske işaret eden evham ve fobiye kapsayan bir terim olarak yer etmektedir ve ileride oluşması muhtemel beklenen, netlik taşımasa dahi gerçeğe indirgenen olası vakalar belirtilmiştir. Bu nedenle risk, istenilmeyen bir olayın vuku bulmasının yanı sıra hem gerçekleşme şekli hem de sonucu ile olaylara ait belirsizlik olarak ifade edilmektedir.¹²⁸

Risk terimi yanlış kararlar verme, zarar etme veya kar edememe ve planların gerçekleştirilememesi benzeri durumlar olarak ifade edilmektedir. Planlanan bir aksiyonun gelecekte nasıl sonuçlanacağını bilinememesi riskin temel kaynağıdır. Yatırımcıların yatırım yaparken gayeleri kar etmektir fakat en başta hedeflediklerinden gelecekte pozitif ya da negatif sapmalar oluşması muhtemeldir. Bu belirsiz durum ise yatırımcıların karar alma safhasında risk unsurlarını şekillendirmektedir.¹²⁹

Günümüzde değişimin bir sonucu olarak artan belirsizlik ortamında, iş görenler, belirli seviyelerde risk alarak hareket etmek durumundadırlar. Belirsizlikten meydana gelen bilgi yetersizliği nedeniyle zamanında alınmayan kararlar, örgütlerin fırsatları kaçırmalarına ve rekabetin pozitif yanlarını yitirmelerine sebep olabilmektedir. Bundan dolayı belirsizlik altında iş görenlerin, uygun şekilde risk alarak karar vermeleri gerekmektedir. Özellikle yöneticiler, fırsatları değerlendirebilmek için, gerektiğinde planlarında büyük değişiklikler yapmak, hatta mali sınırlamaları da aşmak durumundadırlar.¹³⁰

Risk, girişimcilik şirketlerinin rekabette avantajlı duruma geçerek fırsatlardan fayda sağlama temennilerinin neticesinde kaybedebilecekleri sermayelerinin tümüne verilen isimdir. Bu kapsamda risk alma, bilinen riskli durumu karşın girişim yapmak, belirli oranlarda riski karşılayabilme kabiliyeti olarak ifade edilmiştir. Yitirme ihtimali olarak tanımlanan risk olgusu, mevcut şirketlerin inovasyon, yeni iş kolları oluşturma aksiyonları ile saldırgan ya da kendi kendine aksiyon almaları ana özellikleri olarak ifade edilmiştir. Risk alma, karşımıza çıkan

¹²⁷ Ercan, Metin Kamil . **Değere Dayalı İşletme Finansı Finansal Yönetim**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2005, s.177-178.

¹²⁸ Thaler, Richard H., and Cass R. Sunstein. "Libertarian paternalism." **American Economic Review**, Vol.93, No.2, 2003, s.175-179

¹²⁹ Bolak, s.1-3.

¹³⁰ Hitt, Black, ve Porter, s.30-38

fırsatlardan çabucak fayda sağlamak amacıyla kaynakların çabucak teminini içeren tez canlı ve cesur hareket tarzına işaret etmektedir.¹³¹

3.1.1.1.1. Girişimcilikte Risk Çeşitleri

Ekonomik Risk

Fertlerin algılarını ve karakterlerini direkt olarak etkileyen davranışlar; bir düşünce, bir obje veya bir durumla ilgili pozitif ya da negatif duyguları, eğilimleri belirtmekte olduğu ifade edilmektedir. Mali risklerin göstermekte olduğu neticeler; gelir, para, servet vb. mali kaynaklar ile ilişkili önemli hayati gereksinimleri yöneten kararlarla ortaya çıkmıştır ve bu kararlarla ilişkili olarak ifade edilir.¹³²

Para tutumları, mali kararlarda barındırdığı risk miktarı nedeniyle ile ehemmiyetli bir yere haiz olarak görülmektedir. Para konusunda mali risk alan bireylerin macera arayışı ve rekabet seviyelerinin yüksekliği dikkat çekmektedir.¹³³

Fertlerin mali riski algılama biçimlerine etki eden en mühim konu; duygusal zekâ olarak belirtilmiştir. Mali risk incelendiğinde, duygusal zekâ ve macera arayışı arasındaki bağlantıya istinaden duygusal zekâları fazla olan fertlerin daha çok mali risk alma potansiyelleri olduğu öngörülmektedir.¹³⁴

Anbar ve Eker'e göre; bir girişimcinin ekonomik riskin fark edilmesini etkileyen faktörler iki ana gruba ayrılmaktadır; karakter ve psikolojik etmenler ile demografik ve sosyo-ekonomik etmenler. Bu faktörlerde meydana gelen herhangi bir değişim, girişimcinin ekonomik risk algısını da etkileyecektir. Bu kapsamda, girişimcilerin ekonomik risk algılarının durağan değil de hareketli olduğu kabul görmüştür.¹³⁵

¹³¹ Lumpkin ve Dess, s.135-172.

¹³² Isa Van Aardt, Carel Van Aardt, Stefan Bezuidenhout, Entrepreneurship and New Venture Management, Oxford, South Africa 2002, s. 9

¹³³ Stephend W. Gilliland, Dirk D. Steiner, Daniel P. Scarlicki, **Emerging Perspectives on Values in Organizations, Information Age Publishing**, USA 2003, s. 132.

¹³⁴ Gerald Matthews, Moshe Zeidner and Richard D. Roberts, **Emotional Intelligence**, MIT Press, USA, 2001, s. 492.

¹³⁵ Saraç, Mehmet, Mehmet Burak Kahyaoğlu, "Bireysel Yatırımcıların Risk Alma Eğilimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik ve Demografik Faktörlerin Analizi", **BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar**. Cilt.5, Sayı.2, 2011, ss.137

Kariyer Riski

Kişinin kariyer seçimi akışı, uzun yıllar içerisinde şekillenmektedir ve çeşitli çevresel, sosyo-psikolojik ve kişisel etmenlerde bu akışı etkileyebilmektedir. Fertlerin girişimcilik kariyeri ile yola devam etmeleri ve girişimcilik kariyeri ile yoluna devam eden fertler mühim bir kariyer riskini göze almış olarak kabul edilmiştir. Girişimcilerin pek çok zaman kafasında dönen problemlerden birisi, iş sahibi olup olamayacakları ya da yeni girişimlerinin başarısız olması durumunda eski işlerine geri başlayıp başlamayacakları olarak belirtilmiştir. Özellikle yüksek maaşlı, kurumsal şirketlerde görev alan yönetim kadrosu girişimcilik fikirleri ile ilgili ana kaygı olarak kariyer riskini görmekte olduğunu belirtmiştir.¹³⁶

Sosyal Risk

Risk ifadesinin esas olarak finansal anlamda kayıp-kazanç olarak algılanması oldukça yaygındır fakat malı zararların yanında, toplumsal zararların da girişimciler tarafınca mühim görüldüğü bilinmektedir. Girişimciler yalnız finansal risk ya da kariyer riski ile değil de, sosyal risk ile de karşı karşıya görülmektedir. Toplumsal risk; kamu ve daha çok ailevi bağlantılar ve ferdin çevresiyle yaşamakta olduğu ilişkilerinin sonuçları ile ilgili olarak görülmektedir.¹³⁷

Yeni bir girişim yapmak amacıyla, girişimci birey enerjisini ve vaktini ayırabilmelidir. Bu vesileyle, riske edilen faktörlerin en üstünde ailevi yaşantı yer almaktadır. Girişimcinin haftalık minimum altmış ila seksen saate kadar çalışmalı, bu zaman kısıntınsa ailevi hayatının da bazı problemler oluşturma potansiyelinin varlığı pek çok girişimci tarafından belirtilmektedir. Özellikle evli ve çocuklu girişimcilerin aileleri, ilişkilerin sekteye uğraması ve aile içinde kalıcı duygusal hasarların yaşanması riskine maruz kalmaktadırlar. Ek olarak, aksayan birliktelikler sebebiyle, girişimcinin arkadaş ortamı da nispeten yok olmaya yüz tutabilmektedir. Bu safhada, başarılı olarak görülen girişimcinin ailevi yaşantısı ile iş yaşantısı

¹³⁶ Justin Longenecker, Carlos Moore, William Petty, Leslie Palich, **Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis**, Thomson Corporation, USA 2006, s.42-43.

¹³⁷ Leo Paul Dana, **Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship**, Edward Elgar Publishing, England 2007, s. 37.

arasındaki dengeyi sağlamakta ve uhrevi dünyasını yaralayabilecek mantıklı olmayan riskler üstlenmemede de ilişkili olduğu ortaya atılmıştır.¹³⁸

Psikolojik Risk

Girişimciler iş hayatına atıldıklarında, işlerin yoğunluğu ve fazla çalışma süreleri, bilhassa işe ilk başladıkları dönem olmak üzere yaşanan uykusuzluk, türlü türlü sorunlarla ve zorluklarla başa çıkma ihtiyacı, değişik karakterde pek çok insan yönetmenin sıkıntıları, zamanla girişimcilerin akli ve fiziksel sağlıklarında sorunlara yol açabilecek faktörler olarak görülmektedir. Yeni bir girişime başlangıçta sağlam bir irade ve akli denge ile ilk adımı atamayan girişimciler; girişimcilik yaşamları süresince karşılaçacakları engebeli yolda pek çok sıkıntı ile haşır neşir olmaktadır. Psikolojik risk, bazı negatif senaryoların gerçek olmasıyla saygı ya da öz güven kaybı oluşturabilmektedir ve fertlerin kendine olan saygıyı kaybetmesiyle psikolojik buhran oluşabilmektedir.¹³⁹

3.1.1.1.2. Risk Algısı

Risk, her opsiyonun belli bir çıktıya ulaştıracığı bilinmekte olup, ancak karar verecek birey tarafından algılanan bu çıktıların ihtimaller silsilesi olması da mümkün görünmektedir. Diğer bir ifadeyle, risk ölçülendirilebilen belirli olmayan bir durumdur. Tüm seçeneklerin belirli çıktılar oluşturduğu ve her çıktının da belirli olasılıklar dâhilinde gerçekleştiği aşikârdır. Risk kayıp veya fayda olarak ortaya çıkacak ihtimallerin çıktısıdır. Risk olan yerlerde, meydana gelebilecek sonuçlara istinaden olasılıklar gerçekleşir. Bu yüzen risk kavramında mühim olan şey ölçme ve değerlendirme olarak belirtilmiştir.¹⁴⁰

Slovic (1995) araştırmasında fert bir hal içerisinde hakikaten risk sezerse halini muhakkak o riske nazaran hesaplayacaktır. Risk algılama hususları, derin anlatımla, güvenilirlik algısı ve tehditleri yok etme üzerine, benzer şeylerin vuku bulması ihtimaller

¹³⁸ Yıldırım, Filiz. Üniversite Öğrencilerinin Yaşamdaki Riskleri Algılamaları Üzerinde Toplumsal Cinsiyet Etkisinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2007, s. 6-10.

¹³⁹ Kuratko, Donald F. **Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice**. Cengage Learning, 2016

¹⁴⁰ Karalar, R. **Yönetmel Ekonomi**, 2. Baskı, Engin Yayınlar, Ankara, 1994

arasında vakaların olası çıktılarına veya fayda vermeyen olası halleri bütün bu olayları toplayan bir akıllık halidir.¹⁴¹

Risk algılamaya doğru var olan yazının ana temeli, risklerin fertler tarafından aynen anlaşılmasıdır. Fertler, benzer hali değişiklik ile algılayabiliyorlarsa, o halde tek ferdin, aynı yedeğiyle ilgili riski değişik sürelerde ya da şartlarda değişik anlaması da mümkün olabilmektedir. İnsan davranışını belirleyen sosyal bilişsel faktörlerden önde gelen risk anlaşılması; belirli davranışların belirli tehlike ile yaratacağı yargısına istinaden yeni bir durumun yaratılarak akışın izlenmesi olarak tanımlanmaktadır.¹⁴²

Risk ifadesi, kar edememe durumu olarak izah edilmektedir. Ama bu ifade anlamsal olarak bir tehdit durumu içeriyor olsa da, çıktı olarak kazanç sağlayabilme durumu da mümkündür. Bilhassa çalışma hayatına başlayan ya da risk olarak yüksek kazanç sağlandığı konusunda birçok örnek mevcuttur. Girişimci risk alma konusunda iştahlı olmak zorundadır, mali konulardan çekinmemeli zarar edebileceği bilincinde olmalıdır, hatta kötü duruma düşmeyi dahi göze almalıdır. Şüphe duymaksızın risk dediğimiz zaman aklınıza ilk gelen şey mali kar ya da zarar olmaktadır. Ama yapılan akademik çalışmalar gösteriyor ki sadece mali kar zarar değil aynı zaman birçok insan sosyal olarak da yıpranmaktadır. İşte bu yüzden girişimcinin ya da girişimci adayının sağlam akli ve fiziki dengesi olmak durumundadır, aksi durumda kişi akli sağlığını veya fiziksel kudretini tamimiyle kaybedilmektedir. Örneğin, fert en yakın çerçevesinde bulunan anne ya da baba ya da eş-dost-akraba etkisi ile risk iştahını kaybedebilir.¹⁴³ Risk anlaması ferdin risk beklentisinden etkilenirken, risk beklentisi de yöneticinin risk opsiyonu ile şekillenmekte olduğu ifade edilmiştir.

Deneyiminden istifade eden fert, herhangi bir halde kar, zarar ya da kayıp, tehlike diye nitelendirilmektedir. İşte bu vesileyle, risk iştahına yatkınlık süreç ilerledikçe ve deneyim edindikçe zamanla değişen ferdi kudret olarak görülmektedir. Ek olarak eğitim durumu,

¹⁴¹ Martin, La Tanya. F. Cultural differences in risk perception: an examination of USA and Ghanaian perception of risk communication (Unpublished master's thesis), Virginia, Virginia Polytechnic Institute, State University.2003

¹⁴² Erdoğan, Ömer ve Egün, Muammer “İki Farklı Meslek Grubunda Çalışan Personelin Denetim Odağı ve Risk Eğilim Düzeylerinin Karşılaştırılması” **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. No.40, 2011, ss.176-185

¹⁴³ Kayalar, M., Ömürbek N. “Girişimci Adayların Risk Almaya yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt.21, No.1, 2007, ss.186-200

girişimcilik mazisi, yaş, cinsiyet, deneyim, ailevi durumu, sosyoekonomik seviye benzer şekilde bölgesel faktörler de algıya etki eden ferdi faktörler olarak verilmiştir.¹⁴⁴

Araştırmacıların çoğunluğu, girişimcilerin yüksek başarı ve hayatlarına yön verme arzusu içerisinde olduklarını yayınlamıştır. Bu yargılara istinaden, girişimciler yaptıkları işleri başarılı şekilde tamamlayan, güçlü ve hayatlarına her daim yön veren kişiler olarak görülmektedir. Girişimciler, risk alma konusunda arzu sahibi, sürekli iş fırsatı kovalayan ve üretim kaynaklarını etkin kullanmak üzere çaba sarf eden fertlerdir.¹⁴⁵

3.1.2. Risk Kuramları

Risk kuramları beş alt başlık altında toplanmaktadır. Bu kavramlar bilişsel neden kuramı, sosyal öğrenme sürecine dayanan kuram, sosyal bağlanma ve geleneksel bağlanma kuramı, bireysel özelliklerin etkilerine dayanan kuramlar ve bütünleştirici kuramlar olarak aşağıda verildiği şekilde tanımlanmıştır.

3.1.2.1. Bilişsel Neden Kuramı

Odağında çalışan ve çalışanın akli süreçleri bulunan kuram olarak tanımlanmıştır. Bu kavramda fert, yarar ve zarar hesaplamaları yaparak riskli davranışın ne olduğuna karar verir. Davranışı meydana getiren fertler kar umarak yüksek beklenti içerisinde olanlardır, yarar beklentisi düşük olanlar ise davranışı gerçekleştirmemekte olduğu belirtilmiştir. Bilişsel neden kuramı; “zihinsel faaliyete ve düşünme-değerlendirme sürecine” dayandırılmaktadır. Bilişsel kavramcılar ise, çoğunlukla “anlama, idrak etme, düşünme, duyuş ve yaratma” şeklinde kuramları üzerine araştırmalarını sürdürmekte olduklarını beyan etmişlerdir.¹⁴⁶

Bu kuramın odak noktası zihinsel süreçlerdir. Kişi, riskli davranışın ne olduğuna karar verirken fayda-zarar hesabı yapmaktadır. Kar beklentisi yükseldikçe birey tutumu oluşmaktadır, yarar beklentisi düşükse tutumu gerçekleştirmemektir. Bilişsel nedensellik kuramı, akli aksiyonlara, düşünerek yargıya varma akışına dayandırılmaktadır. Bilişsel

¹⁴⁴ Erdem, F. “Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım”, **Akdeniz Üniversitesi. İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı.2, 2001, ss.43-61

¹⁴⁵ Aytaç, Ö. Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**. Sayı:15, 2006.

¹⁴⁶ Barlı, Önder. **Davranış Bilimleri ve Örgütlerde Davranış**, Aktif Yayınevi, 2010

kuramcılar, çoğunlukla algılama, düşünme, anlama, duyma ve oluşturma şeklinde kurumlara yoğunlaştıklarını belirtmiştir.¹⁴⁷

3.1.2.2. Sosyal Öğrenme Sürecine Dayanan Kuram

Toplumsal öğrenme akışına inşa edilen kavramda model alınan kişi önemlidir, izleyerek öğrenme olarak nitelendirilen toplumsal öğrenme kanalıyla öğrenme süreci öteki çalışanların tutumlarını izleyerek cezbedici, etkileyici ve pozitif çıktı vereceği öngörülen davranışları öykünmek yöntemiyle öğrenilmesi olarak tasvir edilmektedir. Bu kavram içerisinde, riske karşı tutum; “kişinin çevresini ve fertler arası ilişkileri dikkate alınmaktadır”. Ferdin risk iştahı tutumu, risk alma tutumu gösterenleri izlenerek, öğrenilmesi ve taklit edilmesi olarak açıklanmıştır. Bu kavramda fertlerin risk tutumu gösterilerek insanları cezbedici olarak tanımlayıp, riskli tutum sergileyenleri çekici bulmadıkları vurgulanmaktadır.¹⁴⁸

Bu kuramda, öne çıkan kavram rol modellerdir. Bireyde, gözlem, taklit ve tasdik beklentisi mevcuttur. Davranışın yarar beklentisi ile gerçekleştirilmesi de söz konusu olabilmektedir. Sosyal öğrenme sürecine dayanan kuramda, riske karşı tutum; ferdin çevresini ve fertler arasındaki ilişkileri dikkate almaktadır. Sosyal öğrenme kuramında ferdin risk alma tutumu, risk alma tutumu gösterenleri izlemesi, öğrenilmesi ve taklit etmesi süreciyle açıklamaktadır. Sadece bu kavram, niçin bazı fertlerin risk almaya meyilli fertlere ilgi duyduğunu ve onları özümsemediğini, risk almayan diğer fertleri cezbedici bulmadığını ve benimsemediği konusuna yeterli izahatı getirememektedir.¹⁴⁹

3.1.2.3. Sosyal Bağlanma ve Geleneksel Bağlanma Kuramı

Toplumsal ilişki kuramını ortaya Hirschi atmıştır, bu kurama bakılırsa; fertler gelenek, görenek, etik değerler, kurallar veya yasa ihlali davranışının taşıdığı risk potansiyelini bilmektedir ve topluluğun ortak değerleri nedeni ile bu riski almak istememesi sonucunda toplumun ortak değerlerine uyum sağlamaktadır. Recless’e göre ise toplumda ferdi riskli tutumlara yönelten ya da riskli tutumlardan uzak eyleyen değer yargıları mevcuttur. Bu yargılar

¹⁴⁷ Barlı, Önder. **Davranış Bilimleri**, Bizim Büro Basımevi, Ankara, 2007, s. 177.

¹⁴⁸ Petraitis, J., Flay B. R., Miller, Q. T. Reviewing Theories of Adolescent Substance Use: Organizing Pieces in the Puzzle. **Psychological Bulletin**. Vol.117, 1995, ss.67-86

¹⁴⁹ Petraitis, Flay ve Miller, s.69-83

içsel ve dışsal güvenlik olarak isimlendirilmiştir. Dışsal güvenlik; ferдин ailevi, dini, geleneksel, okul ile ilişkili ve öteki toplumsal tesir parçaları ile benzer biçimde ilişkileri ile oluşmuştur. Dışsal güvenlik unsurları ferдин riskli tutumlardan ırak olmasını sağlamıştır. İçsel güvenlik kavramı; “benlik denetimi, engelleme güdüsü, baş etme becerileri, iç görü” şeklinde ferdi özelliklerin riskli tutumlarını yönetmesinde işaret etmiştir.¹⁵⁰

Hirschi tarafından sosyal bağ kuramı olarak adlandırılan yaklaşıma göre; her insan kurallara veya yönetmeliğe uymama halinin barındığı risk miktarını ön görmekte ve toplumun gözetimi doğrultusunda böylesi riskleri almak istemeyerek toplumun bir ferdi olmaktadır. Reckless, bu kuram kapsamında iç ve dış koruma kavramlarını ortaya atarak. Dış koruma için; her fert eğitim, aile, din ve diğer kamusal oluşumlar ile ilişki içerisinde bulunmaktadır. Böylesi ilişkiler fertleri toplum tarafından onay verilmeyen davranışlardan ırak eylemektedir. İç koruma kavramı içinse ferdi denetim, korumacı dürtü, baş çıkma yetenekleri, iç görü vb. ferdi özelliklerin kişiliği yönetmesi tanımı yapılmıştır.¹⁵¹

3.1.2.4. Bireysel Özelliklerin Etkilerine Dayanan Kuram

Bu teori bireysel değişiklikleri temel almaktadır, fertlerin hayatındaki benzer durum ya da vakalara değişik bireysel özelliklerinden ötürü sergilemiş oldukları tutumların tasvir edilmesi olarak ele alınmaktadır. Kişinin bireysel özellikleri ile bağlantılı olarak genel stres faktörüne göre ferдин risk alma iştahında meydana gelen artış olarak ele alınmaktadır. Risk iştahındaki artışın ferdi cesaretlendirdiğine de değinilmiştir.¹⁵²

Bu kuramın dayandığı nokta, bireylerin sahip oldukları farklı özelliklerin yaşamlarındaki vaka ya da durumlar karşısındaki davranışlarını belirlemesidir. Kumpfer ve Turner’a göre, genel stres faktörleri doğrultusunda ferдин risk iştahı artmakta olup. Risk iştahındaki artışın ferdi cesaretlendirdiğine de değinilmektedir. Bu vaziyet tümüyle ferдин bireysel özellikleriyle ilgilidir.¹⁵³

¹⁵⁰ Vito, Gennaro F., and Jeffrey R. Maahs. Criminology. Jones & Bartlett Publishers, 2015

¹⁵¹ Vito and Maahs, s.181

¹⁵² Barlı, *Davranış Bilimleri ve Örgütlerde Davranış*, s.45

¹⁵³ Jaroonrat Rodniam, The Social Ecology Model of Drug Use and Delinquency Among Thai Adolescents, The University of Utah **Doctorate Thesis**, 2007, s. 56.

Kaplan ve Sadock'un, benlik saygısı üzerine yaptıkları çalışmalarda, etrafındaki insanlardan sürekli negatif eleştiriler alan fertlerin daha az benlik saygısı ve zarara uğramış benliğe sahip olduklarına yer verilmiştir. Sundukları sonuçlar göstermektedir ki; ziyan olan veya kabul görmediğini hisseden fertler ve bu fertlerin her an savunmaya hazır benlikleri rol model olarak aldıkları kişisel özelliklerinden farklılaşabilmekte, genel standartlara bir tepki olarak gereksiz risk üstlenebilmektedirler.¹⁵⁴

3.1.2.5. Bütünleştirici Kuram

Risk iştahına etki eden faktörlerin, toplumsal yargılar “sosyo-ekonomik düzey vb.”, psikolojik nitelikler “kişilik, düşük benlik saygısı, benmerkezcilik vb.”, davranış ve inançlar, tutuma etki edebilecek kişilerle ilişki seviyesinin de benzer biçimde durumlar bulunduğunu ifade eden kuram olarak tanımlanmıştır. Risk iştahını belirleyen faktörlerin, sosyal yargılar (sosyal ve ekonomik denge, bozulmuş aile yapısı vb.), manevi özellikler (benlik, karakteristik özellikler, az kişilik saygısı ve fazla stres gibi), davranışlar ve inançlar, tutuma etki edebilecek kişilerle ilişki düzeyleri (aileden uzaklaşma, az veya fazla sosyal çevre) benzer biçimde durumlar olduğunu ifade eden kuramlardır.¹⁵⁵

3.1.3. Risk Alma

Son yıllarda yaşanan değişimin bir çıktısı olarak artan belirsizlik ortamında, çalışanların, belirli düzeylerde risk alarak faaliyetlerini devam ettirmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Bu belirsiz durum neticesinde ortaya çıkan bilgi eksikliği sebebiyle süresinde verilemeyen kararlar, şirketlerin fırsatları değerlendirememesi ve rekabet üstünlüğü sağlayamaması ile sonuçlanmaktadır. Bundan dolayı belirsizliğin hâkim olduğu zamanlarda çalışanların, uygun riskler alarak karar vermelerinin önem arz ettiği belirtilmiştir. Özellikle yönetim kadrosunda yer alan çalışanlar, fırsatları değerlendirmek adına, gerekli görüldüğü zaman planları kökten değiştirmek, finansal kısıtlamaları da bertaraf etmek durumundadır.¹⁵⁶

¹⁵⁴ Petraitis, Flay, ve Miller, s.67-86.

¹⁵⁵ Ralph J. DiClemente, Richard A. Crosby, Michelle C. Kegler, **Emerging Theories in Health Promotion Practice and Research**, John Wiley&Sons, USA 2009, s. 252

¹⁵⁶ Hitt, Black ve Porter, s.34

Girişimciler risk alabilme özellikleri ile öteki çalışanlardan farklılaşmakta, bu vaziyet bütün girişimcilik türleri için geçerlilik arz etmemektedir. Girişimcilerin yönetim kadrosundan çokta bir değişiklik göstermediği ifade edilmiş ama daha fazla deneyime sahip girişimcilerle yolun başında olan girişimciler arasında farklar olabileceği de belirtilmiştir. Risk iştahına sahip girişimci, bu iştaha sahip olmayanların ise sıradan çalışan olduğu kabul görmüş ve risk iştahına sahip olmanın girişimcileri öbürlerinden farklılaştırdığı vurgulanmaktadır. Risk unsuru girişimci ve girişimcilik kavramları için olmazsa olmazdır. Girişimcilerin risk iştahına sahip olma özelliklerinin içten gelen bir özellik olduğu ifade edilirken etraftaki kişilerden ve mevcut durumdan etkilenen ve değişme potansiyeli muhteva eden bir özellik olduğu vurgulanmaktadır.¹⁵⁷

Girişimcilik araştırmaları neticesinde ortaya atılan risk iştahi kavramı bütün şirketlerde bilhassa yönetim kadrosunun haiz olmak durumunda olduğu ana özelliklerden biri olarak kabul görmektedir. Yönetim kadrosu, stratejik amaçlarına ulaşmak üzere farklı problemlerle karşı karşıya kalabilmekte ve bu problemlerin çözebilmek adına yeni yöntemler bulma, karar alma durumunda kalmaktadırlar. Yönetim kadrosunun alacakları aksiyonların zekice olması gerekmektedir. Risk, zekice kararlar alındığı müddetçe şirketlerin ilerlemesinde önemli rol alır.¹⁵⁸

Risk iştahına sahip bir girişimci için, mali perspektiften kar edememe tehlikesini ve kamusal perspektiften ise başarısız olma durumunu göze almak olarak belirtilmiştir. şüphesiz ki risk söylemi aklımıza hemen mali perspektiften kar-zarar kavramlarını yerleştirmektedir. Ancak sunulan çalışmalar gösteriyor ki mali zararlar yanı sıra, kamusal zararların da girişimciler nezdinde önem arz ettiği görülmüştür. Girişimcilik, kişileri risk iştahlarını artırmaya iten veya bu iştahtan uzak tutan faktörlerin bir bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bahsi geçen faktörler, fertten ferde değişen ve genellemesi pekte mümkün olmayan. Örneğin, bireyin en yakınlarının (anne ve babası veya yakın akrabalarının) etkisi, büyüme tarzı, aldığı eğitimler,

¹⁵⁷ Kihlstrom R. E., Laffont J. J. "A General Equilibrium Entrepreneurship Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion", **Journal of Political Economy**. Vol.87, No.7, 1979, ss.719-748

¹⁵⁸ Demir M. H., Gümüşoğlu ř. **Yönetmel Karar Verme**, İzmir, 1988

ferdin iç dinamikleri ve cinsiyeti şeklinde faktörler risk iştahı miktarını saptamak amacıyla verilen faktörlerden bazıları olarak yer bulmuştur.¹⁵⁹

3.1.4. Risk Alma Karakteristiğinin Ölçülmesi

Bireylerin risk iştahını ölçümlemek üzere Weber ve arkadaşları tarafından 2006 yılında DOSPERT (A Domain-Specific Risk-Attitude Scale) ismini verdikleri bir ölçek kullanmıştır.¹⁶⁰ Blais ve Weber ölçeği bu haliyle kültür, eğitim ve yaş kısıtlarından ötürü yaygın bir kitleye uygulanabilir özellikte bulunmaktadır. Akademisyenler risk iştahını 5 ana başlıkta ele almışlardır: Finansal karar alma, sağlık/güvenlik ile ilgili karar alma, eğlence kararı alma, ahlaki davranış kararı alma ve sosyal karar alma.

Blais ve Weber kişilerin risk iştahı boyutunun riskin alınacağı alana göre değiştiğini vurgulamıştır. Bir konuda yüksek risk almaya meyilli birey bir diğer alanda ise risk almaktan çekinebilecektir. Buna istinaden konu bazlı risk iştahı ölçeği daha faydalı olarak düşünülmüş ve bu yeni ölçek geliştirmiştir.¹⁶¹ Likert türünde tasarlanan bu ölçek beş faktörden oluşmakta ve toplam 30 madde yer almaktadır.

¹⁵⁹ Kayalar ve Ömürbek, s.185-200.

¹⁶⁰ Elke U. Weber-Ann-Rene' E Blais-Nancy E. Betz A Domain-specific Risk-attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors", **Journal of Behavioral Decision Making**, No.15, 2002, s.263 290

¹⁶¹ Ann-Renée Blais-Elke U. Weber, "A Domain-Specific Risk-Taking Scale for Adult Populations", **Judgment and Decision Making**. Vol. 1, No. 1, July 2006, s.33-47

4. DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.1. Kontrol Odağı Ve Ölçümlenmesi

4.1.1. Kontrol Odağı Kavramı

4.1.1.1. Kontrol Odağı Tanımı

Temelleri toplumsal öğrenme kuramından gelen kontrol odağı kavramı ilk başlarda Rotter (1966) tarafından ele alınmıştır. Rotter çalışmasında öğrenme olayını, toplumsal öğrenme kuramında olduğu gibi benzer biçimde sadece pekiştirmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmamaktadır. İnsanlar çocukluktan itibaren pekiştirenlerin sonucuna nazaran iyimi yoksa kötümü davranacaklarını öğrenirler. Ancak bu süreçte hangi tip davranışların ne gibi sonuçlar doğuracağı konusunda bazı beklentiler geliştirirler. Bundan dolayı pekiştirenler kimi zaman belirli şartlara göre davranışlar üzerinde etkili olurken kimi zaman de etkili olmayabilir. Bireylerin yaşadığı bütün bu öğrenme tecrübeleri, onlarda vakaları denetimli olup olmadığıyla ilgili kendine içerisinde beklentilerin oluşmasına neden olacağını belirtmektedir. Ferdin yaşadığı pekiştirenlerin, hayatla ilgili başarı ya da başarısızlıklarının nedenini hangi sebebe atfettiği (kendi davranışlarına ya da başka güçlere) hususu bu aşamada gizlilik arz etmektedir.¹⁶²

Bazı kişilerin yüksek kişisel denetim dürtüsü bulunurken, bazılarının tutumları ile meydana gelen olaylar arasında ilişki kuramamakta olduğu vurgulanır. Rotter 1966 yılında yayınlandığı teorisiyle, insanoğlu başına gelen güzel veya çirkin vakaların nedenlerini idrak etme nazarında farklılık göstermektedir. Başka bir deyişle denetim odağına olan inanç, çevresel koşulların kişinin başarısına ve başarısızlığına veya öteki yaşadığı vakalara açıklama getiremedikleri zamanlarda, bunları açıklayabilmek için olağan bir yordam olarak karşımıza çıktığını vurgulamaktadır.¹⁶³

¹⁶² Tabak, Akif. ve Erkuş, Ahmet. Denetim Odağının Bireylerin Belirsizlikle Baş Etme Düzeylerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.26, Sayı.1, 2008, s.213-227

¹⁶³ Basım, H. Nejat, Şeşen, Harun, “Kontrol Odağının Çalışanların Nezaket ve Yardım Etme Davranışlarına Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Sayı:16, 2006, s.160- 168

Rotter’a bakılırsa (1966) insanların başına gelen iyi ya da kötü vakaları idrak etme şekilleri farklılık göstermekte ve bu değişiklik, hayatın kalanında kendi veya başkası tarafından deneyimlenen olayları ele alma şekillerinin etkisinde kalmaktadır. İşte bu noktadan hareketle fertlerin deneyimledikleri olaylar üzerinde ne tür faktörlerin etki ettiği hususu kontrol odağı olarak ele alınmaktadır.¹⁶⁴

Kontrol odağı terimi, sosyal öğrenme teorisi içerisinde şekillendirilmiş ve bir kişisel özellik olarak tanımlanmıştır. İlk olarak Rotter’a ait 1966 yılında yapılan çalışmada yer almıştır. Denetim odağına olan inanç fertlerin deneyimledikleri gelişmelerin yani edindikleri neticelerin, ödüllerin, başarı veya başarısızlıkların nelere atfedildiği ile ilgilidir. Kendi dışındaki kader, şans ve diğer güçlü faktörlere bağlanabileceği şeklinde bireysel davranışlarının sonucu olarakta görebilmektedir. Denetim odağı, ferdin deneyimlediği vakaları ne tür faktörlerin etki ettiğine olan inancıdır.¹⁶⁵

Kontrol odağı kavramını daha iyi anlayabilmek için bu kavramla ilgili literatürde yer edinen çeşitli tanımlara bakmak gerekmektedir. Kontrol odağı ile ilgili tanımlamalar kısaca özetlenecek olursa;

- Kontrol odağı, “ferdin iyi yahut kötü olarak kendisini etkileyen vakaları, kendi kabiliyetlerini, özelliklerini, kaderi veya güçlü olan başka insanoğlu gibi değişkenlere bağlama eğilimi” şeklinde tanımlanmaktadır.¹⁶⁶
- Kontrol odağı, “bireyin davranışından sonraki pekiştiricileri kontrol eden gücün kaynaklandığı yer ve yaşam vakaları üzerinde denetim sağlamada kişisel inançların kaynaklandığı yer” şeklinde ifade edilmektedir.¹⁶⁷

¹⁶⁴ Basım, H. Nejat, and Harun ŞEŞEN. "Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları ile İlişkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma." **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**. Cilt.63, Sayı.3, 2008, s.49-64

¹⁶⁵ Strauser, David R., Kristi Ketz, and Jeanmarie Keim. "The relationship between self-efficacy, locus of control and work personality." **Journal of Rehabilitation**. Vol.68, No.1 2002, s.20

¹⁶⁶ Yalçın, B., Tetik. S. ve Açıkgöz A. Yüksek Okul Öğrencilerinin Problem Çözme Becerisi Algıları ile Kontrol Odağı Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**. Cilt.2, Sayı.2, 2010, s.19-27

¹⁶⁷ Küçükkaragöz, H. İlkokul Öğretmenlerinde Kontrol Odağı ve Öğrencilerinin Kontrol Odağının Oluşumuna Etkileri, **Doktora Tezi**, DEU Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, 1998

- Kontrol odağı, fertlerin çevrelerinde denetime tabi olabilme becerilerine haiz oldukları kanısında oldukları benliğinin bir boyutu olarak tanımlanmaktadır.¹⁶⁸
- Kontrol odağı, kişinin edindiği tutumların yol açacağı neticeler hakkındaki beklentileri olarak ifade edilmektedir.¹⁶⁹
- Kontrol odağı bir davranışın istenilen sonuçlara ulaşım ulaşmayacağı mevzusunda, kişilerin beklenti içinde olduklarını ve bu beklentilerin, kişilerin yaptıklarının önemli bir göstergesinin bulunduğunu varsaymaktadır.¹⁷⁰
- Kontrol odağı, ferdin yaşadığı vakalar üzerinde nelerin etkisi olduğuna dair inancını ifade eder.¹⁷¹
- Kontrol odağı inancı, fertlerin deneyimledikleri gelişimlerin, doğru aksiyonların sonuçların veya ödüllerin ya da başarı yahut başarısızlık durumlarının, ne tür sonuçlarla bağdaştırıldığı ile ilgilidir. Bunlar, ferdin kendi dışında kader, şans ve diğerleri vb. etmenlerle ilişkilendirilmekle beraber, kendi tutumlarının neticesinde de ortaya çıkabilmektedir.¹⁷²

Denetim odağı, ferdin stres duyduğu bir ortamda, stresini kontrol edebilmek için kendi tarafından yapılan bilişsel değerlendirme olarak ele alınmaktadır. Birey için bilişsel süreçler, birincil ve ikincil değerlendirme şeklinde ikiye ayrılarak anlam belirlemeye yardımcı olmaktadır. Birincil değerlendirme, bireyin algısının olayın bireyin iyi hali üzerinde etkili olup olmadığını ve eğer etki varsa stres oluşup oluşmayacağının değerlendirilmesi olarak belirtilmektedir. İkincil değerlendirme ise, strese karşı kullanılacak olası üstesinden gelme taktiklerinin ele alınması olarak tanımlanmıştır. Bu tip durumların kontrol edilebilme ihtimaline olan inanç, değerlendirme akışına önemli bir boyutta etki edeceğine inanılmaktadır.¹⁷³

¹⁶⁸ Hung, C. & Hsu, K. "Impact of Locus of Control, Changes in Work Load and Career Prospect on Organizational Commitment of Employees of Life Insurance Companies During Merger and Acquisition African". **Journal of Business Management**. Vol.5, No.17, 2011, s.4542-4556.

¹⁶⁹ Rotter, J. B. Generalized Expectancies For Internal Versus External Control Of Reinforcement, **Psychological Monographs**, Vol.80, 1966, s.1-28

¹⁷⁰ Rossier, J., Dahourou D. ve McCrae, R.R. Structural and mean-level analyses of the five-factor model and locus of control: Further evidence from Africa. **J Cross-Cultural Psychol**, Vol.36, 2005, ss.227-246

¹⁷¹ Strauser, Ketz, ve Keim, s.20-26.

¹⁷² Basım ve Şeşen, Kontrol Odağının Çalışanların Nezaket ve Yardım Etme Davranışlarına Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, s. 159-168.

¹⁷³ Folkman, S., Lazarus, R.S. If it changes it must be a process: Study of emotion and coping during threestges of a college examination. **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol.48, No.1, 1985, ss.150-170

Denetim odağı algısının, nedensellik belirtme ve mesuliyet yükleme ile yakından ilişkili olduğu ifade edilmektedir.¹⁷⁴ Rotter'ın 1966 yılında yayınlanan araştırmasında denetim odağı; ferдин yaşamları içinde kendilerini etkileyen pozitif ya da negatif olayları, kendi yeterliliklerine, kişisel özelliklerine, dinamiklerine, kadere, talihe, farklı güçlere ya da başka insanlara bağlama ve yöneltme eğilimidir. İç ve dış olmak üzere iki tür denetim odağı yaklaşımından bahsedilmektedir. İç denetim odağı, kişinin yaşamında yaşadığı pozitif yahut negatif senaryoların kontrolünün kendine ait olabileceğine ve bütün deneyimlediklerinden hesap verebilme dürtüsünde olduğuna olan inanç olarak ifade edilmektedir. İç denetimli fertler, deneyimledikleri neticesinde kendi tutumlarının da payı olduğuna inanmaktadır. Dış denetim odağı, ferдин kendi tutumları ve böylesi tutumlarından dolayı ortaya çıkan neticeler üzerinde kontrol sahibi olamadığına veya yaşantısının ve deneyimlediği olayların şanssızlık, talihsizlik, alınyazısı ve başkaları vb. faktörlere dayalı olduğu inancında olması olarak ifade edilmiştir.¹⁷⁵

4.1.1.2. Kontrol Odağına Göre İç Kontrol Yönelimli Bireylerde ve Dış Kontrol Yönelimli Bireylerde Görülen Özellikler

Denetim odağı kavramı, Rotter'ın toplumsal öğrenme kuramının yapıtaşını oluşturmaktadır. Rotter (1966) denetim odağını, ferдин yaşamsal eylemlerinin kendi tarafından ya da ötekiler/diğer çevresel unsurlar tarafından denetim edildiğine dair inancı olarak tanımlar. Fertlerin kendi yaptıklarını denetime tabi tutabilme becerileri nazarında birbirlerinden farklı bulunduğunu gözlemlenmiştir.^{176 177}

İç kontrol odağı, bireylerin rastladıkları olayları, kendi tutumları ile alakalı olarak idrak etmesi ve neticelerinin kendi uhdesinde olduğuna inanma eğilimi olarak tasvir edilmektedir. İç denetim odağına sahip kişiler, kendi sorumluluklarının farkındadırlar, eylemlerinin olumlu veya olumsuz sonuçlarını üstlenirler. Dış denetim odağı ise, ferдин karşılaştığı olayların neticelerini kendi tutumlarıyla değil, kendileri haricindeki güçlerin (şans,

¹⁷⁴Bacanlı, Hasan. **Gelişim ve Öğrenme**. Ankara: Nobel Yayınevi, 2002

¹⁷⁵ Rotter, s.1-28.

¹⁷⁶ Erbin-Roesemann, M. A., & Simms, L. M. "Work Locus of Control: The Intrinsic Factor Behind Empowerment and Work Excitement." *Nursing Economics*, Vol.15, No.4, 1996, ss.183-190

¹⁷⁷ Çakır, G. "İş görenlerin Demografik Özelliklerine Göre Motivasyon Araçları ve Denetim Odağı Değişkeninin İncelenmesi", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, 2009

kader, otorite vb.) tesiri ile ortaya çıktığına inanmasıdır.¹⁷⁸ Dış kontrol odağına haiz bireyler, başarısızlıklarında dış çevre koşullarının, kendileri dışındaki faktörlerin etkili olduğunu düşünürler.

4.1.1.2.1. İç Kontrol Yönelimli Bireylerde Görülen Özellikler

Rotter tarafından 1966 yılında yapılan araştırma incelendiğinde iç kontrol odağına sahip bireyler; ikna becerileri gelişmiş, hedeflerinde tutarlı ve dirayetli bireyler olarak nitelendirilmiştir. Bireyler, yaşadıkları vakaların neticelerini kendi kişisel özellikleriyle, yaptığı ya da yapmadığı davranışlarıyla ilgisi bulunduğunu düşünürse iç denetim odaklıdır.¹⁷⁹

İç denetim odaklı fertler çevrelerindeki değişim ve uyarılara, gelecekteki davranışlarını belirlemede etkili olacağını düşünüp beklenenden çok daha fazla ilgi gösterirler. Çevresel koşullarda değişiklik yapma konusunda istekli ve kendi becerilerine, başarılı olmaya önem verirler. Yaşamlarıyla ilgili herhangi bir mutsuz konumda olduklarında bunu kendi çabalarıyla değiştirebileceklerini düşünürler. Duygularını denetim etmede ve ifade etmede zorlanmazlar. Amaçlarına ulaşmanın ancak kendi çaba ve gayretleriyle ilgili olduğunu düşündüklerinden zor hedefler koyarlar. Başarı veya başarısızlıkları kendi gayretlerine bağlarlar. Problemleri çözmeye karşı etken ve mücadeleci davranışlar sergilerler ve iş ortamlarında daha başarılı olurlar.¹⁸⁰

Gerçekleştirilen araştırmalarda iç kontrol odaklı bireylerin bilimsel nitelikli olarak başarılı ve rekabetçi oldukları, buhrana daha azca yakalandıkları, inovatif oldukları, iş tatminlerinin, istekliliklerinin daha fazla olduğu, yüksek ücret ve ileri unvana sahip olduğu, girişimcilik özelliklerinin iyi derecede olduğu tespit edilmiştir.¹⁸¹ Bu değerlendirmeler sonrasında iç denetim odaklı bireylerin genel olarak; dış çevreden gelen negatif etkilere karşı

¹⁷⁸ Oliver, J. E., Jose, P.E. Brough, P. "Confirmatory Factor Analysis of the Work Locus of Control Scale", **Educational and Psychological Measurement**. Vol.66, No.5, 2006, s.835-851

¹⁷⁹ Rotter, s.1-28.

¹⁸⁰ Basım ve Harun, Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt içi Girişimcilik Tutumları ile ilişkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, s.63-3

¹⁸¹ Tabak ve Erkuş, s. 213-227

koyabilen, özgürlüklerinin sınırlandırılması konusunda duyarlı olan ve pozitif düşünen fertler oldukları söylenebilmektedir.¹⁸²

İç denetim odağına sahip bireyler, iş ortamını kontrol edebileceklerine inanırlar, meydana getirilen işlerle ilgili kendilerini güçlendirilmiş hissederler. Dış denetim odağına haiz fertler ise iş ortamının dış güçler tarafından kontrol edildiğini, kendilerinin etkisinin olmadığını düşünürler.¹⁸³ Denetim odağı, birçok kişilik özelliğiyle oldukça sağlam ilişkiler göstermektedir. İç denetim odağı inancının, daha iyi bir duygusal uyumla, bir başka deyişle ruhsal problemlerin azlığıyla, öznel iyilik hali ve stresle daha iyi başa çıkabilmekle ilişkili olduğu birçok araştırmacı tarafınca bildirilmiştir.¹⁸⁴

4.1.1.2.2. Dış Kontrol Yönelimli Bireylerde Görülen Özellikler

Bireyler başına gelen olayları şansa, kadere, çevredeki güçlü insanlara ya da başka faktörlere bağlıyorsa onlara dış denetim odaklı fertler denir. Rotter'ın(1966) yaptığı çalışmalarda dış kontrollü bireylerin ikna kabiliyetleri ve istekliliklerinin düşük olduğu, sigara içmeye daha çok eğilimli oldukları görülmüştür.¹⁸⁵

Dış denetim odaklı fertler, etraftaki güçlü ve kompleks olguların tutumlarına ve yaşantılarına yön verdiği bilincindedir. Etraflarında meydana gelenler hakkında değişiklik yapma mevzusunda çok fazla istekli değildirler. Genel olarak hayatlarını yönlendirmede çaresizlik eğilimindedirler. Ayrıca bu fertler kazandıkları başarı ve ödüllerin nedenini kendi çabalarından çok, doğru yerde doğru zamanda olmaya veya şansa bağlarlar. Belli bir işe seçilmek veya işlerinde kabullenilmek için çok fazla çaba sarf etmezler, kaygı ve depresyona daha yatkındırlar. Hayatta yaşadıkları başarısızlıklarda devamlı başkalarını suçlarlar veya başka

¹⁸² Şeşen, Harun. Kontrol Odağı, Genel Öz Yeterlilik, İş Tatmini ve Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Ankara'da Bulunan Kamu Kurumlarında Bir Araştırma, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt 28, Sayı 2, 2010

¹⁸³ Wang, L. Zhang, D. Jackson L. "Influence of Self-esteem, Locus of Control, and Organizational Climate on Psychological Empowerment in a Sample of Chinese Teachers", **Journal of Applied Social Psychology**. Vol.43, 2013, s.1428-1435

¹⁸⁴ Dağ, İ. "Kontrol Odağı Ölçeği (KOÖ): Ölçek Geliştirme, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması." **Türk Psikoloji Dergisi**. Cilt.17, No.49, 2002, s.77-90

¹⁸⁵ Rotter,1966, s.1-25.

dış sebepleri bunun nedeni olarak görürler. Problemleri çözme konusunda eylemsiz kalmayı seçme eğilimindedirler.¹⁸⁶

Dış kontrol odaklılar iç denetim odaklılara bakılarak daha az başarılıdır. Çevrelerindeki insanlara çok fazla güvenmezler ve kendilerini yetersiz olarak görürler. İç denetim odaklılara göre daha çok streslidir. İş yerlerini daha çok stresli ve tehdit edici olarak algırlar. Görev tatmini, şirket bağlılığı ve iş istekliliği iç kontrol odaklılara göre daha düşüktür. Genel olarak belirsizlikten kaçan, edilgen ve pasif bireylerdir. Dış kontrol odaklı fertler hayatlarında yaşanmış olan mutsuzluklarla çok fazla savaşım etmezler, girişimcilik özellikleri zayıftır.¹⁸⁷

Denetim odağı özelliği genelleştirilmiş beklentiler olduğu için, bazı durumlarda dıştan denetimli fertler içten denetimlilerle benzer biçimde davranabilmektedirler. Bunun sebebi, kendilerinin öğrenme süreçlerinde, pekiştiricileri elde edebilmenin kontrolünün kendilerinde olduğunu öğrenmiş olmalarıdır.¹⁸⁸

Araştırmalar içten denetimli kişilerin; entelektüel ve akademik faaliyetlerle daha çok süre harcadıkları, okuldaki ortalamalarının daha fazla olduğu, bilhassa yarışmalarda üstün performans gösterdikleri, sosyal aktivitelerde aktif oldukları gözlemlenmiştir. Negatif durumlara daha dirençli olan içten denetimli kişiler, kişisel özgürlükleri sınırlandığında daha fazla tepki göstererek, kendilerini daha etkin, güven duyan, hiçbir olguya bağlı olmayan kişiler olarak algılayan, çevik, inovatif fertler olarak görülmektedir.¹⁸⁹

4.1.2. Kontrol Odağı İle İlgili Kuramlar

4.1.2.1. Rotter Sosyal Öğrenme Kuramı

Kontrol odağı kavramı ilk kez Rotter tarafından, sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde konuşlandırılmış kişisel özellik olarak belirtmektedir. Kurama göre, fertler başlarına gelen

¹⁸⁶ Basım ve Şeşen, Kontrol Odağının Çalışanların Nezaket ve Yardım Etme Davranışlarına Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, s.159-168.

¹⁸⁷ Şeşen, s.195-220

¹⁸⁸ <http://psych.fullerton.edu/jmearns/rotter.htm>. Erişim tarihi: 05.02.2019

¹⁸⁹ Tümkaya, Songül, “İlkokul Öğretmenlerindeki Denetim Odağı ve Tükenmişlikle İlişkisi”, PAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 8, 2000

güzel ya da çirkin vakaların nedenlerini idrak edebilmek üzere farklılaşmaktadırlar.¹⁹⁰ J.Rotter'ın (1954) yayımlandığı makalede “pekiştirme” terimine bilgisel bir parça olarak “beklenti” terimini yerleşmiş ve öğrenme modeli modernize edilmiştir. “Sosyal Öğrenme Modeli” olarak kabul gören bu yeni model ile denetim odağı teriminin teorik yapısı oluşturulmuştur. Rotter'ın Toplumsal Öğrenme Kuramında yer alan kişisel özelliğin, ferdin etrafındakilerle ilişkisi neticesinde ortaya çıktığı kabul edilmiştir.¹⁹¹

Kontrol odağı için gerçekleştirilen ilk deneysel çalışmalar daha çok fertlerin ne umduklarının yetenek faktörüyle mi yoksa şans etmeni ile mi ilişki olduğunu açığa çıkartır, umulanın iyi mi gerçekleştiğini izah etmeye yönlendirilmiştir.¹⁹² Rotter, kontrol odağını sosyal öğrenme kuramı içerisinde inceleyerek ve bu araştırmaya binaen; geliştiricilerin ferdin tutumlarına göre açığa çıktığı periyotlarda fertlerin iç kontrol oluşturdukları, pekiştiricilerin ferdin tutumlarının neticesi ile ilgili olmaksızın rasgele açığa çıktığı durumlarda ise fertlerin dış denetim oluşturdukları ifade edilmektedir.¹⁹³

Rotter'e nazaran kontrol odağı teorisinin alt yapısı toplumsal öğrenme teorisinden gelmektedir. Rotter, pekiştirici, kontrol odağının bir bacağı olarak değerlendirir. Fakat geliştiricinin yalnız olarak tutuma etki edemeyeceğini, bir tutumun açığa çıkmasında ferdin bir eylem ile ilgili ihtimalleri, inanışları değişken durumlarla mukayese ederek geliştirmesi gereklidir ve tutumun açığa çıkmasına sebep olmalıdır. Rotter, bununla beraber tutumların sadece bireyin, ferdi algılar yahut pekiştiriciler tarafınca değil, bununla beraber bireyin davranışları sonucunda gereksinimlerini karşılamaya dönük beklentileri tarafından da oluştuğunu açıklar. Rotter'ın Sosyal Öğrenme Kuramı, psikolojideki farklı iki önem arz eden kuram olan tutuma dayalı kuramlarla, bilgiye dayalı kuramları bütünleştirir. Karmaşık insan davranışını; davranışlar, beklentiler, pekiştirme kıymeti ve psikolojik vaziyet olarak dört tür değişkenle açıklamaktadır.¹⁹⁴

¹⁹⁰ . Çetin, Fatih “Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü” **Business and Economics Research Journal**. Vol.2, No.3, 2011, s.69-85

¹⁹¹ Dağ, İ. Kontrol Odağı, Öğrenilmiş Güçlülük ve Psikopatoloji İlişkileri. **Psikoloji Dergisi**. Cilt.7, Sayı.27, 1992, s.1-9

¹⁹² Phares, E. Jerry. "Expectancy changes in skill and chance situations." **The Journal of Abnormal and Social Psychology**. Vol.54, No.3, 1957, s.339

¹⁹³ Erdoğan, Ömer ve Egün, Muammer “İki Farklı Meslek Grubunda Çalışan Personelin Denetim Odağı ve Risk Eğilim Düzeylerinin Karşılaştırılması” **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. No.40, 2011, s.176-185.

¹⁹⁴ Demirkol, İlkur “Avukatlarda İş Doyumu, Tükenmişlik ve Denetim Odağının Bazı Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi” **Yüksek Lisans Tezi**, Mersin Üniversitesi, 2006, s.54-57

4.1.2.2. Yükleme Kuramı

Denetim odağı kavramı, sosyal öğrenme kuramından başka, yükleme kuramında da kullanılmıştır. Yükleme kuramına bakılırsa, kişi davranışın nedenini iki nedensel (içsel- dışsal) kaynaktan birine yükleyebilir. Bu sebepler tutumu sergileyen bireyin kendinde meydana gelen “kişisel” ve etrafında oluşan “çevresel” sebeplerdir. Kabiliyet, inanç ve tutum şeklinde kişisel; meydana getirilen işin güçlüğü yahut kolaylığı, toplumsal normlar ve davranışın gerçekleştiği ortam benzer biçimde çevresel etmenleri oluşturmaktadır.¹⁹⁵ Yükleme kuramı sonuç olarak iç ve dış kontrol odaklı olmanın sebeplerini ortaya koymaktadır. İki sebep olarak da, kişisel sebepler iç denetim odağına; çevresel etmenler de dış denetim odağına işaret etmektedir. Yükleme kuramı, denetim odağı kavramını açıklarken, yaşamları içindeki davranışları esnasında bireylerin, kendileri ile ilgili düşüncelerinin etkisi altında bulunduğunu savunur. Kurama göre, insan doğasında kendisinin de içerisinde yer aldığı yahut almadığı vakaları açıklamaya ve tanımlamaya yarayacak yüklemeler yapma eğilimi bulunmaktadır.¹⁹⁶

Weiner ve dostlarına nazaran; fertler başarı ve başarısızlık durumlarının nedenini dört temel faktörden birisine yükleme yapmış olduklarını belirtmektedirler. Bunlar kabiliyet, çaba, işin güçlüğü ve şanstır. Böylece dört etmen aşağıdaki gibi nitelendirilmektedir:¹⁹⁷

1. Yetenek - İstikrarlı, iç kontrol edilebilir.
2. Çaba gereksinimi - İstikrarsız, iç kontrol edilebilir.
3. İşin zorluğu - İstikrarlı, dış kontrol edilemez.
4. Şans etmeni - İstikrarsız, dış kontrol edilemez.

Yükleme teorisinde nedensellik durumu özelinde değişiklik yapılabilmekteyken, sosyal öğrenme teorisinde fert özelinde tasvir edilmektedir. Yükleme teorisinde, tutumun neticesi, durum özelliğinde kabiliyet, çaba, görevin zorluğu, şans şeklinde değişkenlik gösteren

¹⁹⁵ Dönmez, Ali. “Denetim Odağı (Locus Of Control) ve Çevre Büyüklüğü”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, No.1, 1983, s.37-48

¹⁹⁶ Sipahi, Esen “ Kosova ve Türkiye’de Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ ve Zekâ ve Denetim Odağı Düzeylerinin İncelenmesi” **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara, 2010, 3-46.

¹⁹⁷ Demirkol, s.54-57

faktörlerle ilişkilendirilirken, sosyal öğrenme teorisinde, ferдин iç yahut dış denetim odaklı oluşuna bakılırsa belli etmenlere bağlanır.¹⁹⁸

4.1.2.3. Sosyal Öğrenme Kuramı

Toplumsal öğrenme teorisinde Rotter (1954) ve Bandura (1977 ve 1986), benzer biçimde teorisyenler tarafından karakterin en can alıcı yaklaşımı olarak ifade etmektedir. Bandura “toplumsal öğrenme kuramına nazaran kişi hem de çevrenin bir ürünü, bununla beraber çevreyi gerçekleştiren” olarak görülür. Sosyal Öğrenme teorisi incelendiğinde, direkt olarak yaşanmış olan ve diğer kişilerin deneyimlediklerini inceleyerek öğrenme ferдин uygun tutum potansiyelini açığa çıkarmaktadır. Toplumsal öğrenme teorisinde kontrol odağı; fert, hayatına etki eden vakalara etki edebilecek özellikte, bilgili bir varlık olarak görülmektedir; ancak tutuma etki eden etmenler dış uyaranların karşıtı ve geliştiriciler olarak kabul görmektedir. İçsel kontrole sahip fertler gelişimin kendi tutumları doğrultusunda açığa çıktığına inanır ve hayatlarının sorumluluğunun kendilerine ait olduğu bilincinde olarak ve bu gerçeklere uygun biçimde hayatlarına devam ederler. Dışsal kontrole sahip fertlerse; gelişimin dış güçler tarafından kontrol edildiğine inanarak ve tutumlarının hayatlarında pek fazla değişiklik yapamayacağı kanısındadırlar ve süregelen durumu değiştirmek için pek bir çaba sarf etmezler.¹⁹⁹

Bunların neticesinde toplumsal öğrenme teorisine binaen ferдин tutumunun gelişimi çevresel etmenler ve kişisel özelliklerle ilişki içerisinde denilmektedir. Denetim odağının oluşması ve gelişmesi de ferдин hem kalıtsal olarak geliştirdiği özelliklerine bununla beraber doğuştan gelen özelliklerine bağlı olarak gelişebilmektedir. Ferдин deneyimlediği durumların neticesinde edindiği gelişimler ve oluşturduğu beklentiler ferдин denetim odağının şekillenmesine zemin hazırlayabilmektedir. Fert, şekillendirdiği bu denetim odağı boyutu (iç ve dış denetim odağı) ışığında tutumları yönetebilir olarak görülmektedir.²⁰⁰

¹⁹⁸ Demirkol, s.54-57

¹⁹⁹ Masalcı, Ayşe Devrim. İç Denetim Programının Ergenlerin Denetim Odağı, Öğrenilmiş Güçlülük ve Savunma Mekanizmalarını Kullanma Biçimi Üzerindeki Etkisi. **Yüksek Lisans Tezi**. Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2012

²⁰⁰ Çelik, E. Evli Öğretmenlerin Bağlanma Stili, Denetim Odağı ve Bazı Nitelikleri Açısından Evlilik Uyum Düzeylerinin İncelenmesi. **Yüksek Lisans Tezi**. Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2009

4.1.3. Kontrol Odağı Karakteristiğinin Ölçülmesi

Bireylerin algıladıkları kontrol odağı inancını ölçebilmek için Rotter'ın 1990 yılında geliştirmiş olduğu İç, Dış Kontrol Odağı Ölçeği (RİDKOÖ)'nden daha geniş spektrumlu ve Likert tipinde olan ve Dağ tarafından 2002 yılında geliştirilmiş olan Kontrol Odağı Ölçeği (KOÖ) kullanılmıştır. Söz konusu ölçek kontrol odağını beş faktörde ele almakta ve ölçekte 47 madde yer almaktadır.²⁰¹



²⁰¹ Dağ, İhsan. "Kontrol odağı ölçeği (KOÖ): Ölçek geliştirme, güvenirlik ve geçerlik çalışması", s.77-90.

5. BEŞİNCİ BÖLÜM

5.1. Girişimcilik Yönelimi ve Ölçümlenmesi

5.1.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramı

Girişimci terimi, teknolojik gelişim ve mali kalkınma beraberinde gün geçtikçe önem kazanmakta, girişimci ve girişimcilik terimleri yıllardan beri yaygın olarak kullanılmakta ve birçok araştırmacı tarafından farklı tanımlarına çalışmalarda yer verilmektedir. En fazla araştırma konusu olan terimlerden olmaları nedeniyle de, pek çok araştırmacı tarafından popüler bir konu olarak ele alınmaktadır.

5.1.1.1. Girişimci Kavramı

5.1.1.1.1. Girişimci Tanımı

Girişimci, insanlık tarihi süresince varlığını sürdürmüş ve günümüze farklı çeşitleriyle ulaşmış bir oluşum olarak, kelime anlamı itibarıyla en eski kullanımı ortaçağ Fransızcasında karşımıza çıkmaktadır. Girişimci zaman zarfında aktif olarak iş yapan ve gerekli görülen görevlerin gerçekleşmesini sağlayan fert olarak ifade edilmiştir.²⁰²

Girişimci, kar elde etme ve gelişme amacı ile belirsizlik ortamında fırsatları fark edip gerekli kaynakları temin ederek yeni bir iş kuran kişi; girişimcilik ise sosyal, ruhsal ve ekonomik riskleri göze alıp farklı bir kıymet yaratma süreci olarak ifade edilmektedir. Girişimcilik, fırsatları önceden görme ve bunları gerçekleştirmek için lüzumlu kaynakları temin edebilme kabiliyetidir.²⁰³

Kökü Fransızca diline ait, Türkçe karşılığı “bir şeyi yapmak” olan “entreprendre” kelimesinden türetilmiş girişimci kelimesi; finansal alanda öncelikle 18.yy’da İrlanda kökenli, Fransa’da finansal bir iş kolunda çalışan Richard Cantillon’ın kullandığı sonrasında Knight ile

²⁰² Barutcu, Esin ve Ayşe İrmış. "Öğrencilerin Kendilerine Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması" *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt.26,No.2, 2012, s.1-25

²⁰³ Kwiatkowski, Stefan. “Social and Intellectual Dimensions of Entrepreneurship”, *Higher Education in Europe*. Vol.29, No.2, 2004, ss.205-220

Amerikan mecmuasında yer eden bir kavram olarak anılmaktadır.²⁰⁴ Girişimci terimi ilk defa 18.yy’ın ilk çeyreğinde Fransız ekonomist Cantillon: “henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten birey” olarak ifade edilmektedir.²⁰⁵ 18. yy. dan bu zamana dek pek çok ekonomist girişimcinin pek çok farklı tanımı yapılmıştır.²⁰⁶ İktisat dünyasında R. Cautillon girişimciyi, üretim elemanlarını ve hizmeti, gelecekte satış yapacağı fiyat şuan için belirsiz olarak bugünkü belli bir fiyattan alan, sonuçta bu yatırım için risk sorumluluğunu üstlenen fert olarak betimlemiştir.²⁰⁷ Girişimcilik kelimesinin İngiltere’de kullanımının artması ise, J. S. Mill’in 1884 senesinde kaleme aldığı “Principles of Political Economy” adlı yayını sayesinde.²⁰⁸

İnsanlığın var oluşundan beri küresel düzeyde anlaşılmaya çalışıldığında toplumların değişim sürecinde; göçebelikten yerleşik tarım toplumlarına, ardından sanayi toplumuna ve şuan içinde bulunmuş olduğumuz bilgi toplumuna kadar girişimcilerin üstlendiği görev çok büyük önem taşımaktadır. Süreç içinde yakalanan fırsatlar eldeki olanaklarla stratejik değerlendirildiğinde gelişim ve dönüşüm çabucak gerçekleşmektedir. Bu dönüşümün çabukluğu ve temposundaki artış ile girişimciliğin nitel ve nicel yapısı da değişime paralel olarak değişmekte ve topluma çeşitlilik katmakta olduğu belirtilmektedir.²⁰⁹

Girişimcilik kavramı 20.yy da ise J. B. Say ve J. Schumpeter yardımıyla psikoloji, sosyoloji, finansal kuram gibi çeşitli alanlarda ortaya çıkması sağlanmıştır.²¹⁰ J. B. Say’e nazaran girişimci kelimesi; tüm üretim unsurlarını birleştirerek kıymetli önde gelen mal veya hizmeti ortaya çıkaran ve bunun sonucunda elde edeceği yatırım kârı için riskin sorumluluğunu üstlenen bireydir. Bu tarif, risk sorumluluğunu alma ve yönetme kabiliyetlerine aynı anda sahip olmayı gerektirmektedir. Peter Drucker ise girişimciyi, elinde mevcut tüm olanakları verimsiz

²⁰⁴ Börü, Deniz; Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, İstanbul: **Marmara Üniversitesi Yayını**. Yayın No. 733, 2006, s.1.

²⁰⁵ Tanoğlu, Sara. Kişilik Özelliklerinin Girişimci Olma Niyeti Üzerine Etkileri, İstanbul Üniversitesi, **Yüksek Lisans Tezi**, 2008; Culhane, J.Hamilton. The Entrepreneurial Orientation-Performance Linkage in High Technology Firms: An International Comparative Study .Thesis for the Degree of Doctorof Philosophy, Graduate School of TheUniversityof, 2003,p.19

²⁰⁶ Çarıkçı, İlker Hüseyin, Ümmü Gülsüm Kahraman ve Fatih Topçuoğlu; “KOSGEB Girişimcilik Desteği Alan Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar: Isparta İli Üzerine Bir Araştırma”, **15. Ulusal İşletmecilik Kongresi**. 2016, s.100

²⁰⁷ Karadal, Himmet; “Girişimcilik Bilgisi ve Stratejik Girişimcilik”, Himmet Karadal (Ed.), **Girişimcilik**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım, 2013, s.22.

²⁰⁸ Döm, Serpil. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 2012, s.2.

²⁰⁹ Aksoy, Muzaffer, Sudi Apak ve Kamer Hagop Taşçıyan; **Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri**, 1. Basım, İstanbul: Papatya Yayıncılık, 2010, s.13.

²¹⁰ Börü, s.1.

alanlardan büyük ve kârlı alanlara çekerek, sürdürülebilir olmayı hedefleyen ve bunu başarabilen birey şeklinde tanımlamıştır. Girişimci kavramını Hisrich ve Peters ise; emek, hammadde benzer biçimde tüm üretim faktörlerinin çok daha kârlı ve farklı bir iş yapmak için birleştiren kişi olarak tanımlamıştır.²¹¹ Burns Fransız ekonomist J. B. Say'ın girişimcilik tasvirini temel alarak yaptığı tasvirde girişimciyi fırsatları yakalayarak, değişimi sağlamak amacıyla kâr elde etmeyi hedefleyen yenilikçi ve yaratıcı fert olarak tanımlamıştır.²¹²

Amerikalı ekonomist Frank H. Knight ise girişimciyi belirli olmayan bir ortamda neyin, ne vakit ve nasıl ortaya koyulacağına aktif bir sistem içinde kabul eden, kâr elde etme, kazanç sağlama benzer biçimde hedefleri olan ve bu sorumluluğu üstlenen birey olarak tanımlamıştır. Risk üstlenme konusu üzerinde yoğunlaşan V. Thünen girişimci ile yönetim kadrosu terimlerini ayrı ayrı ele alarak, bu iki terimin en önemli farklılığının girişimcinin risk sorumluluğunu üstlenen fert olmasının altını çizmiştir. Gerber ise girişimci kavramını her daim bilinmeyen ve gelecek konusunu merak eden, ihtimallerden fırsat oluşturan, kargaşaları çıkara dönüştüren fert olarak tasvir etmektedir. Girişimci terimini Fransız ekonomi dünyasında Baudeau ise farklı bir yol izleyerek maliyetleri azaltmak, kârları arttırmak isteyen bir yenilikçi (ing. Innovator) şeklinde betimlemiştir. Bu yenilik kavramını öncelikli olarak detaylı bir şekilde inceleyen Schumpeter olduğu görülmektedir.²¹³

20. yy. da Schumpeter girişimcinin günümüzdeki çağdaş tarifini yapmıştır. Bu tasvirde girişimci bireylerin yaratıcı, aktif niteliklere haiz olmasını finansal kalkınmada, insan kaynaklarının esas maddelerinden bir şahıs olarak ilk defa irdeleyerek gündeme almıştır.²¹⁴ J. Schumpeter girişimciyi farklı mal ya da hizmetleri ortaya çıkarmak için yenilikçi bir anlayışla; ürün, süreç, ihracat pazarları, hammadde, tamamlanmamış ürün kaynakları bulan, yeni bir yönetim şemasıyla ekonomik düzeni yıkararak toplumsal değişiklik yaratan birey olarak betimlemiştir.²¹⁵

²¹¹ Aksoy, Apak ve Taşçıyan, s.25

²¹² Döm, s.4.

²¹³ Döm, s.2-10.

²¹⁴ Çarıkçı, Kahraman ve Topçuoğlu, s.100

²¹⁵ Yıldırım, Y. Tansoy; Girişim, Girişimci, Girişimcilik ve Risk Yönetimi Kavramları, Nazan Yelkikalan (Ed), **Girişimcilik**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım, 2013, s.27.

Schumpeter; girişimcinin öteki kavramlardan farklı olan niteliğinin yeni bir şey yaratma fikrine haiz olması olarak belirtmiştir. Yine toplumların gelişmesi ve dönüşmesine önderlik edecek kişilerin de girişimciler olduğunu belirtmiştir.²¹⁶

Schumpeter’a göre beş farklı girişimci özelliği bulunmaktadır.²¹⁷

- Yeni bir mal veya hizmetin sunulması
- Mal veya hizmet sunabilmek için yeni yöntemler keşfedilmesi
- Üretilenlerin tüketiciye sunulacağı yeni alanlara ilerlemek
- Yeni kaynaklara haiz olmak
- Teknolojinin ilerletilmesi

Görüldüğü benzer biçimde girişimcilik tarifinin içerisine birçok tarif girmekte bazı bilim insanlarının gelişen ve değişen girişimcilik kavramı ile alakalı görüşleri Tablo 5.1’de özetlenmektedir.

²¹⁶ Çarıkçı, Kahraman ve Topçuoğlu, s.88-100

²¹⁷ Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği; Türkiye’de Girişimcilik, Yayın No. TUSİAD-T/2002-12/340, Aralık 2002

Tablo 5.1
Girişimci Kavramı Hakkındaki Görüşler

Tarih	Çalışma Sahibi	Girişimci Tanımları
1725	Richard Cantillon	Sermayenin kimin olduğuna bakmaksızın riske katlanan ferttir.
1803	Jean Baptiste Say	Girişimci ile sermayesinin geliri farklılaştırılarak kullanan ferttir.
1876	Francis Walker	İyi girişimcinin kaynak karına ortak ve mali kaynak bulmaktaki beceresine sahip ferttir.
1961	David McClelland	Sürekli çalışarak riski azaltma çabasına olan fertlerdir.
1964	Peter Drucker	Fırsatlar bulan ve bu fırsatlardan faydasını en yüksek seviyeye ulaştıran fertlerdir.
1975	Albert Shapero	Bir yapının finansal ve sosyal kararlarını ve risk alarak en yüksek getiriyi sağlayan ferttir.
1980	Karl Vesper	Farklı alanlarda birçok kişinin farklı yargısına maruz kalmış fertlerdir.
1983	Gifford Pinchot	Aktif olarak bir oluşum içerisinde mevcut içe dönük girişimcilerdir.
1985	Robert Hisrich	Zamanını harcayıp çabalayarak nihayetinde kar elde eden ferttir.
1995	Peter Drucker	Küçük sermayelerle başlayarak büyük başarılarla gebe olan bireylerdir.
2001	Philip A. Wickham	Fikrilerini kendi geliştirerek, sunan fertlerdir.
2002	G. Brenkert	Ekonomik sistem içerisinde önemli bir role sahip olan fertlerdir.

Kaynak: M. Aksoy, A. Sudi ve H. T. Kamer (2010); Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri, İlk Baskı, İstanbul: Papatya Yayıncılık, s.27.

Tüm bu tanımlar sonucunda girişimci, içinde bulunmuş olduğu ortamı iyi gözlemleyerek talepleri karşılamak için tüm olanakları birleştirebilme kabiliyetine haiz, sorumluluğu üstlenebilen, yaratıcı, yenilikçi, yenilikçi fikirlere saygılı birey şeklinde tasvir edilebilir.²¹⁸

Girişimci, fikir, icat ve inovasyon konularında aksiyonu tetikleyen ve devamını getirerek, sürdürülebilir olmasını sağlayan bireydir. Özetle girişimcilerin temel özellikleri şu şekilde tanımlanabilmektedir:²¹⁹

- Yeni ürünler geliştirmek veya mevcut ürünlerin özelliklerini geliştirmek
- Değişik üretim teknolojileri geliştirme veya devreye alma
- Teknolojide değişik metotlar geliştirmek
- Yeni pazarları hedef alarak genişlemek
- Yeni kaynaklar bulma ve elde etme
- Oluşum içindeki tüm bağlantıları bularak en yüksek faydayı sağlamak
- Şirketi ile devlet arasındaki ilişkileri geliştirmek

5.1.1.1.2. Girişimci ile İlgili Bazı Temel Ayırmalar

Sermayedar-Girişimci Ayırımı

Sermaye, üretim yapabilmek için kullanılan mal ve paradır. Meşru faaliyetler içinde mali anlamda kullanılırsa dahi finansal kıymete sahip metalarda sermaye olarak anılabilmektedir. Girişimci, sermayesiz olarak da şirket kurarak kar elde edebilen kişilere verilen genel isimdir. Girişimci, mali kaynağı olmasa dahi mevcut kaynaklarını faiz geliri mukabilinde, çalışan gücüyle maaş karşılığında kiralama yaparak işlerini sürdüren ve kar eden kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple girişimci fertlerin bir şirket faaliyeti sürdürmesi için mutlaka anaparaya sahip olmasına gerek görülmemektedir. Anapara sahipleri çoğu zaman belirli düzeyde risk alırlar, girişimciler ise hem risk hem de belirsizlikte işlerini

²¹⁸Bozkurt, Öznur; 'Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi', http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/982/Oznur_Bozkurt_Makale.pdf?sequence=1&isAllo wed=y (Son erişim tarihi: 03.03.2019), s.3.

²¹⁹ Marangoz, Mehmet. **Girişimcilik**, 3.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık, 2016, s.5

sürdürebilmektedirler. Anapara sahibi ve girişimcinin aynı fert olması ülkenin statüsü ile yakından alakalıdır.²²⁰

Girişimcilik ile finansal güç sahipliği tümüyle birbirinden bağımsız ve alakasız terimler olarak ele alınmaktadır. Girişimcilik terimi, finansal kabiliyet mevcudiyetinden daha fazla yeni ürün ve üretim teknolojileri, ileri derecede gelecek görüşü ve değişken durumlara adaptasyon becerisiyle ilintilidir. Bu yüzden, girişimcilik kabiliyetlerine sahip, ancak hazır anaparası olmayan fertlerin girişimci olma ihtimali yüksek görünmektedir.²²¹

Anapara sahibi, sermayedar yahut ürün ve hizmet üretimi için kullanılmakta olan ana mamul sahibi anlamında kullanılmaktadır. Anapara sahibi, "bir şirketin resmen ortağı olup, kar ve zarardan ortaklığı nispetinde hisse alan birey" veya "koyulan anaparanın tüm bunların veya bir bölümüne resmen haiz olan kimse ya da kimseler" olarak tanımlanabilmektedir. Girişimci, bir şirket oluştururken kendi anaparasını riske edebileceği gibi, bir sözleşmeye istinaden başka bir ferdin anaparasını da kullanabilmektedir.²²²

Kâğıt üzerinde anapara sahibinin resmen yatırım yaptığı için ve şirket kurucusu olarak girişimci kişi ile karıştırılmakta olduğu ifade edilmektedir. Hâlbuki girişimci kişilik, inovasyon, risk iştahı, dinamik yapı vb. nitelikler ile oluşmaktadır. Her anapara sahibinde bu niteliklerin bulunması söz konusu değildir.²²³

İşveren/Patron-Girişimci Ayırımı

İş sahibi, işveren terimini de muhteva eden ya da anaparaya sahip olmakla doğrudan ilgili bir terimi ifade etmektedir. Türk İş Kanununa istinaden, kendi şirketinde bir ferdi fiziksel ya da zihnen, bir çalışma sözleşmesine istinaden istihdam eden birey olarak ifade edilmektedir. Şirketin anaparasının büyük bölümünü elinde tutan kişiler ise patron olarak anılmaktadır.²²⁴ Sözlük anlamına göre, çalışanların kendi şirketlerinde, fiziksel ya da zihinsel olarak çalıştıran

²²⁰ Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. **Girişimcilik: Girişimci Kişilik, Kavram Ve Uygulama**, Konya: Eğitim Yayınevi, 2015

²²¹ , Durukan, T. "Küresel Girişimcilik". O. A. Seymen, T. Bolat (Ed.), **Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2005, s.139

²²² Sipahi, E. Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı, 1997

²²³ Müftüoğlu, T., Durukan, T. **Girişimcilik ve KOBİ'ler**. Ankara: Gazi Yayınevi, 2004, s.14-15

²²⁴ Bingöl, G. ve Yılmaz Türkmen, S. "Girişimciliğin Finansmanında Melek Sermaye Ve Türkiye Uygulaması," **Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi**. Cilt.12 Sayı.45, 2016, ss.357-373

ve bu çalışma neticesinde sorumluluk üstlenen bireyleri tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Başka bir deyişle bir ticarethane veya endüstri işletme sahibi, işveren olarak tanımlanabilmektedir.²²⁵

İşletme sahibi, girişimci olabilir ve aynı zamanda da anapara sahibi, yönetici ya da işveren terimleriyle de ifade edilebilir. Buna göre, iş sağlayıcı, şirket sahibi olması sebebiyle bütün risk ve sorumluluğu göğüsleyen kişi olarak görülmektedir. Bu yönüyle patron ve girişimci kavramları benzerlik göstermektedir. Ancak temelde farklı faaliyetleri gerçekleştiren kişileri nitelemektedir. Girişimci ise, bütün bunlardan farklı olarak sürekli risk alarak diğer fertlerin cesaret edemediği veya tespit edemediği iş fırsatlarını değerlendiren kişilere verilen sıfattır.²²⁶ İşveren, sahip olma ve çalıştırma anlamlarını çağrıştıran bir kavramdır; girişimcilik ise aktivite ile ilgili geleceğe yönelik bir süreç ve kabiliyettir. Girişimcilik niteliklerine (dinamik, yenilikçi, risk ve sorumluktan kaçınmayan) ve gelişmeye açık bir anlayışa haiz olmayan bir şirket sahibi girişimci olarak nitelendirilememektedir.²²⁷

İşverenin ana görevi anapara sahibi olduğu şirketin aksiyonlarını iyileştirilmesini sağlamaktır. Patron, hem de herhangi bir hisse senedi sahibi gibi hisselerinin hangi gerekçeyle kar veya zarar doğrultusunda yön bulduğunu inceleme ve denetleme yetkisine haiz olmalıdır. Kontroller yapar yöneltmede bulunur ve ileriye dönük planlar yapar. İşveren işletmesi ya da kurumu için yönetici ya da girişimci faaliyetlerini de yürütebilir. Fakat her patron girişimcilik faaliyetlerini yerine getiren birey olmayabilir.²²⁸

Yönetici-Girişimci Ayırımı

Yönetici, fayda ve risk başarıları ile ilişkili olarak finansal mamul ya da hizmet üretmek ya da pazarlamak için üretim etmenlerini kontrol altına alarak, düzenli olarak buluşturan ve bu birleştirme ile oluşturulan yahut işleyen şirketi amaçlarına uygun işletme sorumluluğunu alan kişilere verilen genel isim olarak karşımıza çıkmaktadır.²²⁹

²²⁵ Marangoz, s.15-23

²²⁶ Müftüoğlu ve Durukan, s.12-19

²²⁷ Müftüoğlu, M. T. **Girişimcilik**, Eskişehir: AÖF Yayınları, 2004

²²⁸ Kuvan, H. Örgün ve Yaygın Eğitimin Girişimciler Üzerine Etkileri (Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Uygulama). **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimler Anabilim Dalı, 2008

²²⁹ Güney, S. **Liderlik**, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, s.68

Yöneticilik de girişimcilik ile ilgili bir terim olarak görülmektedir, yalnızca köklü değişiklikler içermektedir. Girişimciler şirkette yönetim kadrosunda yer alabilirler, fakat asıl görevleri, şirketin kaynaklarını önce çalışanlar olmak suretiyle, finansal, emtia ve donanım kullanarak hedeflerine taşımak olarak ifade edilmektedir.²³⁰

Girişimci ve yönetim kadrosu arasındaki farklılıklar şöyle ifade edilmektedir;²³¹

- Girişimci mali ürün veya hizmet üretmek ya da pazarlamak üzere, ya kendinin haiz olduğu ya da başka kaynaklardan edindiği anaparayı tehlikeye koyan kişidir.
- Girişimci şirket stratejilerini gerçekleştirmesi için pazarın gerektirdiği gelişmeleri en iyi şekilde analiz eden ve ön gören kişiler olarak tanımlanmaktadır.
- Girişimcinin özellikleri içinde yöneticilik vasfı da bulunmaktadır. Şirketin kuruluşu akabindeki aksiyonlarının sürdürülmesi, girişimci isteğine binaen, şirket yönetiminde de rol alabilir.
- Girişimci, yöneticilik görevini kendisi sürdürmek istemez ise bu görevi başka bir ferde aktarabilir. Bu vesile ile yönetici olacak birey, şirket yönetimine gelmiş olur.
- Yöneticinin ana vasfı da girişimci de olduğu gibi üretim elemanlarını temin etmek, verimli kaynak kullanımı sağlamaktır.
- Yönetici, şirketteki çalışmaları neticesinde ortaya çıkabilecek kar ve zararın sorumluluğunu üstlenmelidir.
- Yönetici, şirket sahibi adına görev alan genellikle aynı işi yapan fertlerden seçilir. Bu yüzden şirket sahibinin belirlediği hedefleri takip etmek ve bu hedeflere ulaşmak için çaba sarf etmek durumundadır. Bu nedenle, şirket sahiplerine karşı, yerine getirmeleri gereken büyük sorumluluk bulunmaktadır.

Girişimci terimi kullanılmadığı zamanlarda, yönetici terimi, firma yöneticisi ve tesis yöneticisi gibi unvanlar kullanılabilir. Yönetici terimi, “yönetimi kendilerine meslek edinerek şirketin sahibi haline gelmeden girişimcilik vasfını üstlenen ve bu çabaları sonucunda

²³⁰ Karadal, H. ve Gülpınar, Ş. “Kurumsal Girişimcilik”, H. Karadal.(Ed.). İstanbul: **Girişimcilik, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi-KOSGEB Destekleri-iş Planı-Sosyal Sermaye-Farklılıkların Yönetimi-Güncel Yaklaşımlar**, 3. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık, s.30

²³¹ Marangoz, s.45- 46

maaş alan bireyler” biçiminde tasvir edilmektedir.²³² Bir şirketin temellerini atan girişimci, kurmuş olduğu şirketi yönetirken, şirketin genişleme safhasına girmesiyle beraber, daha deneyimli bir yönetici vasfına girme gereksinimi duymaktadır.²³³

Girişimci, sürekli yeni hedefler peşinde koşar, gelecekte yaşar, yenilikler yapar, risk alır, olaylardaki fırsatları yakalamaya çalışır. Yönetici ise, mevcut işleri en uygun şekilde yapmaya çalışır, bugünde yaşar, fırsatlardan çok sorunlara odaklanır. Girişimci amaçları doğrultusunda bir yapı oluşturur, yönetici mevcut yapıyı yönetir. Yönetici olmazsa örgüt içindeki görevler tamamlanmaz, girişimci olmazsa örgüt içerisinde yenilikler olmaz. Toplumları değişime göre biçimlendirerek devamını sağlayan kişiler girişimcilerdir.²³⁴

5.1.1.2. Girişimcilik Kavramı

5.1.1.2.1. Girişimciliğin Tanımı

Girişimcilik terimi, günümüz iş dünyasında, bireysel ve idari olguların çatışması ve kuralların gelişmesi ile içerisinde yer aldığı değişim sürecinde ilerlemektedir. Girişimcilik, mali olarak gerçekleştirdiği gelişimlerle mevcut düzene ivme kazandırma, refah yükselişi, yenilikçi çalışma ortamlarının oluşması esasları gibi farklı birçok hedefe hitap etmektedir. Kaynakların bulunması, kısıtların tanımlanması ve bilinç oluşturma, girişimcilik kavramının geçirdiği başkalaşımın önemli kilometre taşlarını oluşturmaktadır.²³⁵

J.A. Timmons girişimcilik terimini gerekli kaynakların bulunup bulunmaması durumunu görmezden gelerek fırsatlarda maksimum fayda sağlanması olarak tanımlamış ve geniş bir gelecek görüşüne haiz olmakla beraber risk iştahı potansiyelinin girişimci de bulunması gereken temel özellikler olduğunu vurgulamıştır. Klaus Rainer Kirchoff girişimciliği, sosyal gelişimin temellerini oluşturan yeni iş sahaları yaratımı ve finansal kalkınmanın dağılımı olgularını gerçekleştirmeye yönelik bir araç olarak tasvir etmektedir. John Kao’ya göre girişimcilik bir görevler silsilesidir ve gelişim fırsatlarını yakalayarak bu

²³² Koçel, T. **İşletme Yöneticiliği**. İstanbul, Beta Yayınevi.2001

²³³ Berber, A. Girişimci ile Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimciliğten Yöneticiliğe Geçiş Süreci. **İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi**. Cilt.29, Sayı.1, 2000, s.23-46

²³⁴ Gerber, M. E. **Girişimcilik Tutkusu**, Tayfur Keskin(çev.). İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2009

²³⁵ Görgülü, Vehbi ve Okandan Gökçe Dervişoğlu; **‘Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri**, **Büyük Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları**, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 2012, s.9

fırsatlar için gerekli ve yeterli kaynakları bulmak, yönetmek ve fırsatları kara dönüştürebilmek olarak tasvir etmiştir.²³⁶

Girişimciliğin tanımı; riskli ve belirsiz durumlarda kar elde etmek ve genişlemek amacıyla inovatif bir şirketin kurulması olarak tanımlanmıştır. Doğrusu girişimcilik girişimcinin risk iştahı, fırsat odaklı iş yapış, fırsatlardan kar elde etme gayreti ve yenilik yaratma isteklerinin bütünüdür.²³⁷ Girişimcilik, maddi ve maddi olmayan nedenlerle, fikre dayalı ve basit aksiyonların birleşimidir. Bir inovasyon akışının gerçekleşmesinde, riskli bir tutumun karşılanması, toplumsal ve finansal yapıda meydana gelen değişimlerde vb. birçok olumlu değişimin içerisinde girişimcilikten izler bulmak söz konusudur.²³⁸

Girişimcilik yalnızca iktisat alanının bir kolu değildir. Bununla beraber “yönetici, yönetim eden, organize eden, süreklilik, avantaj vb. yanları ile yönetim bilimini de ilgilendirmektedir. Öteki taraftan yatırım icra eden, arzı ve isteği yönlendiren, pazar arayan vb. yönleri ile ekonominin; atak, yaratıcı, yenilikçi, kendine güvenen, cesur sıfatlarıyla psikoloji ve nihayet bütün bunların hepsi üzerinden küresel alanda oynadığı rol ve toplumsal yapı içindeki yeri yönüyle de sosyolojinin ilgi alanına girmektedir”.²³⁹ Girişimcilik kavramının, psikolojik, ekonomik ve sosyolojik yönden algılanabilmesi adına şüana kadar çoğu farklı tanımı ortaya konulmuştur.²⁴⁰

Bugün yapılan çalışmalar ve yayınlar neticesinde, girişimcilik teriminin farklı bir boyuta geldiği ve evrensel alanda tek bir tanımı yapılamayacağı gözlenmiştir. Bundan dolayı Tablo 5.2’te girişimcilik tanımlarına yer verilmiştir.²⁴¹

²³⁶ Yıldırım, s.26.

²³⁷ TÜSİAD, Türkiye’de Girişimcilik, TÜSİAD, Yayın No: 12 / 340, İstanbul, 2002, s.34

²³⁸ Kenan Ören, Mehmet Bıçkes, “Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)” **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, Sayı.3, 2011, s.71

²³⁹ Beyzade Nadir Çetin, Ali Sırrı Yılmaz, “Elazığ’da Sosyal Bir Kalkınma Hamlesi: Girişimcilik Eğitim Kursu”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 2007, s.91

²⁴⁰ Ercan, Salih ve İsmail Gökdeniz; “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, **Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 49, Bahar 2009, s.59

²⁴¹ Görgülü ve Dervişoğlu, s.9.

Tablo 5.2
Girişimcilik Tanımları

Kaynak	Tanım
Miller (1983)	Teknolojik altyapı değişiğinin işletme tarafından benimsenmesi ve bu değişim için girişimcinin ortaya koyduğu hareketler
Kanter (1985)	Yeni yaklaşımlar geliştirme çabası
Gartner (1985;1989)	Birçok yaratıcı yenilik ortaya konulması
Schuler (1986)	Çalışma biçimlerine yeni veya mevcut üzerinde geliştirme sunan
Stevenson ve Jarillo (1990)	Bulundukları yerlerde yenilikçiliğın elçileri olmaları
Jones ve Butler (1992)	şirketlerin fırsatları gözlemleyerek, strateji ile emek, hammadde vb. gibi unsurları kullanarak kâr elde etme sistemi
Krueger ve Brazeal (1994)	İmkânsızın izinden giderek zoru başarmaları
Kouriloff (2000)	İlk olma çabasıyla atılgan davranmaları
Low (2001)	Yeni yapı kurgulamaları
Martin ve Osberg (2007)	Etrafında belirli kazançları baz alarak amaçlarına ulaştıklarında ne gibi bir kazanç elde edeceklerini önceden kestirebilmeleri
Di Domenico (2010)	İlk adımı atma yeteneğiyile ilerlemek için ihtiyaç duyacakları kaynakları yaratma, bulma ve etkin kullanabilme beceresi

Kaynak: V. Görgülü ve G.O. Dervişoğlu (2012); “Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri”, Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.11.

Bu kapsamda tüm girişimci tutumları içine alacak biçimde genel bir tanıma ihtiyaç duyulursa: “Girişimcilik; maddi ve kişisel doyum karşılığında finansal, ruhsal ve toplumsal

riskleri üstlenerek, lüzumlu süre ve emeği harcayarak piyasadaki fırsatlardan yararlanmak farklı değerde mal ve hizmet yaratma süreci şeklinde tanımlanabilir”.²⁴²

5.1.1.2.2. Girişimcilik Türleri

Fırsat Girişimciliği

Fırsat girişimciliği, adından da anlaşılacağı şekilde girişimcinin karşısına çıkan fırsatları değerlendirdiği girişimcilik şeklidir. Girişimciler aslına bakarsanız natürel olarak çevresini sürekli bir halde gözlemlene ve çözümleme gereksiniminde olduğundan, insanoğlunun gereksinimlerinden kendine yol haritası çizerek pazarda hâlihazırda olan veya ihtimal dâhilindeki fırsatları analiz edip, bu gereksinimlere karşılık verecek mal ve hizmetleri üretmektedir.²⁴³ Hâlihazırda ve ihtimal dâhilinde pazardaki değişimin sonucunda ortaya çıkan fırsatları fark ederek veya potansiyel fırsatları sezerek, hâlihazırdaki ya da hedefteki pazara mal ve hizmet sunmak amacıyla meydana gelen girişimcilik türüdür. Fırsat girişimciliğinden gerektiği kadar faydalanabilmek için girişimcinin yeterli bilgi birikimine ve kabiliyete sahip olması gerekir.²⁴⁴

Girişimcinin karşılaşması olası fırsatlarda değişik seviyelerdeki inovasyonlarda kullanılan üç ölçüt; risk, değerlendirme ve kar potansiyelidir. Risk, işletmenin negatif kar elde etmesini mümkün kılmaktadır. Değerlendirme, yeni bir girişim düşüncesinin önemi ve olabilirliğini karara bağlayabilme kolaylığıdır. Kar potansiyeli ise karın düzeyini ya da girişimciye mevcut işletme içinde fikri ileriye taşıma gücünü ortaya çıkarması anlamına gelmektedir.²⁴⁵

Fırsat girişimciliği, pazarda yer alan fırsatları tespit ederek yahut fırsata dönüşme ihtimali olan noktaları ön görerek; yeni bir mamul ya da hizmeti pazara çıkartmak olarak ifade edilmektedir. Bu fırsatlar; fiyatlardaki değişikliklerden, hedef pazarı oluşturan müşterilerin tercihlerinin değişmesinden, mevcut pazardaki ürünlerin bu tercihleri karşılayamamasından,

²⁴² Aksoy, Apak ve Taşçıyan, s.14.

²⁴³ Büyük, Ö. **Girişimcilik (Girişimcilik Üzerine Notlar)**, İstanbul: Paradigma Akademi, 2014, s.41

²⁴⁴ Tekin, M. **Girişimcilik**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2004, s.3

²⁴⁵ Soyşekerci, Serhat. **Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik**. Kriter Yayınları, 2013, s.85

öteki firmaların başarısızlığından, yeni bilgi ve teknolojik gelişmelerden kaynaklanabilmektedir.²⁴⁶

Girişimcinin hâlihazırda tespit edilmiş fırsatları idrak etmesi önem arz eden bir mevzudur. Teknolojik değişim, pazar şartlarındaki değişimler, rekabet, regülasyonlar yeni fırsat oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu unsurlar devamlı değişkenlik gösterir. Girişimcilerin bu karmaşa ortamında başarılı olabilmesi için fırsat girişimcisi gereksinimlerine haiz olması bir zorunluluktur. Bu gereksinimlere sahip olan girişimcinin fırsat analizi yapması gerekir. Fırsat analizi; mal veya hizmetin tanımlanması, girişimci ve girişimci takımının belirlenerek, fırsatların hayata geçirilmesi için ihtiyaç duyulan faaliyetlerin belirlenmesi ve son olarak finansman kaynaklarının tahsisi aşamalarını kapsayan bir analizdir.²⁴⁷

Girişimci, geleceği tahmin ederek, kâr edilebilecek iş alanlarına yatırım yapan bireyler olarak görülmektedir. Bu kapsamda girişimci için, oluşması muhtemel fırsatları bekleyen ve kâr edeceği alanlara para harcayan kişiler demek doğru olacaktır. Fırsat girişimciliğinin temelinde, sektöründeki hâlihazırda tespit edilmiş fırsatları ele alarak yahut ihtimal dâhildeki fırsatları öngörerek, mevcut ürün veya hizmeti pazara çıkartan kişi olarak tasvir edilebilir. Bahsedilen fırsat, mevcut mal ve ya hizmeti pazara etkili şekilde sunmak veya pazara hiç çıkarmamak veya mevcut şirketlerin düşük kaliteli ürün veya hizmeti pazara çıkarmalarından ortaya çıkan bir olgu olarak ifade edilmektedir.²⁴⁸

Fırsat girişimciliği, sektörün fırsatlarını tespit ederek, ihtimal dâhilindeki fırsatları iyi izleyerek mevcut ürün ve hizmetini pazara çıkarmak olarak tanımlanmaktadır. Fırsat girişimciliği, girişimcilik tipleri arasında yaygın olarak rastladığımız bir tiptir. Girişimcinin fırsatları ve sektördeki ihtiyaçları doğru tanımlayarak fayda sağlayacak alanlara yatırım yapması bunun ana sebebidir. Kazanç doğurabilecek iş kollarına yatırım yapmak, olası fırsatları değerlendirmek olarak tasvir edilmektedir.²⁴⁹

²⁴⁶ Küçük, O. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetim**, 2. baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005, s.37

²⁴⁷ Döm, s.18-19

²⁴⁸ Tutar, H. Ve F. Altınkaynak. **Girişimcilik**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2013, s.39-40

²⁴⁹ Korkmaz, O. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**. Cilt.24, No.2, 2012, s.209-226

Yaratıcı (Özgün) Girişimcilik

Yeni bir düşünce, icat veya hâlihazırdaki bir ürün veya hizmeti yeniden ele alarak kalitesini yukarıya çıkararak piyasaya sunan girişimcilik cinsidir. Yaratıcı girişimcilik, inovatif bir pazarlama prensibine dayanmaktadır.²⁵⁰ Yaratıcı girişimcilik, gelişigüzel ve normal olmayan koşullarda, işgücü ve sermaye deposunu etkili değerlendirerek ayrıntıları hesap edebilen, planlanan, yürütülen ve neticeye erişilen bir girişimcilik türüdür. Girişimcilik teriminin özü aslına bakarsak bu kategoriyi kapsar.²⁵¹

Yaratıcı girişimcilik, yeni bir düşünce veya buluşun yahut mevcut olan bir mal ya da hizmetin tasarım, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara sunulmasıdır. Yaratıcı girişimcilik, yeni mal ve hizmet tasarımını veya farklılaştırılmasını hedefleyen fiyat ve kalite değişimlerini ön gören girişimcilik aktiviteleridir. Yaratıcılık, her ne kadar doğuştan gelen bir kabiliyet olarak kabul ediliyor olsa da, yine de herkeste bulunan ve keşfedilmeyi bekleyen saklı bir kabiliyettir. Eğitimlerle geliştirici programlarla bu kabiliyetler geliştirilmektedir. Yaratıcı olmayı öğrenmek için onun önündeki engelleri kaldırmak gerekmektedir. Girişimcilik boyutunda yaratıcılık, vakalara, işe, çevreye, ilişkilere ve kişilere ön yargısız, açık ve tarafsız bakabilme gücü olup, iyi fırsatlara zemin hazırlamaktır.²⁵²

Yaratıcı girişimcilik, ferdin yaratıcılığını ve entelektüel sermayeyi nasıl kullandığı üzerinde durmaktadır. Ticarete fark yaratmak isteyen bir girişimcinin yaratıcılığından yararlanarak yenilik yapması gerekmektedir. Yaratıcı girişimcilik de yaratıcılık becerileriyle yeni bir sistem sağlanarak girişimciye faaliyetlerinde başarı sağlamaktadır.²⁵³

Yaratıcılık ve buna bağlı olarak yenilik yapma işletmelerde devamlı bir süreç olmalıdır. Bu yenilik aktivitelerinin birçoğunun başarısızlıkla sonuçlanması gerçeğinin yanında, başarılı bir sonucun da işletmeyi arzu etmiş olduğu noktaya getireceği gerçeği de

²⁵⁰ Tekin, s.35

²⁵¹ Büyük, s.45

²⁵² Top, S. **Girişimcilik Keşif Süreci**.1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2006,s.33

²⁵³ Hagoort, G. Thomassen, A.; Kooyman, R. **Pioneering Minds Worldwide: On the Entrepreneurial Principles Of the Cultural and Creative Industries**, Chicago: **University of Chicago Press**. 2010, s.124

dikkate alınmalıdır. Yaratıcılık ve yenilik faaliyetlerini gerçekleştirebilecek kişiler yalnızca girişimci kişilerdir.²⁵⁴

Girişimin yaratıcı girişimcilik vasfına sahip olduğunda, üretilen ürün ya da hizmetten daha değişik, yeni ve işe yarar olması beklenmektedir. Bir başka deyişle yeni bir düşünce ya da icadı yahut mevcut bir ürün ya da hizmeti tasarlamak ve kalite, fiyat gibi özelliklerini iyileştirmek fayda sağlanacak biçimde satışa çıkartmak ile oluşan girişimcilik türüdür.²⁵⁵

Satın alan kişinin özellikleri incelendiğinde öncesinde deneyimlemedikleri şeyleri farklı şekilde deneyimlemek istedikleri ve merak ettikleri, seçim önceliği verdikleri ve kıymetli olarak nitelendirdikleri bütün şeylerin sürekli değişiklik gösterdiği gözlemlenmiştir. Talep eden müşteri topluluğunun sürekli farklılaşan arzularına yönelik yeni mal, hizmet ve iş yapış biçimleri ile arz sağlayarak kar edecek biçimde talebi karşılamak için yeni düşünce yapısına ve mevcuttan daha başka çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırmacılar, yaratıcılık ile iş fikri arasındaki ilişkiyi de bu doğrultuda tanımlamaktadır.²⁵⁶

5.1.1.3. Girişimci ve Girişimcilik Özellikleri

Risk Alma

Risk, kişinin davranış yahut kararları sonucunda ve gelecekteki olayların belirsizliği nedeniyle kaybetme ihtimalidir. Risk alma yatkınlığı, belirsiz ortamlarda karar alabilme, girişimcinin risk iştahı boyutu, mali bakımdan kaybetme ihtimali ve toplum nazarında da başarısız olarak görülme ihtimali anlamına gelmektedir.²⁵⁷ Girişimciler, diğer bireylere nazaran daha çok risk iştahına sahip olarak görülmektedir. Genel olarak, risk girişimcinin girişimci olabilmesi adına olmazsa olmaz bir etmen olarak görülmektedir. Girişimci, aldığı riski fırsata çeviren ve bu koşuldan kar çıkarmayı bilen fertlere denilmektedir.²⁵⁸

²⁵⁴ Döm, s.18

²⁵⁵ Tekin, M. **Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Detay Yayınları, Ankara, 2004, s.12-15

²⁵⁶ Başar, M., Ürper, Y., Tosunoğlu, B.T., Müftüoğlu, T. **Girişimcilik**, T.C. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 3002 AÜ, AÖF Yayını No:1955,2013, s.5-44-45

²⁵⁷ Bozkurt, Ö. Ç. **Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler**. Ankara: Detay Yayıncılık, 2011

²⁵⁸ Korkmaz, s.209-226

Risk terimi Cantillon'dan bu zamana, girişimci için, “ürün veya hizmeti başka birilerine belirsiz bir fiyattan satmak üzere belirli bir fiyattan satın alan, belirsizliğin getirdiği riske katlanarak aradaki fiyat dalgalanmasından kar kazanan birey” olarak tanımlanmaktadır. Risk temel bir etmen olarak kabul edilerek, literatürde girişimci veya girişimciliği izah etmek amacıyla yaygın kullanılmış bir tarif olarak belirmektedir.²⁵⁹

Girişimciler ve girişimci şirketlerin oldukça sık periyotlarla çeşitli yeni mamul ve hizmet opsiyonları geliştirmek suretiyle değişik, yeni pazarları ve açık alanları hedef alan riski düşük pazarlara giriş testleri gerçekleştirerek, riskleri daha fazla azaltmayı hedefledikleri gözlenmektedir.²⁶⁰ Girişimciler risk iştahı fazla olan kişiler olarak görülmektedir. Risk ile girişimcilik ayrılamaz bir bütünün iki ana parçası olarak görülmektedir. Girişimciler bazı risklere katlanarak inovasyona liderlik ederler ve bu süreçte başarısızlık faktörünü de göze aldıkları varsayılmaktadır.²⁶¹

Girişimciler, tutuma dayalı değişimlerin birer mümessili, meydana gelen faaliyetlerin sorumluluklarını üstlenen birer yönetici ve toplumun birer üyesidirler. Girişimci, birtakım risklerle karşı karşıya kalabileceği gibi, karşısına çıkan fırsatları göz önüne alarak, gelişme yahut değer yaratma amacıyla birçok organizasyonda yer alan kişidir.²⁶² Girişimci, aksiyonların sorumluluğunu üstüne alan yönetici, finansal farklılaşmanın temsilcisi ve örgütün bir bireyi olarak görülmektedir. Girişimci, riske katlanabileceği zaman dahi, fırsatları hesap eder, herhangi bir belirsizlik altında, genişlemeye, karara ulaşmaya ya da kıymet yaratmaya yönelik bir takım faaliyetlerde bulunan kişiler olarak görülmektedirler.²⁶³

Araştırmaların bazılarında, girişimcinin diğer fertlere göre daha fazla risk iştahına sahip olduğu savunulmakta, bazı çalışmalarda ise girişimcinin aşırı risk iştahında olması hayalî

²⁵⁹ Altuntaş, Gültekin, and Dilek Dömez. "Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma." *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*. Vol.39, No.1, 2010

²⁶⁰ Must, Veysel AĞCA. "İç girişimcilik ve temel belirleyicileri: Kavramsal bir çerçeve." *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Sayı. 29, 2007

²⁶¹ Tikici, M. ve Aksoy, A. **Girişimcilik ve Küçük İşletmeler**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2009, s.33

²⁶² Ören, K. ve Bıçkes, M. Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri: Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Cilt.16, No.3, 2011, s.67-86

²⁶³ Özkan, Ş. vd, "Türkiye'de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. Cilt.58, Sayı.4, 2003, s.147

bir düşünce olarak görülmektedir.²⁶⁴ Başarı elde eden girişimci, uygun, kabul edilebilir düzeyde riskler alan kişiler olarak nitelendirilmektedir. Bu yüzden başarı elde eden girişimci fazla risk iştahında olan fert olarak nitelendirilememelidir. Başarılı girişimci, cesaret ve ihtiyatla aksiyon alan kişi olarak görülmelidir. Onun kimseye ihtiyaç duymadan aksiyon alma arzusu gereksinimden ortaya çıkmaktadır. Başarılı bir girişimci hedefine erişmek için makul riskler alan fertlere verilen isimdir.²⁶⁵

Özetle, girişimci karakter özelliği içerisinde risk iştahı bir hayli önem arz etmektedir. Girişimci hedeflerine ulaşabilmek adına, doğru yerde ve zamanda riski göğüsleyebilen ve akışı doğru belirleyen kişilere verilen isimdir.

İçsel Kontrol

İçsel kontrol duygusuna haiz fertlerin, kendi yaşamlarının ilerleyişini kendilerinin kontrol edebileceğine dair inançları olduğuna, dış kontrol duygusuna haiz fertlerinse yaşadıkları durumların dış etmenler neticesinde gerçekleştiğine inandıkları belirtilmiştir.²⁶⁶ Yazgıcı tutum gösteren fertler işleriyle ilgili başarısızlıklarını diğer fertlere, çalışanlara ya da sistemlere atfetme eğiliminde veya bu durumu talihsizlik olarak görmektedir. Asıl girişimci manevi denetim bilincine haiz ve şirketin sorunlarını çözerek, gelişimini kendi çabasıyla sağlayacağına inanmasıdır.²⁶⁷

Kontrol odağı fertlerin kendi hayatlarında meydana gelen vakaların ardı sıra duran ana nedenler hakkında oluşturduğu kanıdır. İç kontrol tutumuna haiz olan bireyler, hayatlarında meydana gelen olayları kontrol altına alabilmekle övünmekte, dış denetim tutumuna haiz fertlerse hayatlarında vuku bulan vakaların şans ya da yazgı gibi benzeri dış faktörlerin bir sonucu olarak görmektedir.²⁶⁸ İç denetim odağı olan fertler daha başarılı ve idealist olmaya çalışmaları ile bilinmektedir. Bu fertlerde girişimcilik özelliklerinin baş gösterdiği gözlemlenmiştir. İç kontrol odağıyla girişimci tutumu arasında pozitif bir ilişki varlığı

²⁶⁴ Erdem, s.44

²⁶⁵ Tekin, s.5

²⁶⁶ Chye Koh, s.12-25.

²⁶⁷ Döm, s.13-17

²⁶⁸ Yıldız, Emel, and Yasemin Koldere Akın. "Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi Yalova meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir uygulama." *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt.4, No.8, 2014

belirtilmiştir. Çünkü içe dönük bireyler daha inovatif ve girişimci olarak nitelendirilmektedir. Yeniliğe öncü olup daha fazla risk alma eğilimindedirler. Girişimcinin başarısında iç kontrolün de önemi büyük olduğu görülmüştür.²⁶⁹

Girişimci davranışı ile yüksek içsel kontrol odağına sahip olmak arasında güçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. Çünkü yüksek içsel kontrol odağına sahip bireyler, kabiliyetli, çalışkan, planlama gibi unsurlara dikkat eden, yenilikçi ve aktif fertler olarak değerlendirilmektedir. İçsel denetim odağı yüksek fertler öğrenmeye de daha yatkın kişiler olarak görülmektedir ve öğrenmeye açık olmak da girişimcilik başarısı için önemli faktörlerden bir tanesi olarak değerlendirilmektedir.²⁷⁰

Başarma İhtiyacı

McClelland'ın (1961) yayınladığı kuramda başarma gereksinimi ferdin tutum ve davranışlarının ardı sıra itici kuvvet ve girişimci eğilimini etkileyen güçlü bir ruhsal sebep bulunduğu kanısında olduğunu iddia etmektedir. Fertlerin başarıya ulaşması adına büyük bir hevese haiz olmaları ve kişisel iradeleri ile hedeflerini yakalamaktan hoşlandıklarını bildirmektedir.²⁷¹ Bir işin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için esas unsurlardan kabul edilen başarma ihtiyacı, toplumların iktisadi ilerlemelerinin gerçekleştirilmesinde aracı olma özelliğini de bünyesinde barındırmaktadır.²⁷²

Başarma ihtiyacı fazla olan bireyler; bilinçli biçimde risk alan, görevlerine odaklanmış, kendilerine güvenen ve sorumluluk alan bireyler oldukları belirtilmiştir. Seçtikleri işler riskli, sıkıntılı olsa dahi performanslarını değerlendirebilecek özgüvende olan kişilerdir. Ayrıca bu kişiler tutarlı bir halde kendilerini geliştirmek istemeleriyle bilmektedir.²⁷³

Girişimci ve girişimcilik terimleri ile yakından ilişkili olan bir başka özellik ise başarının elde edilmesinin ihtimal dâhilinde olduğu hallerde fertlerin en iyiyi başarmaya motive olması anlamına gelen başarma ihtiyacı karşımıza çıkmaktadır. Bu başarma gereksinimini

²⁶⁹ Cüceloğlu, D. **Anlamli ve Coşkulu Bir Yaşam İçin Savaşçı**. 18. Baskı, İstanbul: Remzi Kitapevi, 2002, s.181

²⁷⁰ Marangoz, s.8

²⁷¹ Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimci Eğilimindeki Etkisi: **Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**. Cilt.8, No.2, 2013, s.57-78

²⁷² Ören ve Biçkes, s.73

²⁷³ Tikici ve Aksoy, s.39

gerçek anlamda algılayan fertler zor olan yolu seçerek kendi hedeflerini kendileri belirlemek konusunda çalışan kişiler olarak görülmektedir.²⁷⁴ Başarma ihtiyacı yüksek fertler genel olarak başarılması güç hedefleri tercih ederek, bu hedeflere ulaşmak yöntemiyle tatmin olmaktadır.²⁷⁵

Yenilikçi olma

Girişimcinin özelliklerinden bir başkasıysa yenilikçi olmalarıdır. Bir başka deyişle yeniliklere ve değişime açık olma ve faaliyetleri bu doğrultuda planlamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Yenilik, bir süreci ve aynı zamanda bir sonucu ifade etmektedir. Süreç olarak yenilik, mevcut bir fikri pazarlanabilir bir finansal ürüne veya hizmete yahut geliştirilmiş bir üretim veya dağıtım sistemine veya yeni bir sosyal hizmet biçimine dönüştürmeyi ifade eder. Bu dönüştürme süreci nihayetinde ortaya çıkan pazarlanabilir yeni ya da geliştirilen bir ürün, hizmet veya süreci olarak ifade edilmiştir. Yenilik terimini daha detaylı olarak izah etmek gerekir ise: yeni bir girişim, yeni pazarlar arama, aynı pazarda genişleme, mevcut iş alanlarında yeni pazarlara veya yeni ürünlere yönelme, tamamen yeni ürünle yeni pazarlara açılma durumlarını kapsadığı belirtilmiştir.²⁷⁶

Yenilik yapmak girişimcilerin en zorlu işlerinden biri olarak görülmektedir. Sadece yaratıcılık ve kavrama dönüştürme becerisi değil, etraftaki bütün güçleri idrak edebilme de gereksinimi olduğu söylenmiştir. Yenilik, yeni bir mamul üretmekten, yeni bir dağıtım sistemi oluşturmaya ve yeni bir organizasyonel yapı geliştirmeye kadar birçok faktörü barındırabilecek bir yapı olarak belirtilmiştir. Yenilik yapma becerisi, girişimleri diğerlerinden farklılaştıran bir güdü olarak tasvir edilmiştir.²⁷⁷

Yenilik bazı çalışmalarda; mamul-pazar inovasyonu ve teknolojik inovasyon olarak ikiye ayrılarak incelenmiştir. Mamul-pazar inovasyonu, mamul tasarımı, pazar incelemesi, reklam kollarını içermektedir. Teknolojik inovasyonlarsa, mamul ve akış iyileştirme, inceleme ve geliştirme, teknik uzmanlık ve sektör bilgisine yoğunlaştığı belirtilmektedir. Bu yüzden

²⁷⁴ Soyşekerci, s.4-10

²⁷⁵ Arıkboğa, F. Şebnem. **Yönetim Becerileri**. İstanbul, Der Yayınları, 2013, s.215

²⁷⁶ Tayauova, Gulzhanat. Uluslararası Girişimcilik ve Stratejik Adaptasyon: Kırgızistan'da Faaliyet Gösteren Türk İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, **Doktora Tezi**, 2009, s.38-39

²⁷⁷ Gary A. Knight, Çavuşgil, S. Tamer; 'Innovation, Organizational Capabilities and the Born-Global Firm', **Journal of International Business Studies**. Vol.35, 2004, s.126

inovatif firmalar, yeni ürünler, üretim akışları ve hizmet üretimi ile ilgili yüksek hedefleri bulunan, inovasyonu gerçekleştirmek için fırsatları bekleyen, yaratıcı özelliklere haiz şirketler olarak tanımlanmaktadır.²⁷⁸

Belirsizliğe Tolerans

Belli olmayan durumlar karşısında hoşgörü ve durumların kötü sonuçlanması karşısında olumlu bir tepki gösterebilme kabiliyeti olarak görülmüştür. Schere (1982), belli olmayan durumlar karşısında hoşgörünün müteşebbisler açısından çok tehlikeli sonuçları bulunduğunu vurgulamıştır. Girişimciler başarıya gereksinim hissettiklerinden ötürü belli olmayan durumlara katlanarak şirketleri harekete geçirmekte olduğu görülmüştür. Budner (1982), belli olmayan durumlar karşısında hoşgörünün, görünen bir tehditten daha fazla cezbedici sonuçlar doğurmuş olduğunu vurgulanmaktadır.²⁷⁹

Girişimci yenilik meydana getiren ve yeniliğin ardında koşan kişidir. Girişimci fert yenilik yapabilmek için farklılığın peşinden koşmalıdır. Girişimci herkesin gittiği yoldan değil, yeni bilinmeyen bir yol da gitmek ister. Bu bilinmeyen peşinde olmak bununla beraber riski de getirir. Girilen bu yolun sonunda ya hedefe ulaştıracak daha kestirme bir patika yahut bu patika da keşfedilen güzelliklerle beraber yeni fırsatlar veya başladığı noktaya dönerek vakit kaybı ve zarar uğramak söz konusudur. Girişimci tüm bunlar için risk alır ve bu riski bilerek hedeflediği başarıya ulaşmak adına karşısına çıkabilecek negatif durumlara karşı mücadele eder, değiştirmesi ihtiyaç duyulan durumlar oluşursa bunlara karşı direnmez, başarıya ulaşmak adına esneklik gösterir, lüzumlu değişimleri yapar. Ayrıca yapılan araştırmalar belirsizlik karşısında yüksek hoşgörü gösteren kişilerin iş tatminlerinin daha iyi olduğu görülmüştür.²⁸⁰

²⁷⁸ Tayauova, s.39

²⁷⁹ Korkmaz, s.213

²⁸⁰ Tabak, A., Erkuş, A., & Meydan, C. H. “Denetim odağı ve yenilikçi birey davranışları arasındaki ilişkiler: belirsizliğe tolerans ve risk almanın aracılık etkisi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt.10, Sayı.1, 2010

5.1.2. Girişimcilik Yönelimi

5.1.2.1. Girişimcilik Yönelimi Kavramı

Girişimcilik ve girişimcilik yönelimi kavramları birbiriyle iç içe kavramlar olmalarına rağmen girişimcilik yönelimi kavram olarak girişimcilik teriminden üretilmesine karşın bu iki terim içinde değişiklikler bulunduğu belirtilmiştir.²⁸¹

Girişimcilik terimi ile ilgili meydana getirilen çalışmalar çoğunlukla mikro temelli çalışmalar olup bireysel girişimciliğe odaklanırken girişimcilik yönelimi daha çok örgüt düzeyinde analiz edilen makro temelli çalışmalardan oluşarak girişimcilik kavramından değişiklikler içermektedir. Ayrıca, girişimcilik kavramı bireysel değişkenlere ve içeriğe odaklanırken girişimcilik yönelimi kavramı işletme düzeyindeki değişkenlere ve sürece odaklanmaktadır.²⁸² Başka bir deyiş ile girişimcilik yönelimi, organizasyonların karar verme şekillerine, yordamlarına ya da uygulamalarına ve organizasyonun temel girişimcilik özellikleri kazanmasına yönelik stratejik yönelim olarak ifade edilmektedir.²⁸³

Girişimcilik yönelimi terimi, 1970’lerin sonlarından başlayarak literatürde ilgi uyandırmaya başlamış ve 1990’lardan sonra akademisyenlerin daha fazla ilgisini çekerek terminolojik gelişimini sürdürmüştür. Bu terimin öncülüğünü Miller’in 1983 yılında kaleme aldığı makale ile girişimcilik aksiyonları ile safha ve organizasyonel değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyerek yaptığı organizasyon boylamındaki girişimcilik araştırması yer almaktadır. Miller, girişimcilik yönelimi teriminin ve boyutlarının altyapısını oluşturan ilk kuramcılar arasında yer aldığı görölmüştür.²⁸⁴

Literatürde girişimcilik yönelimi hakkında kaleme alınan bazı tanımlamalara aşağıda yer verilmiştir.

²⁸¹ Richard, Orlando C., Tim Barnett, Sean Dwyer, and Ken Chadwick. "Cultural diversity in management, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation dimensions." **Academy of Management Journal**, Vol.47, No.2, 2004, s. 257

²⁸² Lumkin ve Dess, s. 136; Rauch, Andreas, and Michael Frese. "Entrepreneurial orientation." **In Handbook Utility Management**. 2009, s 90

²⁸³ Richard, Dwyer ve Chadwick, s. 257

²⁸⁴ Lee, Sang M., Seong-bae Lim, and Raghuvor D. Pathak. "Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study." **International Entrepreneurship and Management Journal**. Vol.7, No.1, 2011, s.2

Girişimcilik yönelimi; yeni kaynakların geliştirilmesinin, kaynakların yeniden yapılandırılmasının yeni yolları ve yeni iş fırsatlarının takibine olanak sağlayan organizasyon yapıları gerekmektedir. Girişimcilik vasfı olmadan organizasyonlar ne dinamik olarak ne de statik olarak uyumludur denilemez.²⁸⁵

Girişimcilik yönelimi, mevcut kaynakların yeni yollarla iyileştirilmesi vasıtasıyla ya da yeni kaynakların oluşturulması ve yeni ticari mamuller, yeni pazarlara taşınması ya da yeni müşterilere hizmet verilmesi ile girişimciliğin temelini oluşturmak amacıyla oluşturulmuş bir yapı olarak belirtilmiştir.²⁸⁶

Girişimcilik yönelimi örgüt seviyesi girişimcilik olgusunun elde edilmesi için lüzumlu olan organizasyonun girişimciliğe eğilimini temsil eder. Yani üst yönetim girişimciliğinin öncülüdür.²⁸⁷

Girişimcilik yönelimi şirketlerin stratejik doğrultularını gösteren bir yapı olarak irdelenmiştir. Eğer bir örgütte teknoloji ve mamul inovasyonu sıkça oluşturuluyorsa, yeni mamul ve hizmetler ya da yeni pazarlara açılmada riskle karşı karşıya kalıyorsa, pazar fırsatlarını değerlendirmek üzere rakiplerden daha organize olan şirketin girişimci olarak düşünülmesi gerektiği vurgulanmaktadır.²⁸⁸

Yukarıdaki tanımlardan girişimcilik yönelimini, organizasyon düzeyinde işlem gören, örgütlerde mevcut kaynakların farklı yollarla iyileştirilmesini sağlayan, girişimcilikte kullanılan yöntemler, pratikler, karar alma stillerinin olması gerektiği gibi olmasıyla ilgilenen ve yeniliği, yaratıcılığı cesaretlendiren organizasyonun ruhu ve girişimcilik eğilimini olarak tanımlanması gerektiği vurgulanmıştır.

²⁸⁵ Bhuian, Shahid N., Bulent Menguc, and Simon J. Bell. "Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance." **Journal of Business Research**. Vol.58, No.1, 2005, s.9-17

²⁸⁶ Morris, Michael H., Justin W. Webb, and Rebecca J. Franklin. "Understanding the manifestation of entrepreneurial orientation in the nonprofit context." **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.35, No.5, 2011, s.947-971

²⁸⁷ George, Bradley A., and Louis Marino. "The epistemology of entrepreneurial orientation: Conceptual formation, modeling, and operationalization." **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.35, No.5, 2011, s.989-1024

²⁸⁸ Rezaei, Jafar, Roland Ortt, and Victor Scholten. "An improved fuzzy preference programming to evaluate entrepreneurship orientation." **Applied Soft Computing**. Vol.13, No.5, 2013, s.2749-2758

5.1.2.2. Girişimcilik Yöneliminin Boyutları

Yenilikçilik

Gelişen ve değişen dünyada hayatta kalabilmek için yenilikçi olmak bir gerekliliktir. Bu nedenle organizasyonların yenilikçiliği gerçekleştirecek uygun örgütsel yapıya haiz olması gerekmektedir. Yenilikçilik eğilimi, girişimcilik yöneliminin en önemli, hatta olmazsa olmaz öğesi olarak görölmektedir.²⁸⁹ Birçok kere girişimciliğin özünü ve girişimcilik yöneliminin en önemli öğesini oluşturduğu ileri sürölen yenilik, “bilginin, örgütsel fonksiyonları yerine getirmek üzere, orijinal, ilintili, benzersiz çözüm ve değer yaratan yeni kaynak, ürün, süreç, hizmet, yönetim tekniği ya da teknoloji biçiminde somutlaştırılarak değiştirilmesi, birleştirilmesi yahut sentezlenmesi vasıtasıyla ticari kıymet kazanması süreci” olarak tanımlanmıştır.²⁹⁰

Yenilikçilik; bir işletmenin yeni ürünler, hizmetler ve teknolojik süreçlerle sonuçlanan yeni fikirler, deneyler, yaratıcı ve alışılmamış süreçleri desteklemesi ve gerçekleştirmesi eğilimidir. Yenilikçilik boyutu; mal ve hizmetlerin geliştirilmesi ve zenginleştirilmesi, üretim, pazarlama ve dağıtım, örgütsel fonksiyonların yerine getirilmesi için yeni yönetsel teknikler ve teknolojilerin geliştirilmesi de dâhil olmak üzere, işletmelerin karşılaştıkları zorluklara yaratıcı ve farklı çözümler arayış durumuna atıfta bulunulmuş olduğu görölmüştür.²⁹¹

Yenilikler ‘radikal olma’ derecelerine bakılırsa değişkenlik gösterebilir de yenilikçilik temel olarak, mevcut teknoloji ve uygulamaları bırakma isteğidir. Yenilikçilik pek çok farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Bunlardan en önemlisi; ürün-pazar yeniliği ve teknolojik yeniliktir. Teknolojik yenilik ürün, süreç geliştirme, mühendislik, araştırma yetisi, teknik ve sektör bilgisi üzerine yoğunlaşmaktadır. Ürün-Pazar yenilikçiliği ürün tasarımı, pazar araştırması, reklam ve tutundurmaya odaklanmaktadır. Bu aşamada, işletmelerin yeni fırsatlar ardında koşması nedeniyle yenilikçilik girişimcilik yöneliminin önemli bir bileşeni olarak ele alınmaktadır.²⁹²

²⁸⁹Covin, Jeffrey G., and Morgan P. Miles. "Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage." *Entrepreneurship theory and practice* Vol.23,No.3, 1999, s.47-63.

²⁹⁰ Altuntaş ve Dönmez, s.54

²⁹¹ Çavuşgil, S. Tamer, Gary Knight, and M. Mithat Üner. *Türkiye'de Küresel Doğan İşletmeler*. Detay Yayıncılık, 2011

²⁹² Lumpkin, G. Tom, and Gregory G. Dess. "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance." *Academy of management Review*, Vol.21, No.1, 1996, s.135-172

Sonuç olarak, örgütlerde girişimcilik yöneliminin kalbini yenilikçilik boyutu oluşturmaktadır. Örgüte kıymet kazandıracak ve hem niteliksel bununla beraber niceliksel performansı artırabilecek her bir fırsatın oluşturulmasına yönelik çeşitli davranışlar yenilikçilik yönelimini içermektedir. Ek olarak, örgütlerde yeni ürünün, hizmetin, sürecin, değişen teknolojinin, fikrin ve projenin desteklenmesiyle yenilikçiliğin oluşturulması ve geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır.²⁹³

Risk Alma

Girişimcilik yöneliminin bir boyutu olan risk alma yönelimi yardımıyla, örgütler faaliyetleri sonucunda oluşabilecek kayıplara karşın girişimden vazgeçmemektedirler ve elde edilebilecek üstünlük için önceden belirlenmiş kayıplara katlanabilmektedirler. Risk alma yönelimi, belirsizliğin ya da yapılması planlanan faaliyetin içerebileceği riskin kabul edilerek olası getiriye en üst düzeye çıkarmak için belirsiz sonuçlara ya da eylemlere kaynak aktarımında örgütlerin yürekli ve saldırgan bir tutum takınması olarak ifade edilmektedir.²⁹⁴

Risk alma yönelimi, önceden getirisi belli olmayan yenilikçi projelere ya da fikirlere destek veren örgütün sahip olduğu fikir, tutum ve normların toplamı olmaktadır. Risk alma yönelimi, örgütün bir takım faaliyetlerinin neticelerinin çeşitli olumsuzluklara neden olma ihtimali olmasına rağmen girişimden geri durmamayı ve elde edilecek başarılar için önceden belirlenmiş kayıpları yahut olumsuzlukları göze alması şeklinde ifade edilmiştir.²⁹⁵

Proaktiflik

Girişimcilik yöneliminin öteki bir boyutu olan proaktiflik rakiplerinden önce fırsatların yakalamasını işaret etmektedir ve rakiplerine göre daha aktif davranmayı gerektirdiği belirtilmektedir. Proaktif örgütler, rakiplerini izlemek yerine rekabet avantajı sağlayabilmek için lider veya ilk hareket eden olmayı tercih etmektedirler. Bunun nedeni, öncü olan örgütlerin

²⁹³ Lumpkin, G. Thomas, and Gregory G. Dess. "Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle." **Journal of Business Venturing**. Vol.16, No.5, 2001, s.429-451

²⁹⁴ Antoncic, Bostjan, and Robert D. Hisrich. "Clarifying the intrapreneurship concept." **Journal of Small Business and Enterprise Development**. Vol.10, No.1, 2003, s.7-24

²⁹⁵ Bulut, Fiş, and Yılmaz Aktan. "Kurumsal girişimcilik: Kavramsal yapı üzerine bir tartışma." **Journal of Yasar University**. Vol. 3, No. 10, 2008, s.1389-1416

takip eden örgütlere göre daha yüksek kar elde etme ve marka olma mevzularında daha avantajlı olması olarak tanımlanmaktadır.²⁹⁶

Proaktif olmak “gelecekte ortaya çıkacak sorunlardan, ihtiyaçlardan ve değişimlerden önce harekete geçme, yeni fırsatları takip etme ya da yeni pazarlara rakiplerden önce girmeye yönelik üstünlük alma” olarak tasvir edilmiştir.²⁹⁷ Proaktiflik, hedef kitlenin beklentilerini rakiplerden önce doğru anlayıp cevap verebilme, gerektiğinde beklentileri yönlendirebilme ve sonuç olarak değiştirici davranışlar sergileyerek rakiplerine öncülük etmeyi kapsamaktadır.²⁹⁸

Proaktif olma, inovatif olma ve risk iştahı eğiliminin bir bütünleştiricisi olarak ele alınmaktadır. Bu kapsamda, proaktif tutumlar, her türlü inovatif ve rekabet alanında ilk konuşlanma fırsatını sağlayabilecektir. Proaktiflik yönelimi, rekabet seviyesini ve etrafını biçimlendirmek, fırsatları incelemek ve başkalaşım akışında veya neticesinde meydana gelen talepleri karşılamaya istinaden uygun stratejiler oluşturabilme, pazar farklılaşması akışında etkin rol alabilme ve yeni mamulleri ya da hizmetleri pazara ilk çıkarabilme benzer biçimde tutumları içermek olarak nitelendirilmiştir.²⁹⁹

5.1.3. Girişimcilik Yönelimi Karakteristiğinin Ölçülmesi

Bireylerin girişimcilik yönelimi değişkeninin ölçümlenmesi için ilk olarak 2009 yılında Leroy vd. tarafından derlenen³⁰⁰, daha sonra Yelkikalan ve Yüzüak tarafından³⁰¹ 2011 yılında Türkçeye adapte edilmiş olan Likert tipinde 3 alt boyut ve 30 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır.

²⁹⁶ Lieberman, Marvin B., and David B. Montgomery. "First-mover advantages." **Strategic Management Journal**. Vol.9, No.1, 1988, s.41 58

²⁹⁷ Lumpkin ve Dess, 1996, s.146.

²⁹⁸ Antoncic ve Hishrich, 2001, s.499

²⁹⁹ Bulut, s.1407

³⁰⁰ Leroy, H., Maes, J., Sels, L., Debrulle, J. "Gender Effects on Entrepreneurial Intentions: A Multi-Group Analysis at Factor and Indicator Level", **Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting**, Vol.7, No.11, 2009, s.10

³⁰¹ Yelkikalan, N., Yüzüak, E. "The factors determining entrepreneurship trends in female university students: sample of Çanakkale Onsekiz Mart University Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences", **European Scientific Journal**, Vol.25, 2011, s.121

6. ALTINCI BÖLÜM

6.1. Firmaların İhracat Performansı Ve Ölçülenmesi

6.1.1. İhracat Kavramı

6.1.1.1. İhracatın Tanımı ve Önemi

İhracat ürün ya da hizmetlerin kişiler yahut ülkeler içinde satılmasını ifade eder. Bir ürün yahut hizmetin uygulamada olan İhracat ve Gümrük Mevzuatına uyumlu olarak yurt dışına gönderilmesine, bedelinin yürürlükte olan Kambiyo Mevzuatınca belirlenen süre içinde ülkeye sokulmasına ihracat denmektedir.³⁰² “İhracat bedellerinin tahsilat biçimleri, döviz alışında ve uygulanacak oranlarda, yabancı para birimlerinin ülkeye getirilmesi için tanımlanan zaman dilimleri içerisinde, ihracat hesaplarının kapatılması gibi parasal önlemler Türk Parasının Kıymetini Koruma Mevzuatı içerisinde yer almıştır”. İhracat, yabancı ülke piyasalarındaki potansiyel müşterilerin saptanması, ürün satışının yapılması ve ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasıdır.³⁰³

Bir işlemin ihracat olabilmesi için, Gümrük ve Kambiyo Mevzuatına nazaran işlem görmesi gerekmektedir. Yurtdışına gönderilen ürün veya hizmetlerin ne olursa olsun karşılığı, ürün ya da kıymet olarak yurtiçine getirilmelidir. Mevzuattan kaynaklanan bu zorunluluk diğer ülke mevzuatlarında genellikle yer almamakta, karşılık getirme durumu satıcının tercihine bırakılmaktadır. Ülkeler, ihracat getirisi olan dövizlere ihtiyaç dereceleri ölçüsünde kambiyo kontrollerini sıkılaştırmaktadırlar. Benzer şekilde ihracata adım atmak için istenilenler, ülkelerin dış tecim ile ilgili iç kurumlarının şartlarına göre değişmektedir.³⁰⁴

Küreselleşme süreci ile beraber ihracat, işletmelerin ekonomik olarak büyümesini sağlamış ve işletmelerde rekabetin en önemli avantajı olarak ön plana çıkmıştır. Günümüzde ihracat, ülkelerin ekonomik anlamda varlığını, istihdam sorununun çözümünde, ekonominin gelişme ve üst refah seviyelerine ulaşmak için önemli bir faaliyet olarak kabul görmektedir.³⁰⁵

³⁰² Doğan, Hulusi. *İhracat Pazarlaması ve İşlemleri*. Detay, 2005

³⁰³ Ecer, H. Ferhat, ve Murat Canitez. *Uluslararası Pazarlama Teori ve Uygulamalar*. 2.Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi, 2005

³⁰⁴ Pirtini, Serdar., Mehmet Melemen. *İhracat Uygulamaları: Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım*. Türkmen Kitabevi, 2004, s.2

³⁰⁵ Aygün, Mehmet. "Firma Düzeyinde İhracat Performansının Belirleyicileri:Türk Sermaye Piyasası Örneği." *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. Cilt.4, 2010, s.113-133

İhracatın literatürde yapılan bazı tanımları şu şekildedir:

İhracat, iç ortam unsurlarının ve dış ortam unsurlarının karşılıklı etkileşimine karşı yönetimin ortaya koyduğu bir hamledir. İhracat; kar elde etme amacıyla müşterilerin ihtiyaçlarını, arzularını ve tercihlerini karşılamak için işletme olanaklarının değerlendirilmesi şeklinde faaliyetlerin uluslararası düzeyde yapılmasıdır.³⁰⁶ İhracat detaylandırılmış bir ifadeyle, bir ülkenin sınırları dâhilinde üretilen veya yabancı bir ülkeden satın alınan ürün/hizmetin, ülke haricinde belirli bir karşılık ile satılmasını kapsayan bir süreçtir. Dar anlamda ise, yurt dışına meydana getirilen ürün satışları çerçevesinde ürünlerin yurt dışına gönderilmesini ifade etmektedir.

İhracatın mevzuata göre tanımı ise; ihracat, “bir malın yahut değerın yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun şekilde fiziksel ihracatının yapılması ve Kambiyo Mevzuatına göre bedelinin (bedelsiz ihracat hariç) yurda getirilmesini veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır.³⁰⁷

İhracat, bir mal ve hizmetin ülke dışına sev edilmesi ve satış tutarının da ülkeye sokulması şeklinde tanımlanmaktadır. İhraç edilen ürünün gümrük müdürlüğü denetimine tabi olarak yükleme ve nakliye işlemlerinin yapılması, gümrük mevzuatında belirtildiği gibi fiziki olarak ülke dışına çıkması ihracat işlemidir. Ülke dışına mal veya hizmet satımları ihracattır. İhracat satışlarından elde edilen tutarın kambiyo mevzuatınca yurda sokulmasıyla ihracat yapılmış olarak kabul edilir.³⁰⁸

İhracatçının tanımı, “ihraç edeceği mal-hizmet incelenirse ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine üye ve geçerli vergi kimlik numarasına sahip gerçek ya da tüzel kişilerdir. Yeni düzenleme ile üretim faaliyetinde bulunmayan esnaf ve zanaatkâr da ihracatçı olabilmektedir” şeklinde ihracatçı tanımı yapılmıştır.³⁰⁹

³⁰⁶ Beşeli, Nursun. "KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılabilmesi İçin Alternatif Yöntemler." İGEME'den Bakış, Nisan-Haziran 1997, s.36-39

³⁰⁷ Arzova, S. Burak. **İhracat Hakkında Herşey**. Türkmen Kitabevi, 2006

³⁰⁸ Dölek, Ali. **Uluslararası Ticaret ve Türkiye Uygulamaları**. İstanbul: Arıkan Basım Yayın, 2006, s.73-74

³⁰⁹ Gürsoy, Yaser. **Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi**. Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2010

6.1.1.2. İhracatın Türleri

6.1.1.2.1. Serbest İhracat

Özelliği olan ihracat ve kayda bağlı olmayan ihracat dışında kalan faaliyetler özelliği olmayan ihracatın kapsamındadır. Bir firmanın sınırlamaya dâhil olmayan malı, sınırlama olmayan bir başka yurda peşin döviz ile malı satarken peşin ödeme türlerinden bir tanesi ile dış pazara yollayacağı mal ile süre koşulu olmayan dış satım gerçekleştirmiştir. Özelliği bulunmayan dış alım-satım adı altında yapılan alım satımın adına bakılarak gereksiz bir ihracat yapıldığı akla gelmemelidir. Tam tersine özelliği bulunmayan ihracat toplam ihracatın önemli kısmını oluşturmaktadır.³¹⁰

Bu şekilde yapılan ihracatta, ihracatçı firmalar ihracatçı birliklerine tasdik ettirdikleri gümrük beyannameleri ile beraber ihracatın yapılacağı gümrük idaresine başvurmaktadır. Böylece ihracatçı firmalar gereken resmi işlemleri gerçekleştirerek dış satımı yaparlar. Son zamanlarda yaşanan finansal çıkmazlar sebebiyle birçok ülke dış satım için gerekli işlemleri azaltarak ihracatı kolaylıkla gerçekleştirebilme yoluna gitmektedir.³¹¹

6.1.1.2.2. Kayda Bağlı İhracat

Kayda bağlı ihracat ihracı kayda bağlı mallardır. Müsteşarlık tarafından yayımlanan tebliğ tarafından yapılır. Kayda bağlı ihracat edilebilen ürünler kapsamındaki malların ihraç edilmeden önce gümrük beyannamelerinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kaydedilmesi gerekmektedir. “İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından kaydedilmiş olan gümrük beyannamesinin gümrük idarelerine teslim edilme zamanı, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğinin onay süresinden itibaren uzatılmamak koşuluyla 30 gündür. Fakat ülkemizden ihraç edilen bazı ürünlere miktar uygulaması koyan ülkelere, kota koyulan malın ihracına ait kayıt düşülerek tasdiklenmiş gümrük beyannamelerinin gümrük idarelerine teslim süresi, 30 günden daha az veya çok olarak Müsteşarlıkça belirlenebilmektedir.”³¹²

³¹⁰ Arzova, s.97

³¹¹ Çolakoğlu, Mustafa H. "Kobi Rehberi." TOBB Genel Yayın No 359, 2002

³¹² <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rehberi-ihracat-turleri.html> (05.03.2019)

Kayda bağılı ihracat listesinde yer alan mallar özellikleri yönünden ya sadece ihracatçı ülkede bulunmaktadır ya da dünyada sınırlı olarak bulunan mal türünden biridir.³¹³

6.1.1.2.3. Özelliği Olan İhracat

Türkiye’de ihracat önemli büyüklükte önemli içerik bulundurmayan mal/hizmet ihracat kalemleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Fakat önemli içerik bulundurmayan mal/hizmet ihracatı ve kayda bağılı ihracat haricinde yapılan işlemler önemli içerik bulunduran mal/hizmet ihracat türleri de mevcuttur.³¹⁴

Özelliği olan ihracat türleri; Bedelsiz İhracat, Bağlı Muamele ya da Takas Yöntemiyle Yapılan İhracat, Ticari Kiralama Şeklinde Yapılan İhracat, Transit Ticaret, Konsinye İhracat, Yurt Dışı Fuarlara ve Sergilere Katılım, İthal Edilmiş Malların İhracı, Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat şeklindedir.

6.1.2. İhracat Performansı Kavramı

6.1.2.1. İhracat Performansı

Yurtdışı pazarlar yurtiçi pazarlardan daha karmaşık olduğundan ihracat performansının doğru ölçümü zorunluluk kazanmaktadır. Kamu politikalarını belirleyen otoriteler, işletme yöneticileri ve pazar araştırmacıları açısından performans ölçümü çok önemlidir.³¹⁵ Yöneticiler açısından ihracat, finansal büyüme alanı, rekabeti artırıcı ve yoğun rekabetin bulunduğu ortamda işletmenin faaliyetlerini sürdürmesine olanak sağlayıcı etkilerinden ötürü önem arz etmektedir. ³¹⁶ Pazar araştırmacıları ise, ihracatı gelecek vadeden ve merak uyandıran bir alan olarak görmüş olduklarından ilgi duymaktadırlar.³¹⁷ İhracat performansı için birçok tanımlama vardır:

³¹³ Melemen, Mehmet, Burak Arzova. **Uluslararası Ticaret Alternatif Finansman Teknikleri ve Muhasebeleştirilmesi Ticari Yazışma Örnekleri**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2000

³¹⁴ Ecer ve Canitez, s.317

³¹⁵ Katsikeas, Constantine S., Leonidas C. Leonidou, and Neil A. Morgan. "Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development." **Journal of the Academy of Marketing Science**. Vol.28, No.4, 2000, s.493-511

³¹⁶ . Samiee, Saeed, and Peter GP Walters. "Influence of firm size on export planning and performance." **Journal of Business Research**. Vol.20, No.3, 1990, s.235-248

³¹⁷ Zou, Shaoming, and Simona Stan. "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997." **International Marketing Review**. Vol.15, No.5, 1998, s.333-356

Çavuşgil ve Zou'nun ihracat performansı tanımına göre, işletmenin yurt dışına ihracat planlaması ve pazarlama taktikleri kanalıyla mal ve hizmet satmasıyla işletmenin finansal ve stratejik hedeflerini hangi ölçüde yerine getirdiğinin ölçülmesidir.³¹⁸

Leonidou vd. göre ihracat performansı işletmenin ihracat aksiyonlarının sonucunda meydana gelen finansal, operasyonel sonuçlar şeklinde ifade edilmektedir.³¹⁹

Cadoğan vd. göre ihracat performansı, firmaların ihracat alanlarındaki finansal başarılarının göstergesidir.³²⁰

Diamantopoulos ve Kakkos göre firmalara ve çevrelerine özel şartlar dâhilinde ihracat davranışının sonucu olarak ihracat performansını tanımlar.³²¹

Genel bir ihracat performansı tanımı şöyle yapılabilir; dış pazarlara ürün veya hizmet ihraç eden işletmelerinin, dış satım sonucunda kazandığı finansal, stratejik ve davranışsal neticeleridir.

6.1.2.2. İhracat Performansını Etkileyen Faktörler

6.1.2.2.1. İhracat Performansını Etkileyen İçsel Faktörler

İhracat başarısına etki eden içsel faktörler ile alakalı olarak çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu araştırmalar göstermiştir ki içsel etkenlerin ihracat başarısına tesiri üzerinde çeşitli görüşler meydana gelmiştir.

Yapılan çalışmalarda şirket özellikleri; firmanın büyüklüğü, firmanın yaşı, şirket teknolojisi, firmanın ihracattaki tecrübesi incelenmiş, yönetim özellikleri ise; yöneticilerin eğitim düzeyi ve yabancı dil becerisi, yönetimdekilerin ihracat tecrübesi, yöneticilerin yaşı ile yönetimdekilerin tutum ve idraki bağlamında incelenmiştir.

³¹⁸ Çavuşgil ve Zou, s.4

³¹⁹ Leonidou, Leonidas C., Constantine S. Katsikeas, and Saeed Samiee. "Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis." *Journal of Business Research*. Vol.55, No.1, 2002, s.51-67

³²⁰ Cadoğan, John W., Adamantios Diamantopoulos, and Judy A. Siguaw. "Export market-oriented activities: their antecedents and performance consequences." *Journal of International Business Studies*. Vol.33, No.3, 2002, s.615-626

³²¹ Diamantopoulos, Adamantios, and Nikolaos Kakkos. "Managerial assessments of export performance: Conceptual framework and empirical illustration." *Journal of International Marketing*. Vol.15, No.3, 2007, s.1-31

6.1.2.2.1.1. Firma İle İlgili Faktörler

Firma Büyüklüğü: Firmanın büyüklüğü ile performansı arasındaki ilişki literatürde çoğunlukla araştırma mevzusu olmuştur. Bu araştırmalar da, firmanın büyüklüğü hususunda epey çelişki içeren neticeler ortaya atılmıştır. Şirket büyüklüğü ile ihracat başarısı için olumlu yönde bir alaka olduğunu ortaya koyan çalışmalar yanında olumsuz bir alaka bulunduğunu söyleyen çalışmalar da vardır. Öte yandan, ihracat başarısının şirket büyüklüğünden ayrı olduğu kanısına ulaşan araştırmalar da vardır. Bu çelişki içeren sonuçların, meydana gelmesinde çalışmada kullanılan örneklerin değişik alanlarda faaliyette olan firmalardan oluşması benzer biçimde, şirket büyüklüğünün değişik biçimlerde ele alınmasından kaynaklanabileceği de düşünülmektedir. Firma büyüklüğüne dikkat çeken bir diğer faktör olan ihracat yapan şirketlerde ayrıca ihracat biriminin yer almasının da, şirketin ihracat düzeyinin artması ve performansının artmasına neden olduğunu ortaya çıkaran araştırmalar yer almaktadır.³²²

Firma Yaşı: Şirket yaşı ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelendiğinde yapılan araştırmalarda birbirleri ile çelişki içeren neticelerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bazı araştırmalarda şirketin yaşı yükseldikçe ihracat başarısının da yükseldiği ortaya konulmuştur.³²³ Bazı araştırmalarda ise tam tersine kısa süre önce faaliyet göstermeye başlamış olan şirketlerin daha artan ihracat başarısı gösterdikleri bulgusuna erişilmiştir.³²⁴ Öte yandan bazı araştırmalarda ise şirket yaşı ile ihracat başarısı arasında herhangi bir alaka olmadığı gözlenmiştir.³²⁵

Firmanın Teknolojisi: Teknoloji ve ihracat performansı arasındaki ilişki de pek çok araştırmamanın konusu olmuş ve meydana getirilen çalışmalarda çok çelişkili neticeler ortaya çıkmıştır. Teknoloji mevzusundaki daha elastik olan ve Ar-ge harcamalarına ağırlık veren firmaların ihracat konusunda daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.³²⁶ Teknolojik

³²² Yunus, Ali. "Impact of firm and management related factors on firm export performance." **Journal of Asia Pacific Marketing**. Vol.3, No.2, 2004, s.5-20

³²³ Brouter, Lance E., and George Nakos. "The role of systematic international market selection on small firms' export performance." **Journal of Small Business Management**. Vol.43, No.4, 2005, s.363-381

³²⁴ Baldauf, Artur, David W. Cravens, and Udo Wagner. "Examining determinants of export performance in small open economies." **Journal of World Business**. Vol.35, No.1 2000, s.61-79

³²⁵ Contractor, Farok J., Chin-Chun Hsu, and Sumit K. Kundu. "Explaining export performance: a comparative study of international new ventures in Indian and Taiwanese software industry." **MIR: Management International Review**. 2005, s.83-110

³²⁶ Gomez-Mejia, Luis R. "The role of human resources strategy in export performance: A longitudinal study." **Strategic Management Journal**. Vol.9, No.5, 1988, s.493-505

yoğunluk düzeyi ve yenilikçilik düzeyi ile ihracat performansı içinde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.³²⁷ Firmanın Ar-ge harcamalarının ihracatı olumlu yönde etkilediğini ancak Ar-ge harcamalarının ihracata tesirinin gecikmeli olarak ilerleyen dönemlerde tesirini gösterdiğini tespit etmişlerdir.³²⁸

Kobiler üzerinde yapılan çalışmalarda, firmanın teknolojik düzeyi arttıkça finansal göstergelerden olan ihracat yoğunluğunun arttığı fakat finansal olmayan göstergelerden olan ihracat memnuniyetinin firmanın teknolojik düzeyi ile ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.³²⁹

İhracat Deneyimi: Şirketin ihracat tecrübesi ve başarısı arasındaki ilişkiye bakıldığında da uzun süreden beri ihracat meydana getiren firmaların diğerlerine göre yüksek ihracat başarısı gösterdikleri ortaya konulmuştur. Bazı araştırmalara göre ihracat tecrübesi daha az olan şirketlerin daha çok ihracat başarısına sahip olduğuna ulaşılmıştır.³³⁰ İhracat tecrübesinin fazla olması ihracat başarısı üzerinde direk tesirinin bulunmadığını; sadece tecrübesi fazla olan şirketlerin pazar alanlarını geliştirme stratejisi ve ürün stratejisini ihracata yeni başlamış şirketlere göre daha saldırgan gerçekleştirdiklerini, dolayısı ile daha fazla ihracat başarısı gösterdikleri saptanmıştır.³³¹

6.1.2.2.1.2. Yönetim İle İlgili Faktörler

Yönetimdekilerin görevleri, ihracat pazarlarının araştırılması, ihracat satışlarının planlanması ve kontrolü, ihracat pazarlarının gezilerek müşterilerinin belirlenmesi ve müşterilerle etkileşim kurulmasını sağlamaktır.³³² Bu nedenle yöneticilerin başarılı, becerikli

³²⁷ Kılıç, Sabiha. "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Pazarlaması Davranışlarını Etkileyen Faktörler İle İhracat Performansı Arasındaki İlişkilere Dair Ampirik Bir Çalışma: Çorum Makine İmalat Sanayi Örneği." **Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.11, No.1, 2007, s.40-62

³²⁸ Uzay, Nispet, Mustafa Demir, ve Ertuğrul Yıldırım. "İhracat performansı açısından teknolojik yeniliğin önemi: Türkiye imalat sanayi örneği." **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt.13, Sayı.1, 2012, s.147-16

³²⁹ Danışman Ali, and Arş Gör Ahmet Gökhan SÖKMEN. "Girişimci Özellikleri Ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma." **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.16, No.1, 2007, s.213-230

³³⁰ Brouthers ve Nakos, s.366

³³¹ Hoang, B. Peter. "A causal study of relationships between firm characteristics, international marketing strategies, and export performance." **MIR: Management International Review**. 1998, s.73-93

³³² Katsikea, Evangelia, and Robert E. Morgan. "Exploring export sales management practices in small-and medium-sized firms." **Industrial Marketing Management**. Cilt.32, No.6, 2003, s.467-480

ve kabiliyetli olması firmalar için oldukça önem arz etmektedir. Yönetimdekilerin tecrübe ve bilgi birikimleri firmaların dünya çapında pazarlarda yer alması açısından önemlidir.³³³

Yöneticilerin Eğitim ve Yabancı Dil Seviyesi: Yöneticilerin eğitim düzeyinin, firmalara önemli getiriler sağlaması ve firma başarısını arttırması beklentisi söz konusudur. Koh (1993) dış tecim alanında eğitim alan yöneticilerin işletme başarısına daha fazla katkısı bulunduğunu ortaya koymuştur. Leonidou vd. (1998) göre yüksek eğitim seviyesine haiz yöneticiler uluslararası arenada daha doğru kararlar vermekte ve daha fazla başarı sağlamaktadırlar. Sonuç olarak eğitim seviyesi yüksek olan yöneticiler uluslararası faaliyetlerinde daha etken, daha bilgili ve daha açık fikirli davranmaktadırlar. Bu da işletmelerin başarısına katkı sağlamakta ve işletmelerin ihracat performanslarına pozitif yönlü tesir etmektedir. Yöneticinin yabancı dil becerisi, firmaların ihracat başarılarını etkileyen bir diğer manevi belirleyicidir. Kaynak ve Kuan (1993)' e göre firmaların üst düzey yöneticilerinin yabancı dil konuşabilmesi işletmelerin ihracat performansını doğrudan etkilemektedir. Harcar (1993) ise Türk tekstil sektöründe çalışan yöneticiler üzerine yaptığı çalışmada yöneticilerin yabancı dil hâkimiyeti ve yabancı kültürlerle etkileşiminin işletme ihracat performansı ile ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Swift (1990) ise yabancı dil bilgisi sayesinde yabancı kültürlerle etkileşimin daha fazla olduğu ve kültürel farklılıkların daha iyi anlaşıldığı, bu değişikliklerle daha iyi baş edildiğini belirtmiştir.³³⁴

Yöneticilerin İhracat Tecrübesi: Yöneticilerin ihracat deneyimine sahip olması onların başarıya ulaşma şansını arttırması, yurtdışı ile etkileşim seçeneğinin çeşitli olması beklenmektedir. Yapılan araştırmalarda yöneticinin ihracat tecrübesine sahip olması ihracat performansı ile artan ilişkili olduğu ortaya konmuştur.³³⁵ Yöneticinin ihracat yönlü davranması ve ihracat deneyiminin en önemli yönetsel belirleyicilerden olduğunu ifade etmiştir.³³⁶ Uluslararası yönlü olmak tecrübe ve başarıyla ilişkilidir.

³³³ O'Cass, Aron, and Craig Julian. "Examining firm and environmental influences on export marketing mix strategy and export performance of Australian exporters." **European Journal of Marketing**. Vol.37, No.3-4, 2003, s.366-384

³³⁴ Kaplan, M.(akt.) "İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği İle İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma." **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013

³³⁵ Perçin, Selçuk. "İhracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve firmaların ihracat performans ölçülerine göre sınıflandırılmasındaki rolü: ISO 1000 sanayi firmaları uygulaması." 2005

³³⁶ Çavuşgil ve Zou, s.1-21

Yöneticilerin Yaşı: İhracat başarısı ile yöneticinin yaşı arasında ilişkiden bahsetmektedir. Bu araştırmalarda yaşça büyük olan yöneticilerin risk alabilme özelliklerinin az, daha az yenilikçi olduğu öne sürülmesine rağmen bazı araştırmalar da ise yaş almış yöneticilerin genç yöneticilere göre daha fazla performans gösterdikleri gözlemlenmiştir.³³⁷ Yapılan birkaç araştırmaya göre ise yöneticilerin yaşı ile ihracat başarısı arasında olumlu ilişki gözlemlenmemiştir.³³⁸ Netice olarak yapılan araştırmalarda birbirinden farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Yöneticilerin Tutum ve Algıları: Yöneticinin tutum ve davranışları, yöneticilerin ihracat yaparken olan tutumlarını, eğilimlerini ifade eder. Yönetici tutumları ve ihracat başarısı arasındaki ilişkiyi araştıran araştırmalarda görülmektedir ki; yöneticilerin değişime karşı olan tutumları, dış piyasalara çıkma arzuları, ihracat yapmak için olumlu tavır içinde olması gibi davranışlar firmanın ihracat başarısını etkilemektedir.³³⁹ Yöneticilerin ihraç faaliyetlerine olumlu bakması ve bu mevzuda istekli olması onların başarısını arttıracaktır. Benzer şekilde yöneticilerin ihracat konusunda olumsuz tutumları olması onları ihracat yapsa bile başarısızlığa götürebilmektedir. Çünkü isteği ve merakı olmadan başarmak için çok çaba sarf etmeyecektir.

6.1.2.2.2. İhracat Performansını Etkileyen Dışsal Faktörler

6.1.2.2.2.1. Endüstri Özellikleri

İşletmelerin faaliyette bulunduğu sanayi ile işletmelerin performansları arasında bir etkileşim söz konusudur. Endüstrinin teknolojik olarak gelişme potansiyeli teknolojik yoğunluğu ile alakalıdır. Endüstrinin teknolojiye odaklanması ihracat başarısı açısından önemli özelliklerdendir.³⁴⁰

Sektör yoğunlaşması kavramı ise görece geniş firmaların piyasaya yön vermesidir. Sektör yoğunluğunun çok olduğu pazarlarda firmaların ihracat yapmayı düşünmeyeceği varsayılabilir. Bir diğer durum ise bu pazarlarda yer alan firmalar, mahalli piyasadaki

³³⁷ Kaynak, Erdener, and Wellington Kang-yeen Kuan. "Environment, strategy, structure, and performance in the context of export activity: an empirical study of Taiwanese manufacturing firms." **Journal of Business Research**. Vol.27, No.1, 1993, s.33-49

³³⁸ Stöttinger, Barbara, and Hartmut H. Holzmüller. "Cross-national stability of an export performance model-a comparative study of Austria and the US." **MIR: Management International Review**. 2001, s.7-28

³³⁹ Kalaycıoğlu, O. Kurumsal Yönetim Bağlamında Yönetim Kurulu Yapılarının İhracat Performansına Etkileri, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi, 2011

³⁴⁰ Çavuşgil ve Zou, s.1-21

deneyimlerinden faydalanarak uluslararası piyasalara genişlemeyi düşünebilirler. Araştırmalardan elde edilen bulgular iki bakış açısını da onaylamaktadır. Sektörün nasıl yapılandığı da firmaların ihracat performansında belirleyicidir. Büyük firmaların sektöre hâkim olması sektör yoğunlaşmasıdır. Birkaç büyük firmanın piyasayı yönlendirmesi, yüksek pazar oranına sahip olmasıdır. İşletmelerin ihracat yapma isteği düşüktür sektör yoğunluğu çok olan pazarlarda. Fakat bu pazarlarda bulunan firmalar içinde var oldukları güçlü pozisyonlarından ve tecrübelerinden ötürü ihracat yapma arzusunda bulunabilirler.³⁴¹

6.1.2.2.2.2. Dış Pazar Kaynaklı Faktörler

İhracat yapılan ülkenin politikasının durumu, sosyo-kültürel durumu, rekabet faktörleri, ülkenin finansal düzen içinde olması, ihracat yapılacak pazarın mahalli pazara yakın olması ya da uzak olması, hükümet politikaları firmaların ihracat başarısını etkilemektedir. Mahalli pazardaki kadar yabancı pazarda da birtakım olumlu kazançlar ve olumsuz tehditler bulunmaktadır. Bu yüzden şirketlerin ihracatı gerçekleştirme kararlarında ihracat piyasasının özellikleri önem arz etmektedir. İşletmeler ihracat pazarlama stratejilerini ihracat piyasasının özelliklerine göre belirlerler. Bu nedenden dolayı ihracat pazarının özellikleri firmanın ihracat stratejisini dolayısı ile ihracat başarısını etkiler.³⁴²

Sonuç olarak işletmelerin ihracat yaptığı pazarın özellikleri hem doğrudan hem de pazar özelliklerinin ihracat pazarlama stratejisinin belirlenmesine etkisinden dolayı dolaylı olarak işletmelerin ihracat performanslarını etkiler.

6.1.2.2.2.3. Yerel Pazar Kaynaklı Faktörler

İşletmelerin içinde bulunmuş olduğu piyasanın sahip olduğu imkânlar ve taşıdığı bazı kısıtlayıcı özellikler firmaların ihracat başarısını etkilemektedir. İç piyasadaki olanaklar işletmenin ihracat sonucuna etki edecektir. İç pazar olanakları dış pazar olanaklarına oranla daha çekici olan işletmelerin ihracat yapma eğilimi ve isteği olmayacağını, aksi bir durumda iç

³⁴¹ Zou ve Stan, s.333-356.

³⁴² Zhao, Hongxin, and Shaoming Zou. "The impact of industry concentration and firm location on export propensity and intensity: An empirical analysis of Chinese manufacturing firms." *Journal of International Marketing*. Vol.10, No.1, 2002, s.52-71

pazar olanakları yeterli olmayan işletmelerin ise dış pazara yönelme ve ihracat yapma arzularının olacağından bahsedilmektedir.³⁴³

6.1.2.3. İhracat Performansının Ölçülmesi

İhracat performansının ölçülmesinde faydalanan göstergeleri üç başlık altında toplanmaktadır. Bunlar finansal ölçütler yani kişiye bağlı olmayan ölçütler, finansal olmayan ölçütler yani kişiye bağlı ölçütler ve karma ölçeklerdir. Kişiye bağlı olmayan değişkenler firmanın satış hacmi şeklinde rakamsal değerleri ifade eder. Kısaca finansal ölçümleri ihtiva eder. Kişiye bağlı olan değişken göstergeleri ise ihracat başarısına ilişkin finansal olmayan değerleri içerir.³⁴⁴

İhracat performansının ölçülmesinde kişiye bağlı olan kıstaslar şu şekildedir ³⁴⁵:

-Stratejik nitelikli kıstaslar; pazarlama çabaları, müşteri odaklılık, rekabet seviyesi ve işletmenin öteki faaliyetlerinin ihracat ile uyumu gibi kıstaslardır. Aslında işletmenin pazar odaklılık kıstaslarıdır.

-Davranışsal kıstaslar; bu kıstaslar işletmelerin yabancı pazara bakış ve bu pazarlara girmedeki tutum ve algılarıdır. İşletmelerin başarı algıları, zor pazarlara girme, rekabet edebilirlikleri, risk algılamaları, yatırımları ve faaliyetleri sonucundaki geri dönüşlerle ilgili tatmin düzeyleri davranışsal kıstaslar olarak sayılabilir.

İhracat performansını ölçen kişiye bağlı olmayan kıstas grupları ise şu şekildedir³⁴⁶:

- İhracat satışlarıyla ilgili kıstaslar; ihracat satışlarının yoğunluğu, ihracat pazar payı, ihracat satışları, faaliyet gösterdiği pazarların sayısı ve bunlara ilişkin değişkenlerdeki değişimler gibi kıstasları kapsar.

³⁴³ Zhao ve Zou, s.52-71

³⁴⁴ Zou ve Stan, s.341-342

³⁴⁵ Shoham, Aviv. "Export performance: a conceptualization and empirical assessment." **Journal of International Marketing**. Vol.6, No.3, 1998, s.59-81 ; Das, Mallika. "Successful and unsuccessful exporters from developing countries: some preliminary findings." **European Journal of Marketing**. Vol.28, No.12, 1994, s.19-33

³⁴⁶ Çavuşgil ve Zou, s.16; Shoham, s.63-67; Das, s.19-33

-İhracat karlılıklarıyla ilgili kıstaslar; kısaca varlıkların getirisidir. Yatırımların getirileri, pazar payı, pazar payındaki değişimler, brüt ve net ihracat kar farkları ve sektör standartlarına göre kar gibi kıstaslardan oluşur.

-İhracat satışları ve karlılıkların değişimiyle ilgili kıstaslar; yeni girilen pazarların sayısı, ihracat satışlarındaki değişim ve karlılığa olan etkileri, yıllar itibariyle ihracatın gidişatı, işletme varlıklarının ve yatırımlarının ihracat ile ilgili getirilerindeki değişim kıstaslarını ifade eder.

Çalışmalarda kişiye bağlı olmayan ölçütleri kullanmak bazı problemlere neden olabilir. Çünkü işletmelerin büyüklüğüne göre ihracat satışları, pazar payları değişmektedir ve işletmelerin kullandıkları muhasebe uygulamaları esas alındığında işletme karlılıkları hesaplanması farklılıklar gösterebilir. İşletmelerin sektöre ve satışını yaptıkları ürün gruplarına göre satış hacmi, pazar ölçeği de yine farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle kişiye bağlı olmayan kıstaslarla işletmelerin performans ölçümlerinin kıyaslanması güçleşmektedir. Genelde çalışmalarda kişiye bağlı olmayan ve kişiye bağlı olan ölçütler birlikte kullanılmaktadır. Kişiye bağlı olmayan nitelikli finansal ölçekler ve kişiye bağlı nitelikli finansal olmayan ölçeklerin birbirinin eksikliklerini ve yetersizliklerini gidermesi amacıyla bir arada kullanılarak performans ölçümünün daha güvenilir yapılmasına olanak sağlayacak en etkili yöntem karma ölçek kullanımı olarak kabul görmektedir.³⁴⁷

³⁴⁷ Perçin, s.11-22

7. YEDİNCİ BÖLÜM

7.1. Araştırma Yöntemi

7.1.1. Araştırma Tasarımı

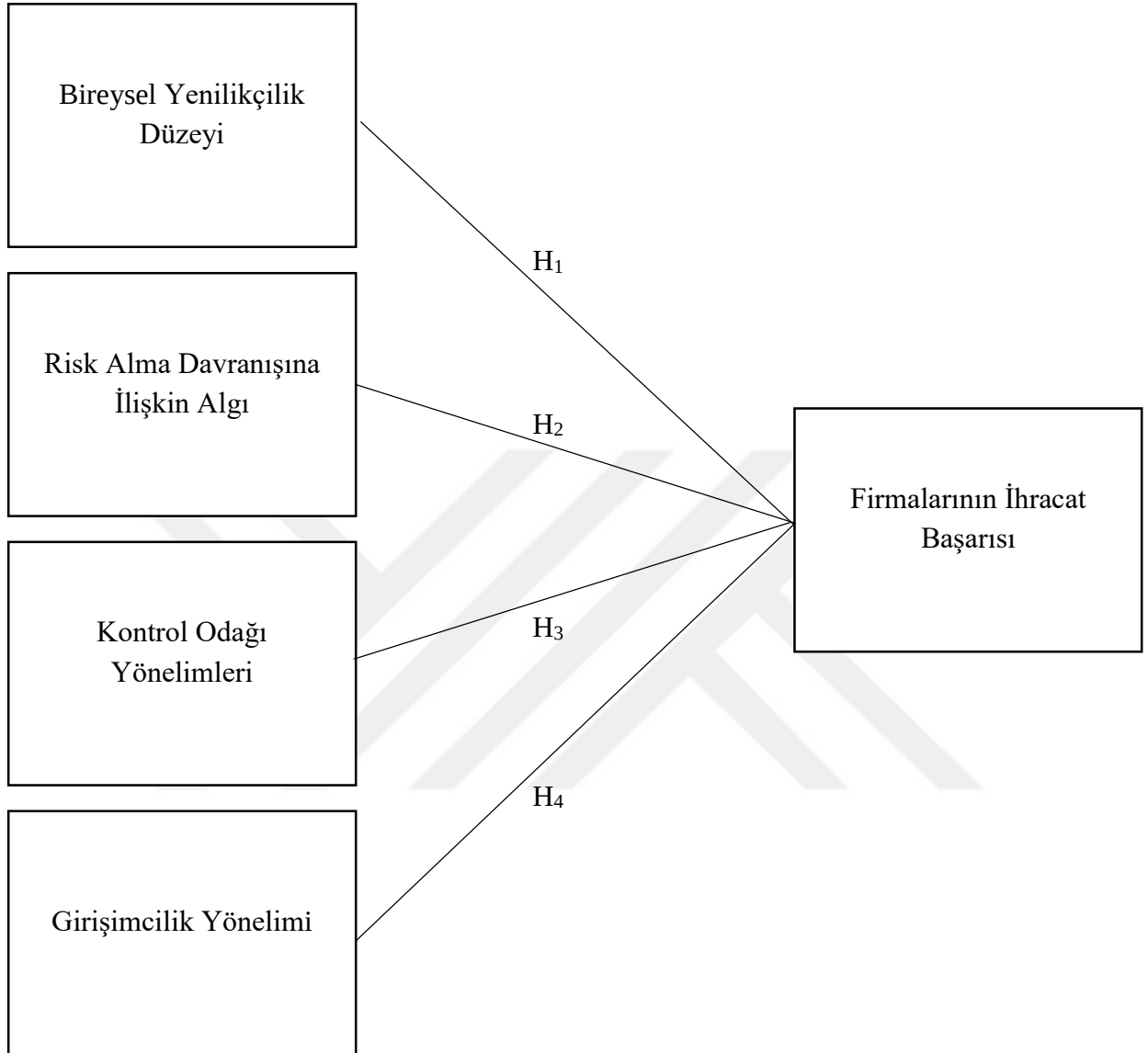
Bu bölümde, araştırma sorusunun niteliği, araştırmanın modeli, analiz birimi, ana kütle ve örneklem tasarımı, zaman aralığı, veri toplama metodu, araştırmada kullanılan ölçekler ve ölçeklerin güvenirliği başlıklarına yer verilecektir.

7.1.1.1. Araştırma Sorusunun Niteliği

Bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturan araştırma sorusu daha önce de belirtildiği gibi; “Firmaların ihracat başarısı ile sahiplerinin ve üst düzey yöneticilerinin sergiledikleri bireysel yenilikçilik, risk alma, kontrol odağı ve girişimcilik yönelimi karakteristikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? ” şeklindedir. Araştırma sorusu, metodolojik açıdan ele alındığında; “değişkenler arası ilişkilerin incelenmesi” niteliğinde görülmektedir.

7.1.1.2. Araştırma Modeli

Bu çalışma, değişkenler arasında olduğu varsayılan ilişkileri ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda, “Bireysel Yenilikçilik”, “Risk Alma”, ”Kontrol Odağı” ve “Girişimcilik Yönelimi” değişkenleri ile “Firmaların İhracat Başarısı” değişkeni arasında korelatif bir ilişkinin var olup olmadığı incelenmiştir. Bu olası ilişkinin şematik gösterimi aşağıdaki gibidir:



Şekil 7.1: Araştırma Modeli

7.1.1.3. Analiz Birimi

Bu çalışmanın analiz birimi “Bireysel Yenilikçilik”, “Risk Alma”, ”Kontrol Odağı” ve “Girişimcilik Yönelimi” değişkenleri için analiz birimi birey, “Firmaların İhracat Başarısı” değişkeni için analiz birimi işletme/örgüttür. Türkiye İhracatçılar Meclisine kayıtlı “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” arasına girmiş firmalar bünyesinde yer alan firma sahipleri ve bu firmalarda görev alan üst düzey yöneticiler hedef kitle olarak seçilmiştir.

7.1.1.4. Ana kütle ve Örneklem Tasarımı

Araştırmaya ait ana kütle, Türkiye sınırları içerisinde iş yapan, İstanbul ilinde yer alan Türkiye İhracatçılar Meclisine kayıtlı “Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” arasına girmiş ve çalışan sayısı 250 kişinin altında kalan KOBİ bazında ki firmalar bünyesinde görev alan üst düzey yöneticiler ve firma sahipleri oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklem metodu “iradi örneklemdir” ve analiz birimi “Bireysel Yenilikçilik”, “Risk Alma”, ”Kontrol Odağı” ve “Girişimcilik Yönelimi” değişkenleri için analiz birimi birey, “Firmaların İhracat Başarısı” değişkeni için analiz birimi işletme/örgüttür. Analize 117 farklı firmadaki bireylerden elde edilen veriler ve 117 firmanın İhracat başarısını gösteren veriler dâhil edilmiştir.

7.1.1.5. Araştırmanın Zaman Aralığı

Araştırma verisinin toplanması “anlık, kesit alım” metodu ile gerçekleştirilmiş olup, 16 Eylül 2018 – 16 Haziran 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

7.1.1.6. Veri Toplama Metodu

Araştırmada kullanılan veri toplama metodu; “Bireysel Yenilikçilik”, “Risk Alma”, ”Kontrol Odağı” ve “Girişimcilik Yönelimi” değişkenleri için anket metodu kullanılmıştır. “Firmaların İhracat Başarısı” değişkeni için ikincil veri kaynağından veri toplama metodu kullanılmıştır.

“Bireysel Yenilikçilik”, “Risk Alma”, ”Kontrol Odağı” ve “Girişimcilik Yönelimi” değişkenleri için birinci dereceden veri elde etmek amacıyla anket yöntemine başvurulmuştur.

Bu yöntemle örnekleme dâhil olan kişilere yazılı olarak daha önce hazırlanmış soruları sormak yolu ile elde edilmiştir. Anket soruları kişilere yüz yüze ve çevrimiçi olarak yöneltilmiştir.

Çalışmamızda yer alan anket formu beş kısımdan oluşturulmuştur. İlk kısımda örnekleme dâhil olan katılımcıların demografik karakteristiğini belirlenmeye ilişkin 2 adet soru yer almaktadır. İkinci kısımda ise, araştırmanın değişkenlerinden biri olan bireysel yenilikçiliğe ilişkin ölçek, üçüncü bölümde araştırmanın değişkenlerinden kontrol odağına ilişkin ölçek, dördüncü bölümde araştırmanın değişkenlerinden girişimcilik yönelimine ilişkin ölçek ve beşinci bölümde araştırmanın değişkenlerinden olan risk almaya ilişkin ölçek yer almaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin detaylı bilgiler aşağıda belirtilmiştir.

7.1.1.7. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

7.1.1.7.1. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği

Anket formunun ikinci bölümünde yer alan ölçek; H.T. Hurt vd. Tarafından 1977 yılında geliştirilen Yenilikçilik Ölçeğinin (IS), Kılıçer ve Odabaşı tarafından 2010 yılında Türkçeye uyarlanmasıyla elde edilmiş hali kullanılmıştır. Bireylerin Yenilikçilik düzeyini belirleyen Likert tipindeki bu ölçekte toplamda 20 madde bulunmaktadır.³⁴⁸

Araştırmada faydalanılan Bireysel Yenilikçilik ölçeği, dört boyut ve 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin boyutları ve ilgili maddelerin numaraları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir.

Tablo 7.1
Bireysel Yenilikçilik Ölçeğinin Boyutları

Boyut	Maddeler
Değişime Direnç	4, 6,7,10,13,15,17,20
Fikir Önderliği	1, 8, 9, 11, 12
Deneyime Açıklık	2, 3, 5,14,18
Risk Alma	16,19

³⁴⁸ Kılıçer ve Odabaşı, s.153.

Yukarıda belirtilen maddelerden 12'si olumlu elemandan (1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18 ve 19), 8'i olumsuz elemandan (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17 ve 20) oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçek beşli Likert türünde olup eşit aralıklılara bölünmüş bir ölçek olarak ele alınmaktadır. Ankete katılan bireylerden; (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum, ne katılmıyorum, (4) katılıyorum, (5) tamamen katılıyorum seçeneklerini kullanarak cevap vermeleri istenmiştir.

7.1.1.7.2. Kontrol Odağı Ölçeği

Anket formunun üçüncü bölümünde yer alan ölçek; Rotter'ın 1990 yılında geliştirmiş olduğu İç-Dış Kontrol Odağı Ölçeğinden daha kapsamlı olan Kontrol Odağı Ölçeği kullanılmıştır. Likert tipinde olan bu ölçek Dağ tarafından 2002 yılında geliştirilmiştir. Kontrol Odağını belirleyen Likert tipindeki bu ölçekte 47 madde bulunmaktadır.³⁴⁹

Araştırmada kullanılan Kontrol Odağı ölçeği, beş boyut ve 47 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin boyutları ve ilgili maddelerin numaraları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir.

Tablo 7.2
Kontrol Odağı Ölçeğinin Boyutları

Boyut	Maddeler
Kişisel Kontrol	17, 18, 19, 21, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 41, 43, 44, 45, 47
Şansa Olan İnanç	1, 6, 9, 11, 12, 15, 16, 23, 26, 30, 40
Çabanın Anlamsızlığı	2, 4, 5, 8, 10, 14, 22, 24, 25, 35
Kadere İnanç	3, 39, 42
Adaletsiz Dünyaya İnanç	7, 13, 20, 38, 46

³⁴⁹ Dağ, 2002, s.81

Yukarıda belirtilen maddelerden 25'i pozitif maddelerden (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 20, 22, 23, 24, 25, 35, 38, 39, 40, 42, 46), 22'si negatif (ters yönlü) maddelerden (15, 16, 17, 18, 19, 21, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 41, 43, 44, 45, 47) oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçek beşli Likert türünde olup eşit aralıklılara bölünmüş bir ölçek olarak ele alınmaktadır. Ankete katılan bireylerden; (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum, ne katılmıyorum, (4) katılıyorum, (5) tamamen katılıyorum seçeneklerini kullanarak cevap vermeleri istenmiştir.

7.1.1.7.3. Girişimcilik Yönelimi Ölçeği

Anket formunun dördüncü bölümünde yer alan ölçek; Bireylerin Girişimcilik Yönelimi ölçeği ilk olarak Leroy vd. tarafından 2009 yılında geliştirilen bir ölçektir.³⁵⁰ Daha sonra 2011 yılında Yelkikalan ve Yüzüak tarafından Türkçeye adapte edilmiş hali olan 30 maddelik Likert tipi ölçek kullanılmıştır.³⁵¹

Araştırmada kullanılan girişimcilik yönelimi ölçeği üç faktör ve 30 maddeden meydana gelmektedir. Ölçeğin boyutları ve ilgili maddelerin numaraları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir.

Tablo 7.3
Girişimcilik Yönelimi Ölçeğinin Boyutları

Boyut	Maddeler
Kişisel Tutum	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Öznel Norm	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Algılanan Davranışsal Kontrol	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30

³⁵⁰ Leroy vd, s.10

³⁵¹ Yelkikalan ve Yüzüak, s.121

Yukarıda belirtilen maddelerden 29'u pozitif madde, 1'i (28.madde) negatif (ters yönlü) maddeden oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçek beşli Likert türünde olup eşit aralıklılara bölünmüş bir ölçek olarak ele alınmaktadır. Ankete katılan bireylerden; (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum, ne katılmıyorum, (4) katılıyorum, (5) tamamen katılıyorum seçeneklerini kullanarak cevap vermeleri istenmiştir.

7.1.1.7.4. Risk Alma Ölçeği

Anket bölümünün beşinci bölümünde yer alan ölçek; Weber vd. tarafından 2006 yılında yayınlanan “A Domain-Specific Risk-Attitude Scale” (DOSPERT), bireylerin risk alma ölçeği olarak ele alınmıştır.³⁵² Blais ve Weber risk iştahını 5 ana başlıkta ele almıştır. Bunlar; mali kararlar, sağlık/güvenlik, rekreasyonel, etik ve sosyal kararlar. Blais ve Weber bir alanda yüksek risk iştahına sahip bireyin diğer bir konuda aynı oranda risk almayabileceğini düşünerek konular bazında bir risk iştahı ölçeği geliştirmişlerdir.³⁵³ Bireylerin Risk Alma eğilimini ölçen Likert tipindeki bu ölçek 30 maddeden oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan Risk Alma ölçeği beş boyuttan ve 30 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin boyutları ve ilgili maddelerin numaraları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibidir;

Tablo 7.4
Risk Alma Ölçeğinin Boyutları

Boyut	Maddeler
Etik	6, 9, 10, 16, 29, 30
Mali	3, 4, 8, 12, 14, 18
Sosyal	1, 7, 21, 22, 27, 28
Rekreasyonel	2, 11, 13, 19, 24, 25
Sağlık/ Güvenlik	5, 15, 17, 20, 23, 26

³⁵² Elke U. vd, s.263-290

³⁵³ Blais ve Weber, s.33-47

Araştırmada kullanılan ölçek beşli Likert türünde olup eşit aralıklılara bölünmüş bir ölçek olarak ele alınmaktadır. Ankete katılan bireylerden; (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum, ne katılmıyorum, (4) katılıyorum, (5) tamamen katılıyorum seçeneklerini kullanarak cevap vermeleri istenmiştir.

7.1.1.8. İhracat Başarısı Ölçeği

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin yıllık olarak yayınladığı ilk 500 hizmet ihracatçıları listesi üzerinde yer alan şirketlerin 2016-2017 yılları arasındaki ihracat miktarındaki değişimleri ihracat başarısı olarak ele alınmıştır. Aynı zamanda toplam ciro içerisindeki hizmet ihracatı miktarının oranı da şirketlerin ihracat başarısını değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır.

7.1.1.9. Ölçeklerin Güvenirliği

Her bir değişkenin ve onların alt boyutlarının güvenilirliğini ölçmek için toplanan veriler SPSS programı yardımıyla güvenilirlik analizinden geçirilmiştir. Anketin güvenilirlik düzeyini saptamak amacıyla Cronbach Alfa güvenilirlik analizine yer verilmiştir.

Cronbach Alfa değeri etmene ait soruların güvenilirlik değerini sergilemekte olup. Cronbach Alfa değerinin 0,7 ve üstünde olduğunda ölçek güvenilir olarak kabul edilir. Soru sayısının az olduğu hallerde bu güvenilirlik sınırı 0,6 değeri ve üzerinde olarak ele alınabilmektedir.³⁵⁴

Bireysel yenilikçilik ölçeğinin geneli için yapılan güvenilirlik analizine göre Cronbach Alfa değeri 0,603 bulunmuştur. Bireysel yenilikçilik ölçeğinin her bir boyutu için yapılan güvenilirlik analizlerinin sonucu aşağıdaki tablodaki gibidir.

³⁵⁴ Durmuş, Beril, E. Serra Yurtkoru, ve Murat Çinko. "Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi", Beta Yayıncılık: 5.Baskı, İstanbul, 2013

Tablo 7.5
Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Boyutlarının Güvenirlik Sonucu

Boyut	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
Değişime Direnç	8	0,626
Fikir Önderliği	5	0,594
Deneyime Açıklık	5	0,592
Risk Alma	2	0,447
Bireysel Yenilikçilik	20	0,603

Kontrol odağı ölçeğinin geneli için yapılan güvenirlik analizine göre Cronbach Alfa değeri 0,778 bulunmuştur. Kontrol odağı ölçeğinin her bir boyutu için yapılan güvenirlik analizlerinin sonucu aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 7.6
Kontrol Odağı Ölçeği Boyutlarının Güvenirlik Sonucu

Boyut	Maddeler	Cronbach Alfa
Kişisel Kontrol	18	0,810
Şansa Olan İnanç	11	0,608
Çabanın Anlamsızlığı	10	0,730
Kadere İnanç	3	0,288
Adaletsiz Dünyaya İnanç	5	0,565
Kontrol Odağı	47	0,778

Girişimcilik yönelimi ölçeğinin geneli için yapılan güvenirlik analizine göre Cronbach Alfa değeri 0,812 bulunmuştur. Girişimcilik yönelimi ölçeğinin her bir boyutu için yapılan güvenirlik analizlerinin sonucu aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 7.7
Girişimcilik Yönelimi Ölçeğinin Boyutlarının Güvenirlik Sonucu

Boyut	Maddeler	Cronbach Alfa
Kişisel Tutum	10	0,708
Öznel Norm	8	0,454
Algılanan Davranışsal Kontrol	12	0,616
Girişimcilik Yönelimi	30	0,812

Risk alma ölçeğinin geneli için yapılan güvenirlik analizine göre Cronbach Alfa değeri 0,783 bulunmuştur. Risk alma ölçeğinin her bir boyutu için yapılan güvenirlik analizlerinin sonucu aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 7.8
Risk Alma Ölçeğinin Boyutlarının Güvenirlik Sonucu

Boyut	Maddeler	Cronbach Alfa
Etik	6	0,723
Finansal	6	0,470
Sosyal	6	0,503
Rekreasyonel	6	0,651
Sağlık/ Güvenlik	6	0,556
Risk Alma	30	0,783

7.1.2. VERİ ANALİZİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından yayınlanan ilk 500 hizmet ihracatçısı listesinde yer alan firmalar arasında olan 117 firma ile yüz yüze ve çevrimiçi olarak gerçekleştirdiğimiz anket sonuçlarını elektronik ortama aktararak, verileri anlamlandırmak ve hipotezlerimizi doğrulamak maksadıyla, aşağıda detayları ve sonuçları verilen analizleri gerçekleştirdik.

7.1.2.1. Veri Analizi ve Bulguların Yorumlanması

Veriler İstatistiksel Paket Programı yardımıyla analiz edilerek, yazılım içerisinde sunulan analiz ve test metotlar kullanılmıştır.

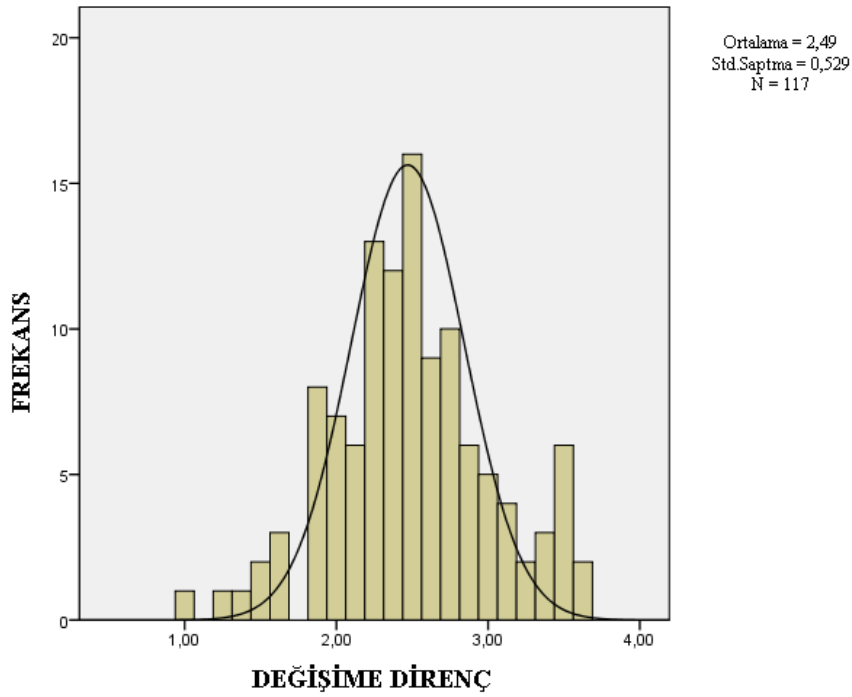
7.1.2.1.1. Verilerin Analizi

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ve faktör bazında nasıl bir tutarlılık sergilediğini analiz etmek için Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmıştır. Bu teste ait sonuçlara aşağıda verilen Tablo 7.9'dan ulaşılabilmektedir.

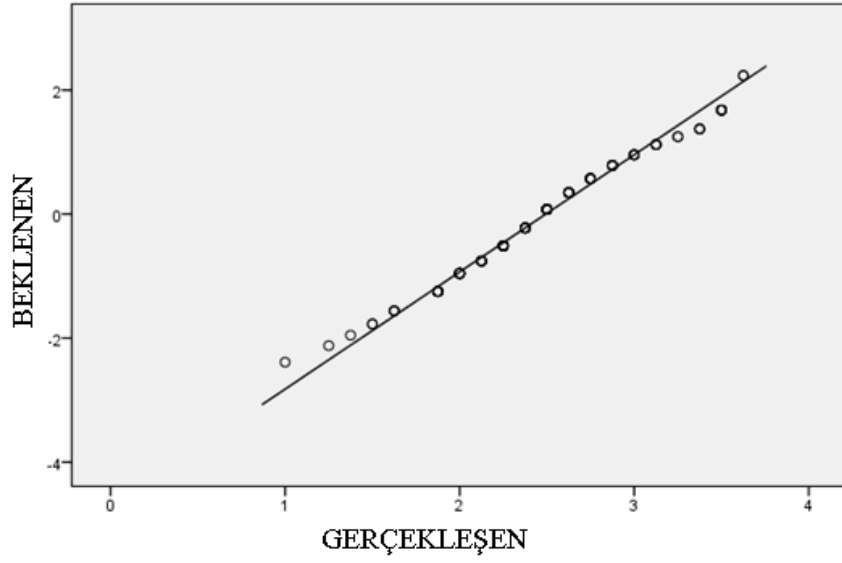
Tablo 7.9
Kolmogorov-Smirnov Normal Dağılım Testi

Boyut	N	Normal Param.		En Uç Farklar			Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-kuruk)
		Ort.	Std. Sapma	Mutlak	Pozitif	Negatif		
Değişime Direnç	117	2,4936	,52902	,093	,093	-,075	1,011	,259
Fikir Önderliği	117	3,5333	,54961	,101	,101	-,101	1,096	,181
Deneyime Açıklık	117	3,5145	,55418	,146	,146	-,065	1,579	,014
Risk Alma	117	3,0342	,86783	,115	,107	-,115	1,239	,093
Kişisel Kontrol	117	3,1292	,49957	,094	,094	-,050	1,011	,258
Şansa Olan İnanç	117	2,7451	,36093	,140	,140	-,074	1,512	,021
Çabanın Anlamsızlığı	117	2,6385	,55907	,080	,080	-,051	,866	,441
Kadere İnanç	117	3,1111	,72053	,140	,084	-,140	1,510	,021
Adaletsiz Dünyaya İnanç	117	2,5846	,64762	,125	,125	-,066	1,357	,050
Kişisel Tutum	117	3,3923	,48123	,118	,118	-,067	1,272	,079
Öznel Norm	117	3,3120	,45946	,119	,119	-,087	1,287	,073
Algılanan Davranışsal Kontrol	117	3,1011	,42826	,085	,085	-,062	,925	,360
Etik	117	2,0442	,67039	,133	,133	-,060	1,440	,032
Mali	117	2,4630	,59254	,108	,108	-,066	1,168	,131
Sosyal	117	3,1595	,57876	,102	,102	-,053	1,103	,176
Rekreasyonel	117	2,8561	,64879	,094	,094	-,077	1,015	,254
Sağlık/ Güvenlik	117	2,2521	,56418	,133	,133	-,057	1,437	,032

Tablo 7.9’de verilen faktör bazında Kolmogorov-Smirnov testi sonuçları incelendiğinde Asymp. Signifikans değerinin 17 boyut içerisinde 12’si için büyük veya eşit 0,05 olduğu, 5’i içinse 0,05’ten küçük olduğu gözlemlenmektedir. Asymp. Signifikans değerinin 0,05’ten büyük veya eşit olması bir hipotezin kabul edilebilirliği sergilemesi ve verilerin normal dağılımda yeterli bir anlamlılık sağlayıp sağlamadığını test edebilmek için oldukça önemlidir.

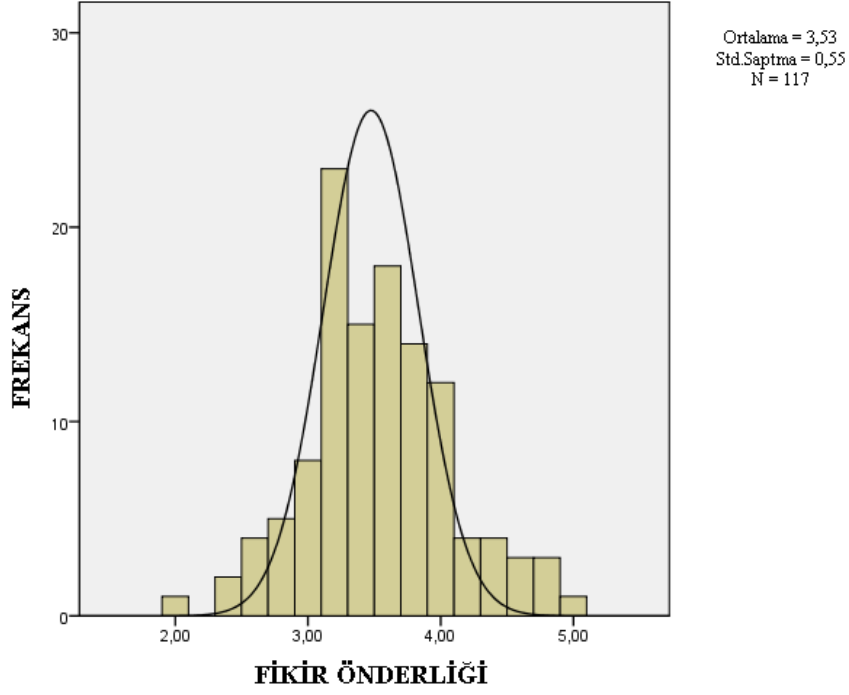


Şekil 7.2: Değişime Direnç Boyutu Histogram Grafiği

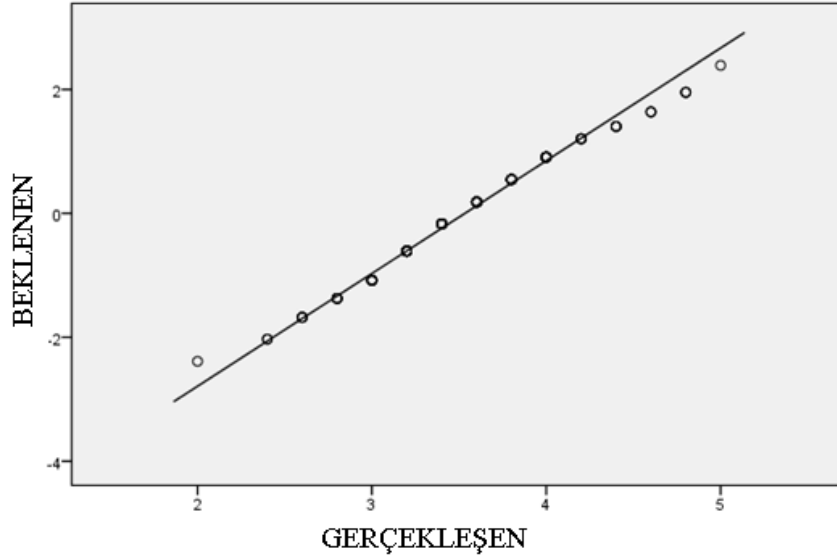


Şekil 7.3: Değişime Direnç Boyutu Q-Q Diyaqramı

Yukarıda verilen Şekil 7.2 incelendiğinde değişime direnç boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 2,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim değişime direnç boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin pek de katılmadığına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.3 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.



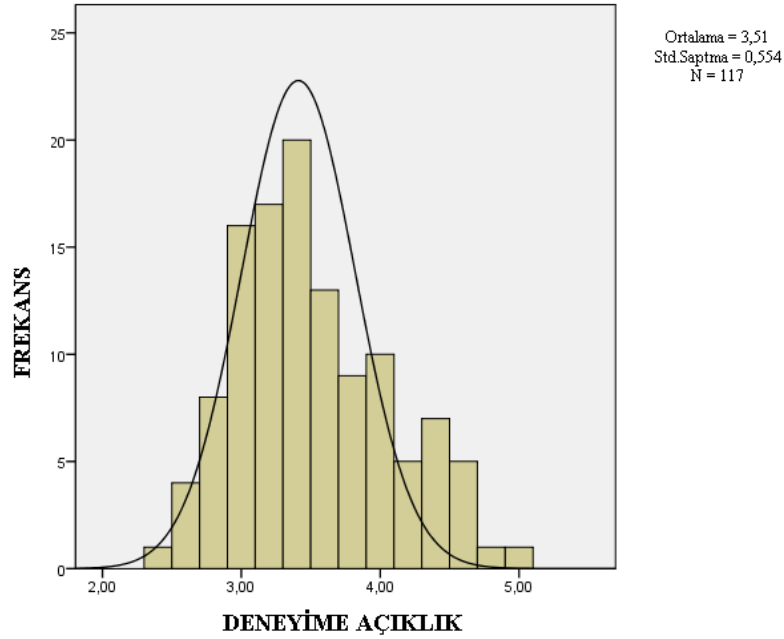
Şekil 7.4: Fikir Önderliği Boyutu Histogram Grafiği



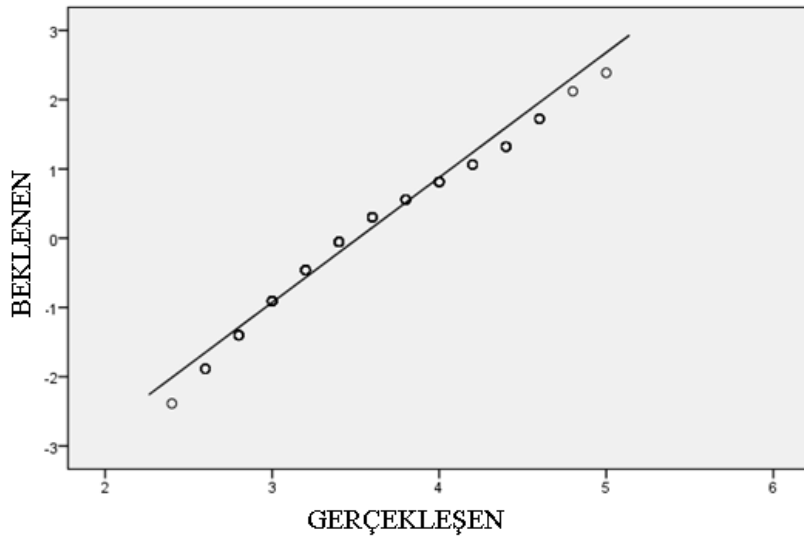
Şekil 7.5: Fikir Önderliği Boyutu Q-Q Diyaqramı

Yukarıda verilen Şekil 7.4 incelendiğinde fikir önderliği boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim fikir önderliği boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda

kararsız kaldıklarını işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.5 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.

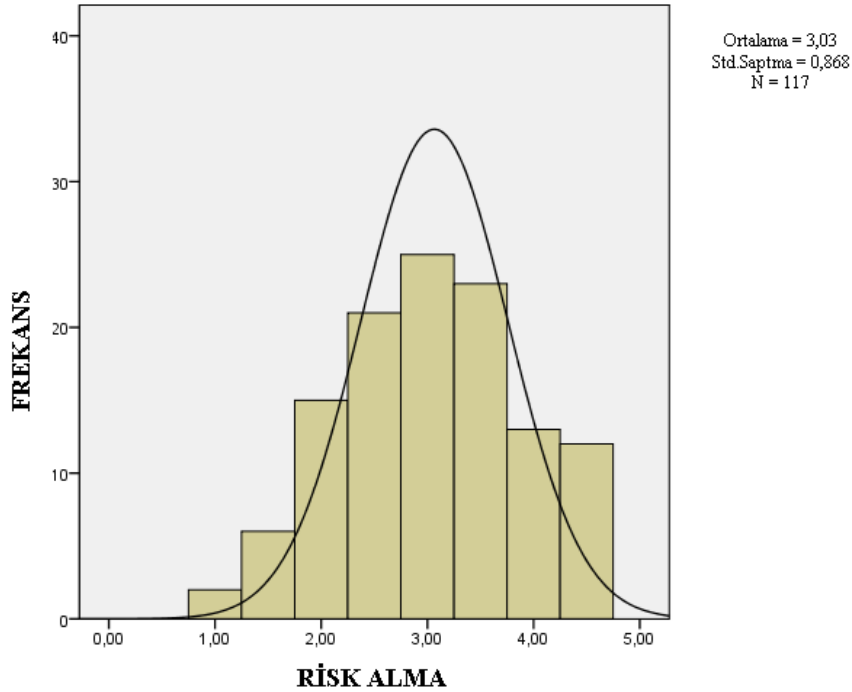


Şekil 7.6: Deneyime Açıklık Boyutu Histogram Grafiği

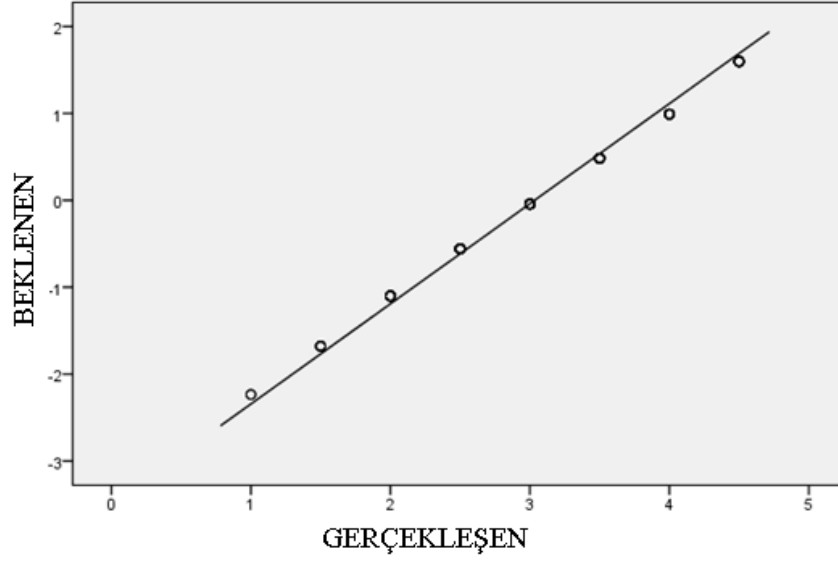


Şekil 7.7: Deneyime Açıklık Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.6 incelendiğinde deneyime açıklık boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıkla 3,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim deneyime açıklık boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda kararsız kaldıklarına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.7 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uymadığı gözlemlenmektedir. Uç değerlerdeki sapmalar dolayısıyla verilerimizin normal dağılıma uymadığını söylemek mümkündür.

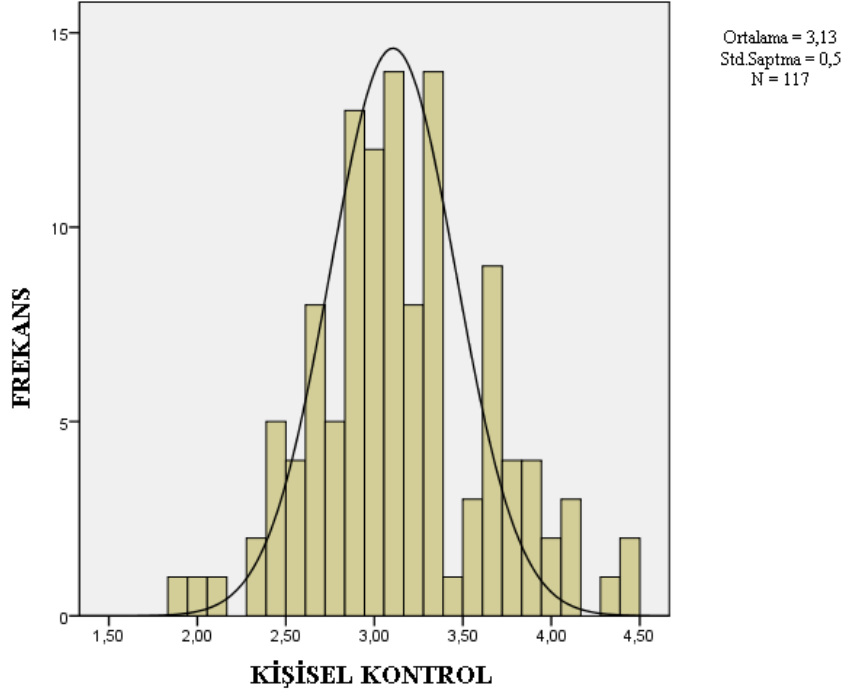


Şekil 7.8: Risk Alma Boyutu Histogram Grafiği

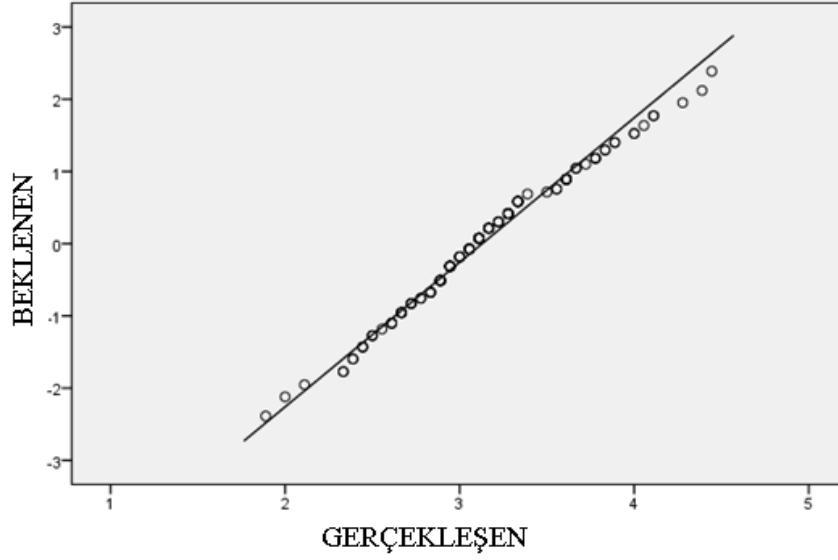


Şekil 7.9: Risk Alma Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.8 incelendiğinde risk alma boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim risk alma boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda kararsız kaldıklarına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.9 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde çok hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.



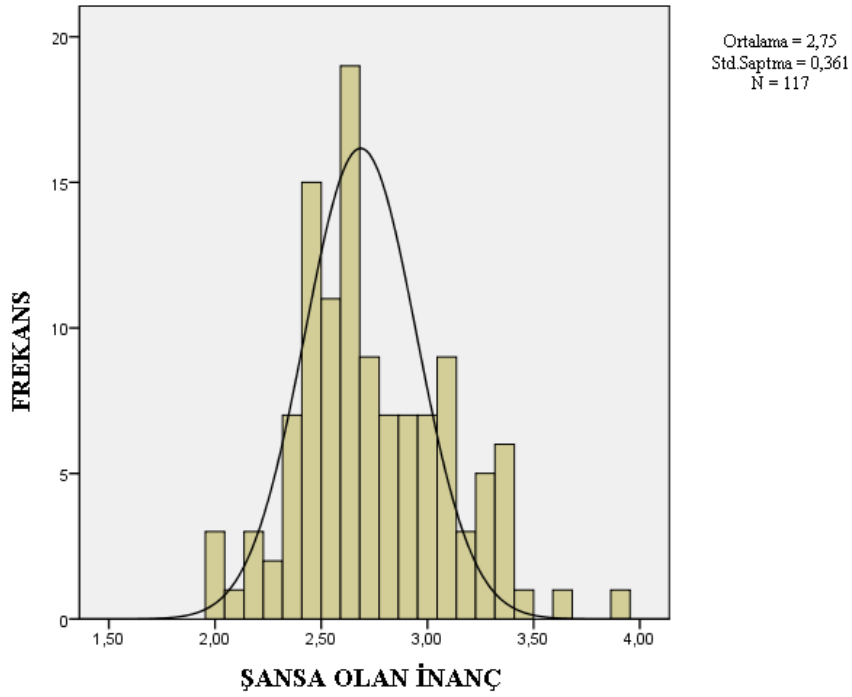
Şekil 7.10: Kişisel Kontrol Boyutu Histogram Grafiği



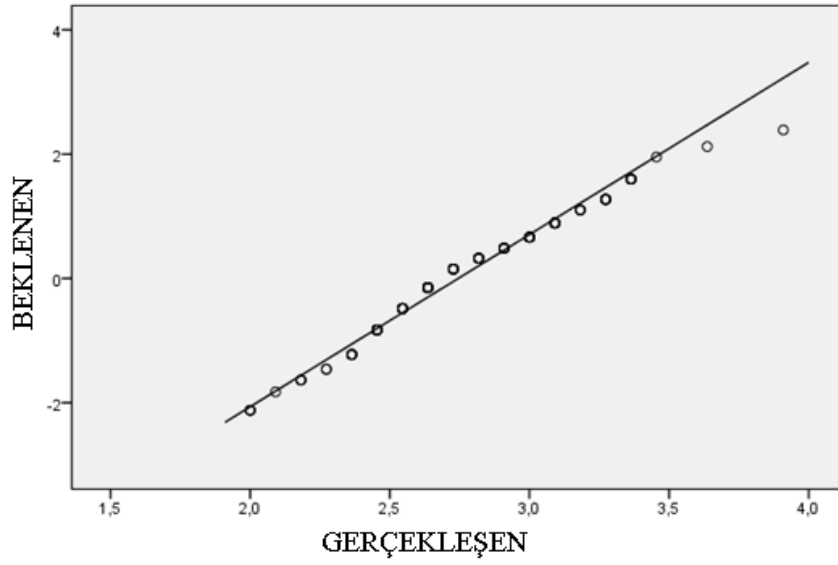
Şekil 7.11: Kişisel Kontrol Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.10 incelendiğinde kişisel kontrol boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim kişisel kontrol boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda

kararsız kaldıklarına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.11 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç ve orta değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.

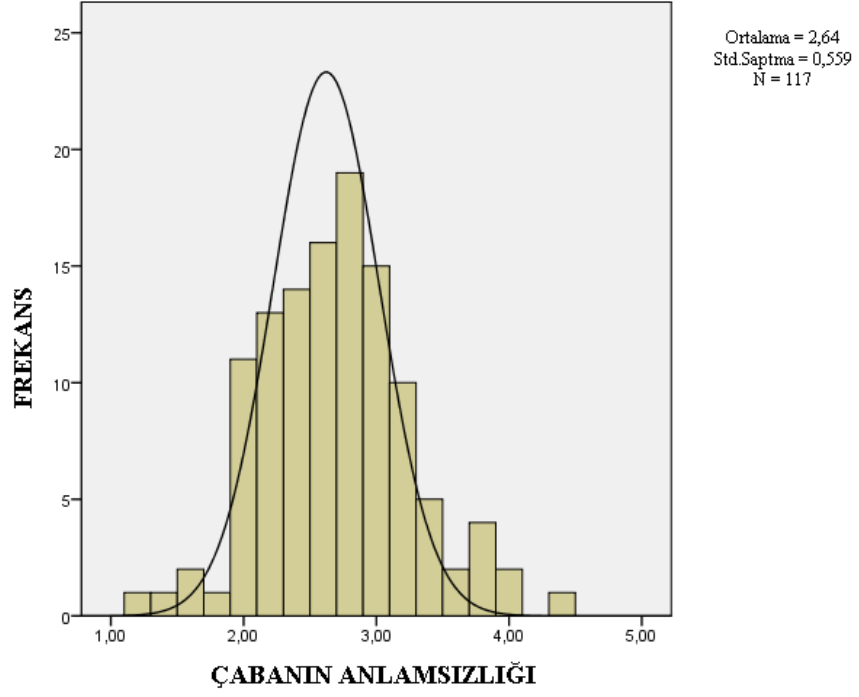


Şekil 7.12: Şansa Olan İnanç Boyutu Histogram Grafiği

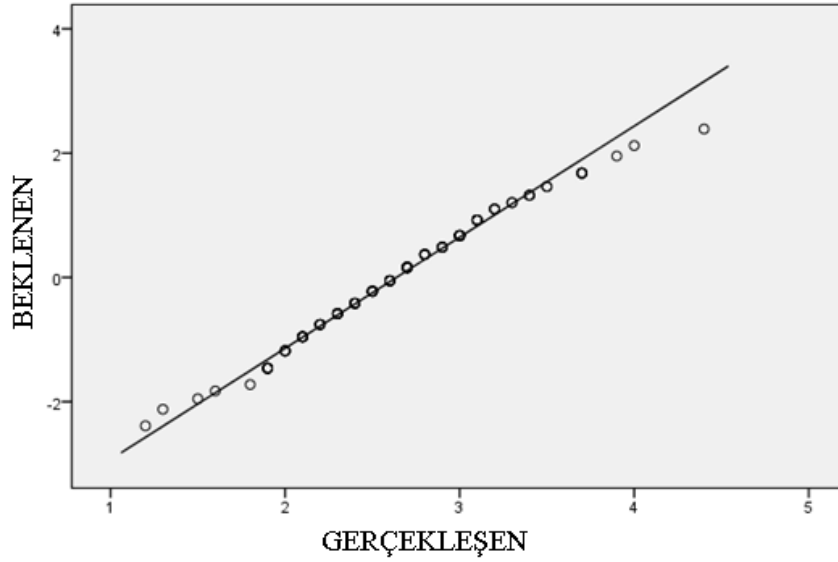


Şekil 7.13: Şansa Olan İnanç Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.12 incelendiğinde şansa olan inanç boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıkla 2,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim şansa olan inanç boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin pek de katılmadığına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.13 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uymadığı gözlemlenmektedir. Uç değerdeki sapma dolayısıyla verilerimizin normal dağılıma uymadığını söylemek mümkündür.



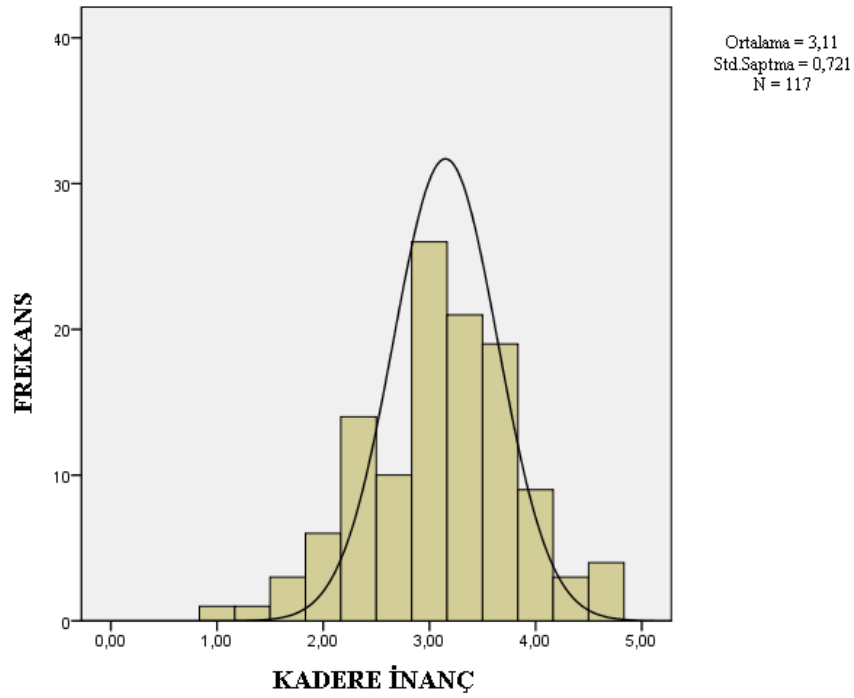
Şekil 7.14: Çabanın Anlamsızlığı Boyutu Histogram Grafiği



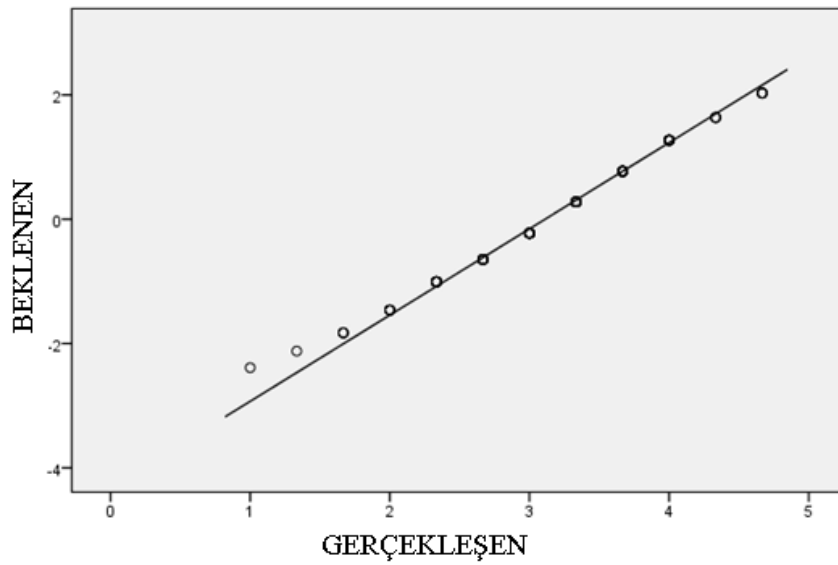
Şekil 7.15: Çabanın Anlamsızlığı Boyutu Q-Q Diyaframı

Yukarıda verilen Şekil 7.14 incelendiğinde çabanın anlamsızlığı boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 2,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim çabanın anlamsızlığı boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin pek de katılmadığına

işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.15 incelendiğinde ise ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.

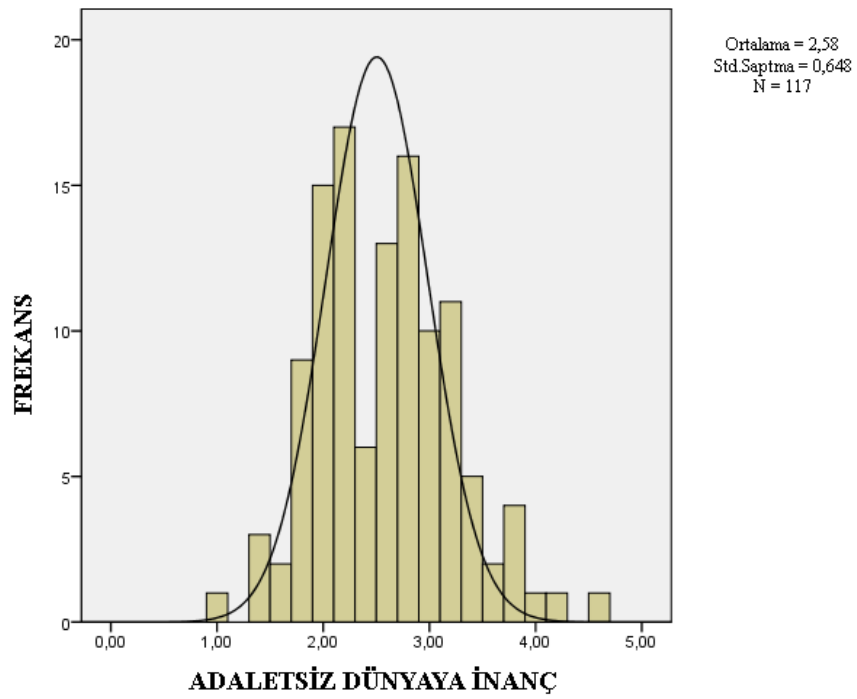


Şekil 7.16: Kadere İnanç Boyutu Histogram Grafiği

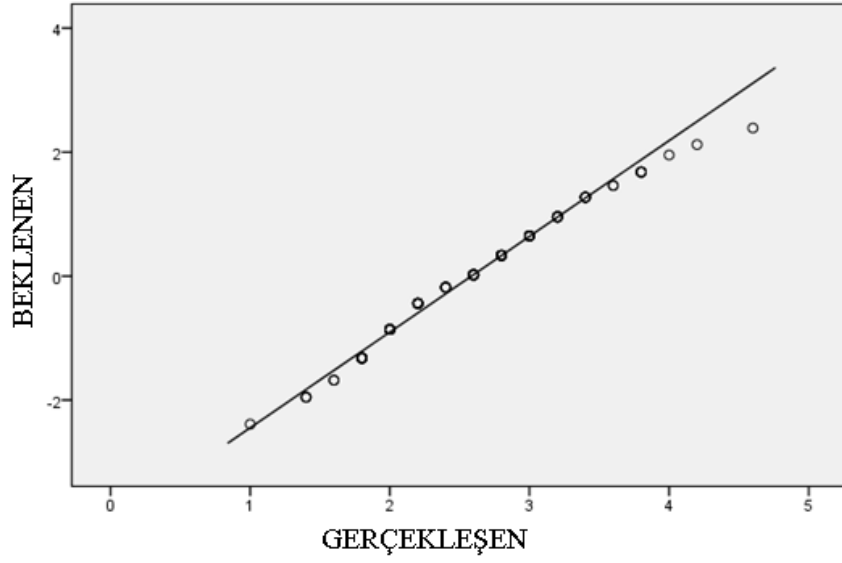


Şekil 7.17: Kadere İnanç Boyutu Q-Q Diyaqramı

Yukarıda verilen Şekil 7.16 incelendiğinde kadere inanç boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim kadere inanç boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda kararsız kaldıklarına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.17 incelediğimizde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uymadığı gözlemlenmektedir. Uç değerdeki sapma dolayısıyla verilerimizin normal dağılıma uymadığını söylemek mümkündür.

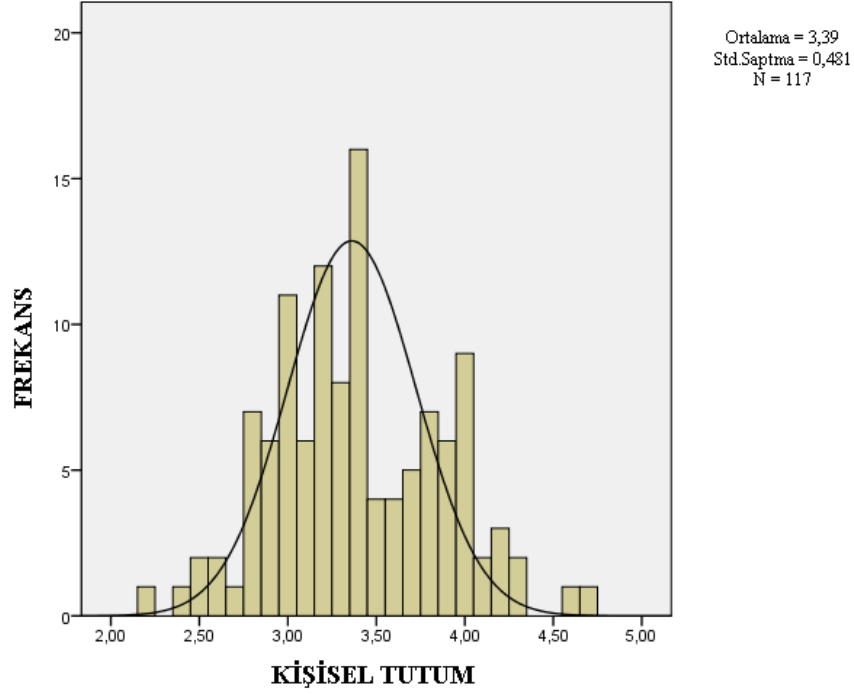


Şekil 7.18: Adaletsiz Dünyaya İnanç Boyutu Histogram Grafiği

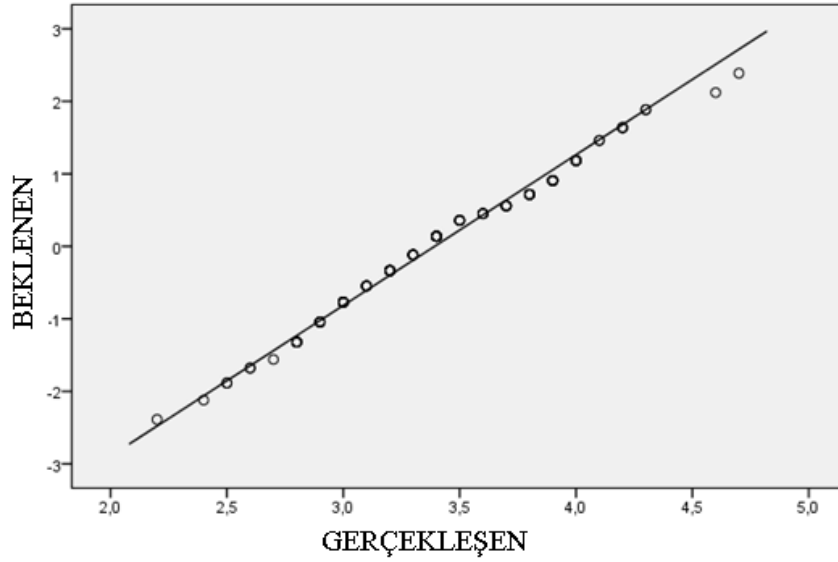


Şekil 7.19: Adaletsiz Dünyaya İnanç Boyutu Q-Q Diyaqramı

Yukarıda verilen Şekil 7.18 incelendiğinde adaletsiz dünyaya inanç boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 2,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim adaletsiz dünyaya inanç boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin pek de katılmadığına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.19 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.



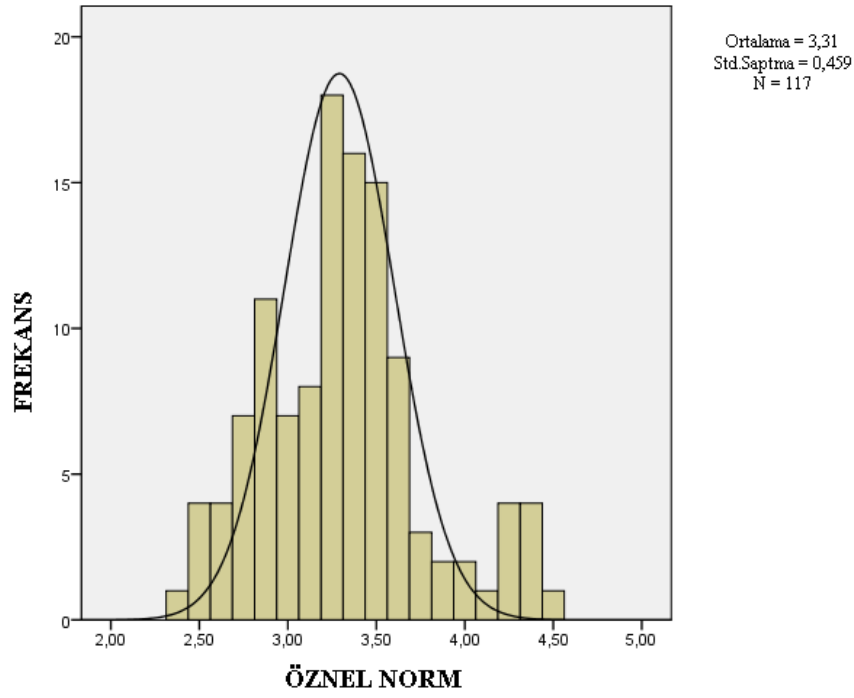
Şekil 7.20: Kişisel Tutum Boyutu Histogram Grafiği



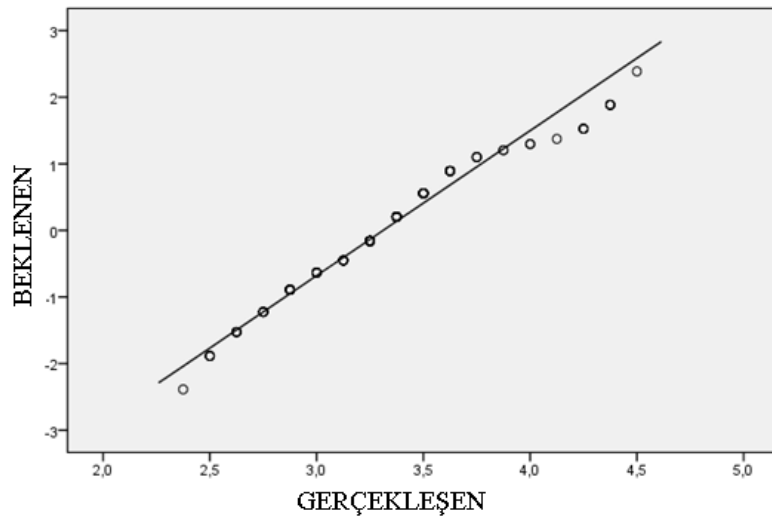
Şekil 7.21: Kişisel Tutum Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.20 incelendiğinde kişisel tutum boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim kişisel tutum boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda

kararsız kaldıklarını işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.21 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.

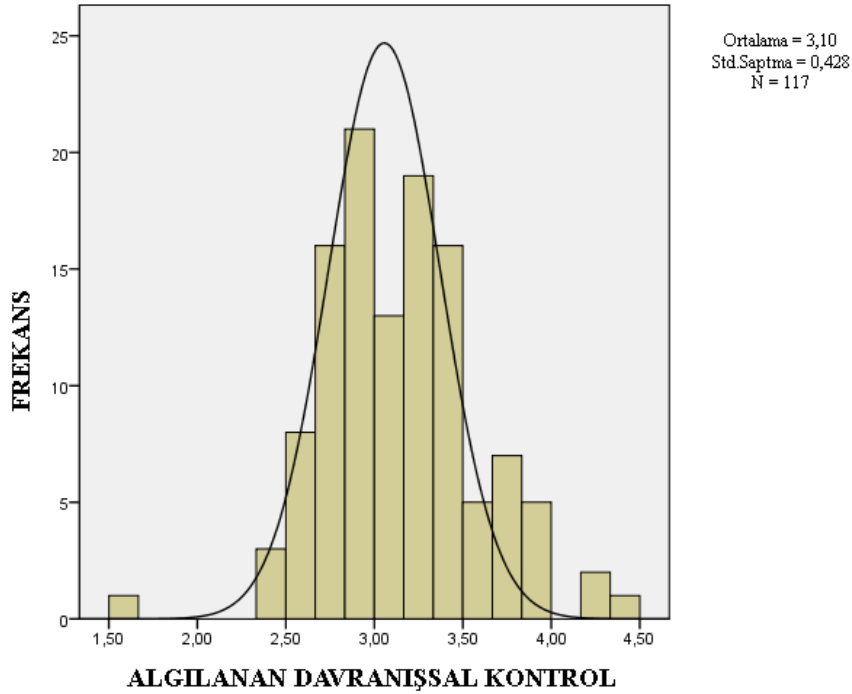


Şekil 7.22: Öznel Norm Boyutu Histogram Grafiği

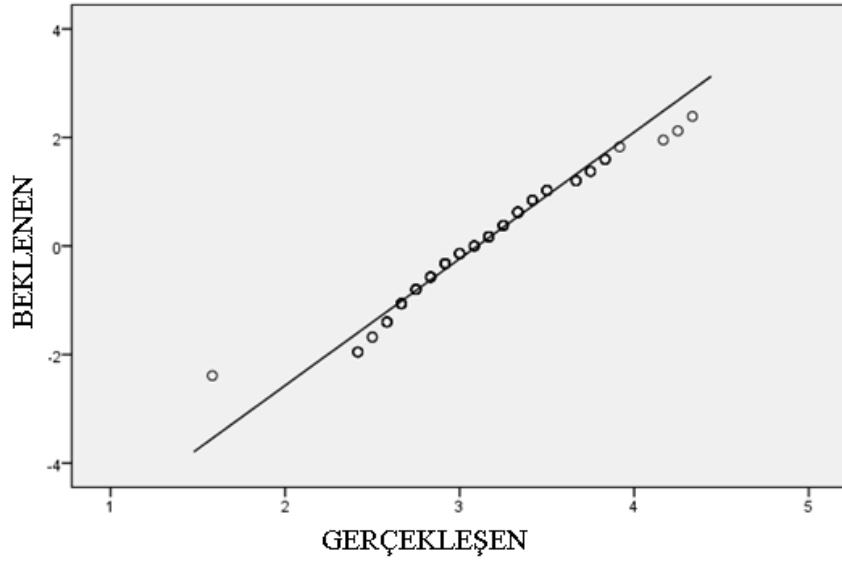


Şekil 7.23: Öznel Norm Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.22 incelendiğinde öznel norm boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim öznel norm boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda kararsız kaldıklarını işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.23 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.

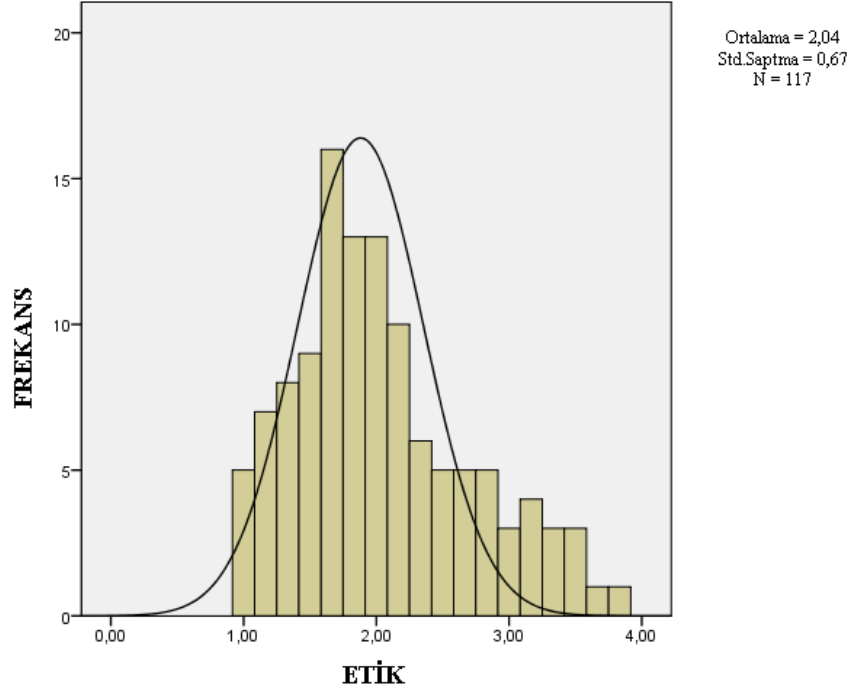


Şekil 7.24: Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutu Histogram Grafiği

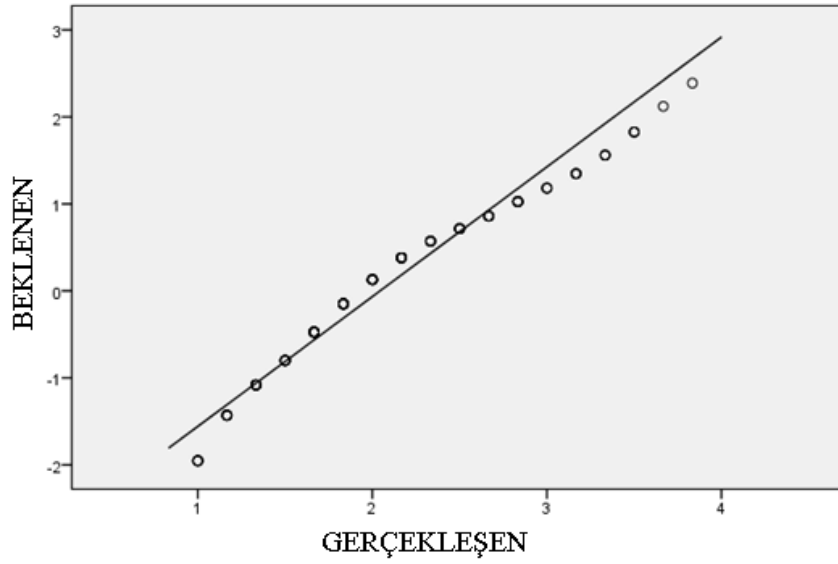


Şekil 7.25: Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutu Q-Q Diyaqramı

Yukarıda verilen Şekil 7.24 incelendiğinde algılanan davranışsal kontrol boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıkla 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim algılanan davranışsal kontrol boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda kararsız kaldıklarını işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.25 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.



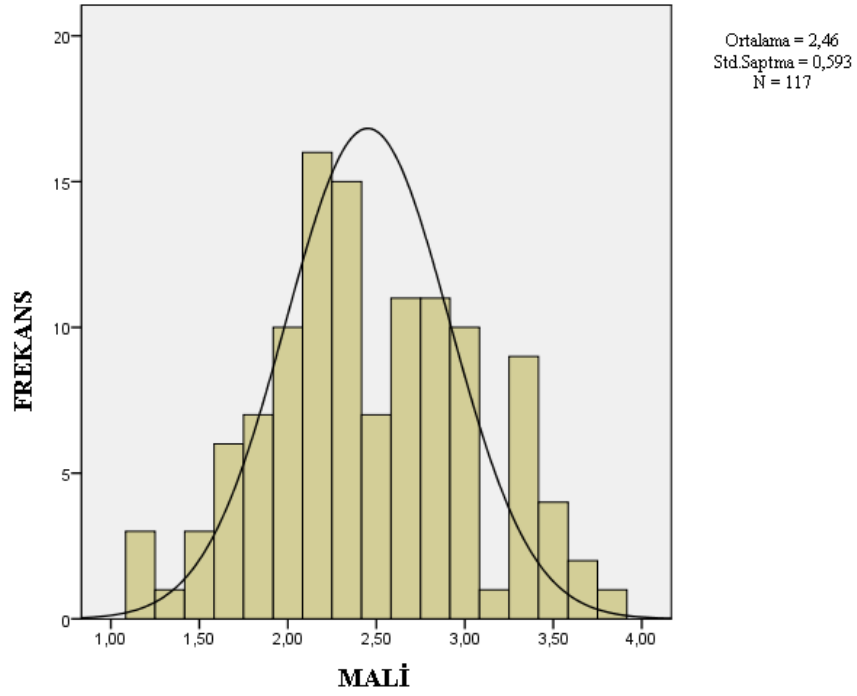
Şekil 7.26: Etik Boyutu Histogram Grafiği



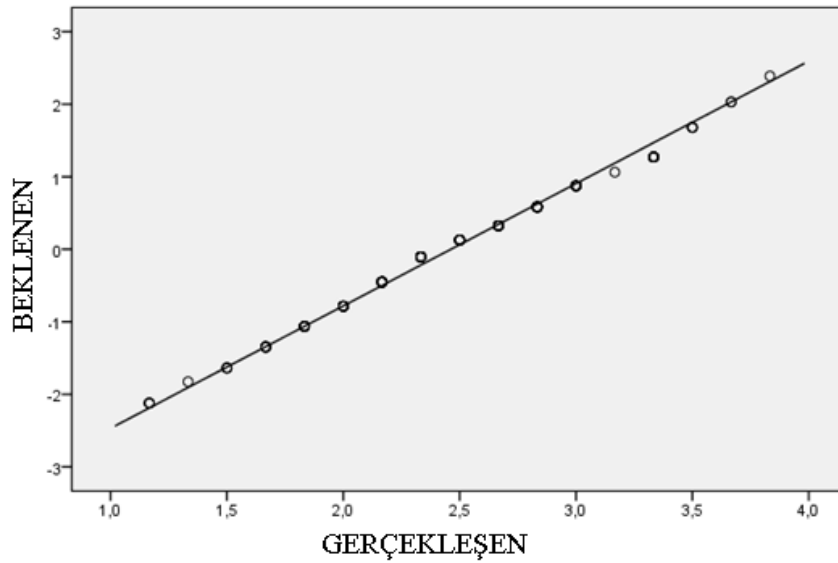
Şekil 7.27: Etik Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.26 incelendiğinde etik boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 2,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim etik boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılmadıkları işaret etmektedir. Bir diğer grafik,

Şekil 7.27 incelendiğinde ise ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uymadığı gözlemlenmektedir. Uç değerlerdeki sapmalar dolayısıyla verilerimizin normal dağılıma uymadığını söylemek mümkündür.

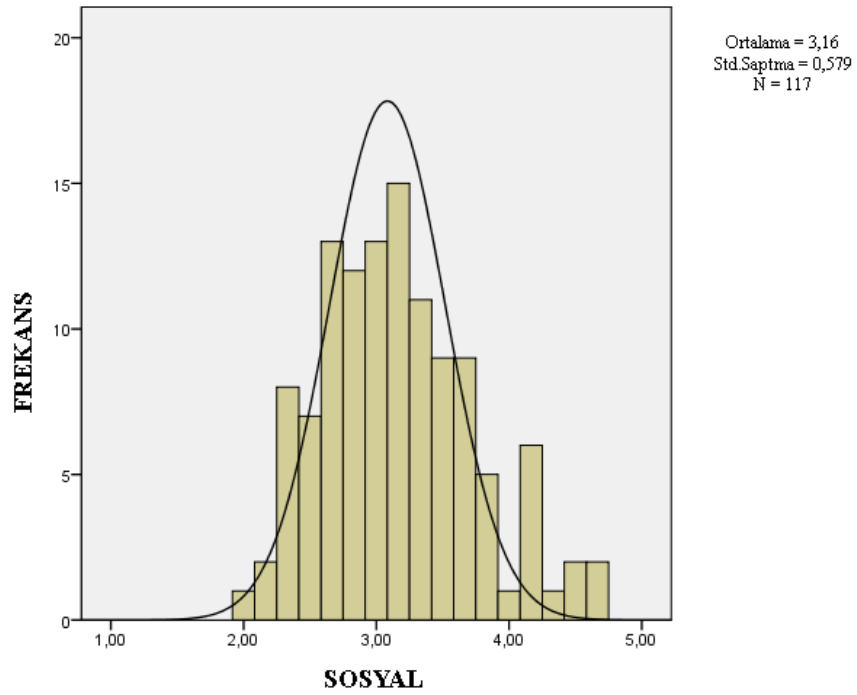


Şekil 7.28: Mali Boyutu Histogram Grafiği

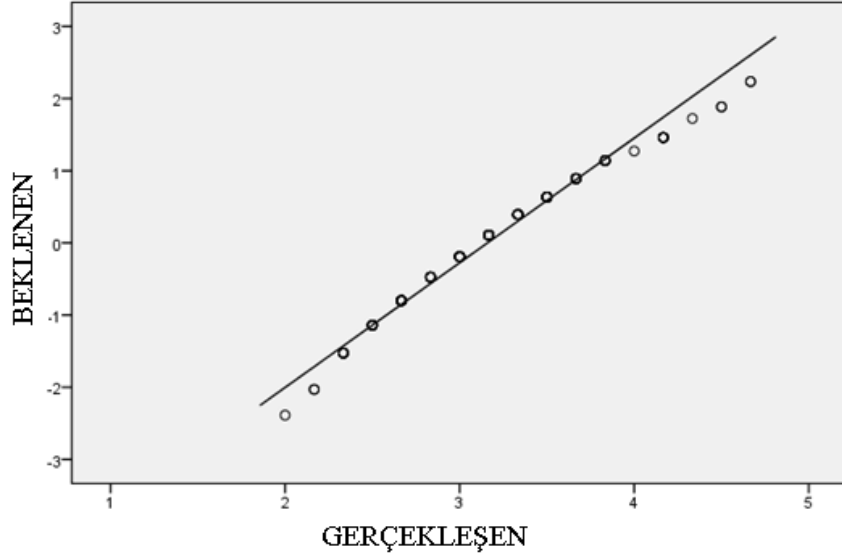


Şekil 7.29: Mali Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.28 incelendiğinde mali boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 2,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim mali boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin pek de katılmadığına işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.29 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.

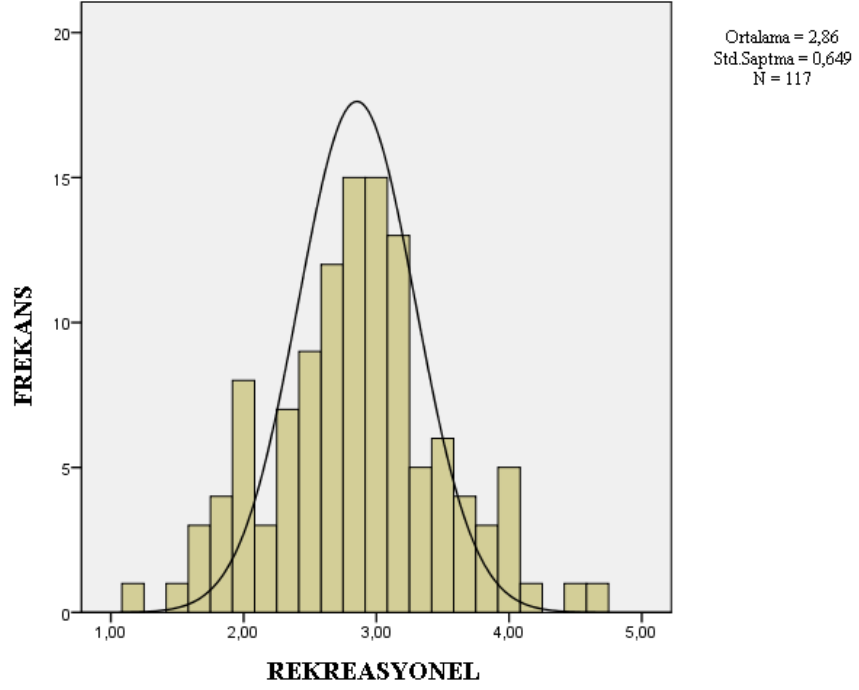


Şekil 7.30: Sosyal Boyutu Histogram Grafiği

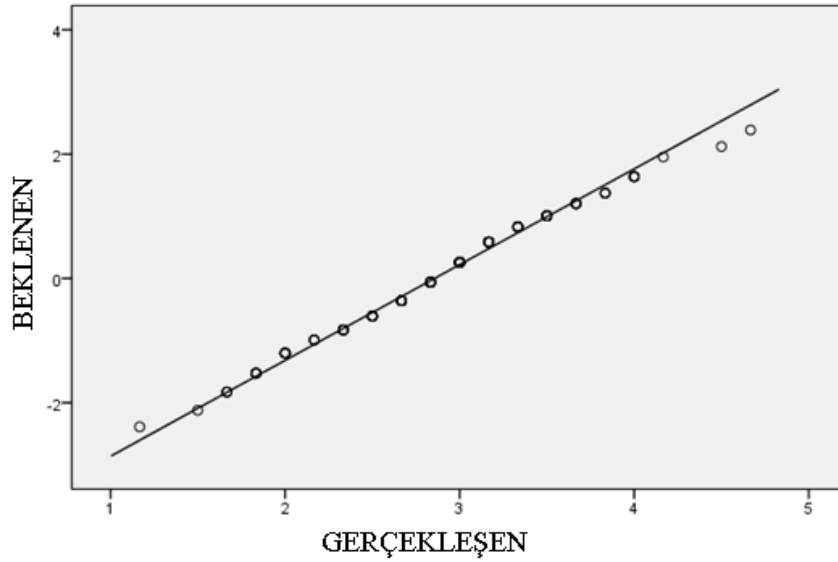


Şekil 7.31: Sosyal Boyutu Q-Q Diyaqramı

Yukarıda verilen Şekil 7.30 incelendiğinde sosyal boyutun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 3,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim sosyal boyut altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılıp katılmadıkları konusunda kararsız kaldıklarını işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.31 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.



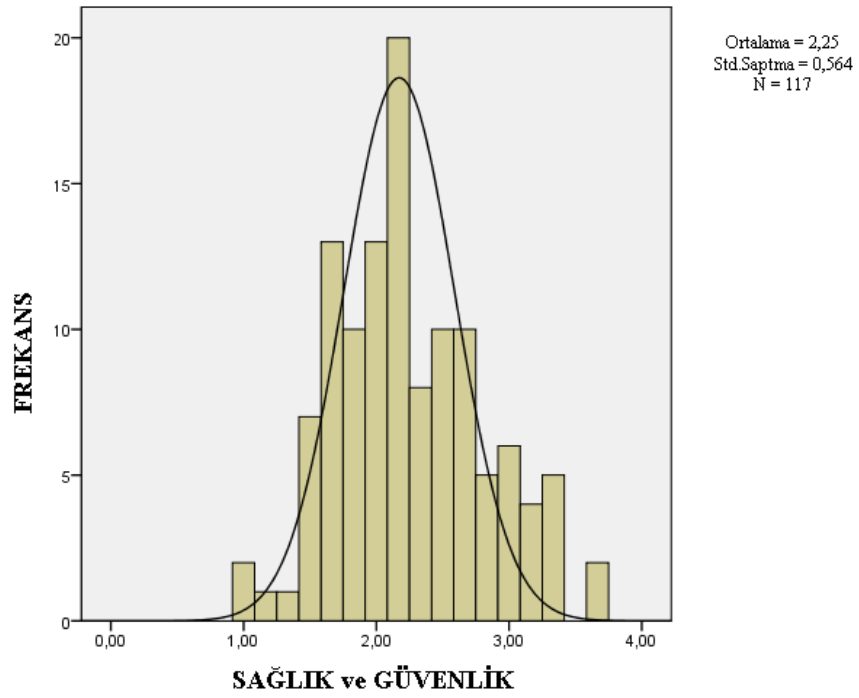
Şekil 7.32: Rekrasyonel Boyutu Histogram Grafiği



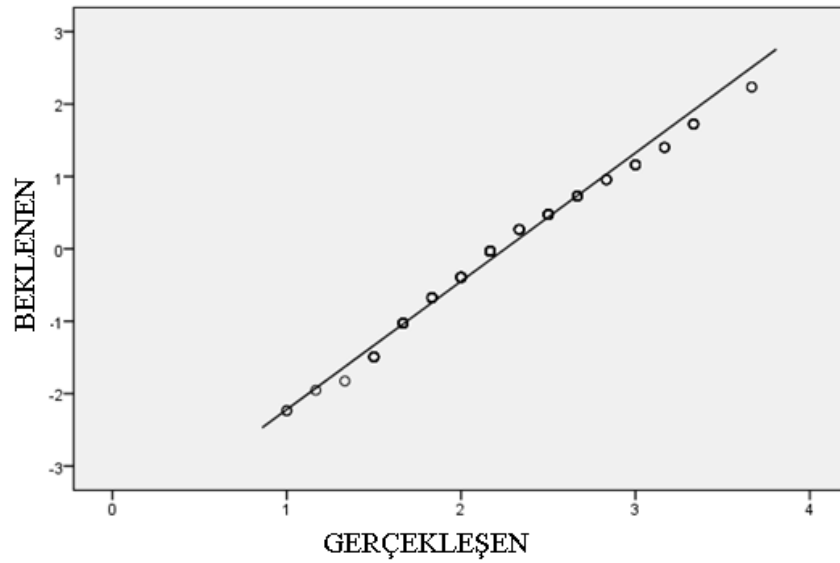
Şekil 7.33: Rekrasyonel Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.32 incelendiğinde rekreasyonel boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıklı 2,5 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim rekreasyonel boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin pek de katılmadığına işaret

etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.33 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uygun olduğu gözlemlenmektedir. Uç değerlerde hafif sapmalar olsa da verilerimizin normal dağılıma uyduğunu söylemek mümkündür.



Şekil 7.34: Sağlık/Güvenlik Boyutu Histogram Grafiği



Şekil 7.35: Sağlık/Güvenlik Boyutu Q-Q Diyagramı

Yukarıda verilen Şekil 7.34 incelendiğinde sağlık/güvenlik boyutunun beşlik Likert ölçeği üzerinde ağırlıkla 2,0 puan dolaylarına oturduğu gözlemlenmektedir. Bu yerleşim sağlık/güvenlik boyutu altındaki maddelere anket yapılan kişilerin katılmadıkları işaret etmektedir. Bir diğer grafik, Şekil 7.35 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların verdiği cevapların normal dağılıma uymadığı gözlemlenmektedir. Uç değerlerdeki sapmalar dolayısıyla verilerimizin normal dağılıma uymadığını söylemek mümkündür

7.1.2.1.2. Bulguların Yorumlanması

Pearson kolerasyon katsayısı (r_1) pearson analizi sonucunda ortaya çıkan negatif/pozitif ilişkileri gösterir.

$$-1 \leq r_1 \leq 1$$

Araştırmanın ana hipotezinde bireysel yenilikçilik düzeyi yönelimleri ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise bireysel yenilikçilik değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

H_{1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.1.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Değişime Direnç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Değişime Direnç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Fikir Önderliği” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Fikir Önderliği” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Deneyime Açıklık” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Deneyime Açıklık” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1.4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Risk Alma” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{1.4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Risk Alma” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7.10
İhracat Başarısı ile Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişki

		Bireysel Yenilikçilik
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,14
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,132
	N	117

Tablo 7.10 Pearson korelasyon 0,14 olduğu için H_{1.0} hipotezi kabul edilirken, H_{1.1} hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.11
İhracat Başarısı ile Değişime Direnç Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Değişime Direnç
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,041
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,665
	N	117

Tablo 7.11 Pearson korelasyon 0,041 olduğu için $H_{1.1.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{1.1.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.12

İhracat Başarısı ile Fikir Önderliği Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Fikir Önderliği
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,133
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,153
	N	117

Tablo 7.12 Pearson korelasyon 0,133 olduğu için $H_{1.2.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{1.2.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.13

İhracat Başarısı ile Deneyime Açıklık Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Deneyime Açıklık
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,114
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,221
	N	117

Tablo 7.13 Pearson korelasyon 0,114 olduğu için $H_{1.3.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{1.3.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.14

İhracat Başarısı ile Risk Alma Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Risk Alma
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,034
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,715
	N	117

Tablo 7.14 Pearson korelasyon 0,034 olduğu için $H_{1.4.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{1.4.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Araştırmanın ana hipotezinde risk alma davranışlarına ilişkin algılamaları ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise risk alma davranışı değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

$H_{2.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Risk Alma Davranışlarına İlişkin Algıları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{2.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Risk Alma Davranışlarına İlişkin Algıları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_{2.1.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Etik Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{2.1.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Etik Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_{2.2.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Finansal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{2.2.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Finansal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_{2.3.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Soysal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{2.3.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Soysal Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Rekreasyonel Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Rekreasyonel Risk” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2.5.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Sağlık/Güvenlik Riski” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{2.5.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Sağlık/Güvenlik Riski” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7.15
İhracat Başarısı ile Risk Alma Arasındaki İlişki

		Risk Alma
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,068
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,467
	N	117

Tablo 7.15 Pearson korelasyon 0,068 olduğu için H_{2.0} hipotezi kabul edilirken, H_{2.1} hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.16
İhracat Başarısı ile Etik Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Etik
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,106
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,256
	N	117

Tablo 7.16 Pearson korelasyon 0,106 olduğu için $H_{2.1.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{2.1.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.17

İhracat Başarısı ile Mali Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Mali
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,07
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,454
	N	117

Tablo 7.17 Pearson korelasyon 0,07 olduğu için $H_{2.2.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{2.2.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.18

İhracat Başarısı ile Sosyal Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Sosyal
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	-0,097
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,297
	N	117

Tablo 7.18 Pearson korelasyon -0,097 olduğu için $H_{2.3.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{2.3.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.19

İhracat Başarısı ile Rekreatsyonel Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Rekreatsyonel
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,081
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,384
	N	117

Tablo 7.19 Pearson korelasyon 0,081 olduğu için $H_{2.4.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{2.4.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.20

İhracat Başarısı ile Sağlık Güvenlik Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Sağlık Güvenlik
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,043
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,648
	N	117

Tablo 7.20 Pearson korelasyon 0,043 olduğu için $H_{2.5.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{2.5.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Araştırmanın ana hipotezinde kontrol odağı yönelimleri ilişkin algılamaları ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise kontrol odağı yönelimi değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

$H_{3.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Kontrol Odağı Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{3.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin Kontrol Odağı Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_{3.1.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{3.1.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_{3.2.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Şansa Olan İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{3.2.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Şansa Olan İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Çabanın Anlamsızlığı” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Çabanın Anlamsızlığı” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.4.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kadere İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.4.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kadere İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3.5.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Adaletsiz Dünyaya İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{3.5.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Adaletsiz Dünyaya İnanç” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7.21

İhracat Başarısı ile Kontrol Odağı Arasındaki İlişki

		Kontrol Odağı
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,066
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,481
	N	117

Tablo 7.21 Pearson korelasyon 0,066 olduğu için H_{3.0} hipotezi kabul edilirken, H_{3.1} hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.22

İhracat Başarısı ile Kişisel Kontrol Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Kişisel Kontrol
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,077
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,41
	N	117

Tablo 7.22 Pearson korelasyon 0,077 olduğu için $H_{3.1.0}$ hipotezi kabul edilirken, $H_{3.1.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.23

İhracat Başarısı ile Şansa Olan İnanç Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Şansa Olan İnanç
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,14
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,131
	N	117

Tablo 7.23 Pearson korelasyon 0,14 olduğu için $H_{3.2.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{3.2.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.24

İhracat Başarısı ile Çabanın Anlamsızlığı Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Çabanın Anlamsızlığı
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	-0,024
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,798
	N	117

Tablo 7.24 Pearson korelasyon -0,024 olduğu için $H_{3.3.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{3.3.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.25

İhracat Başarısı ile Kadere İnanç Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Kadere İnanç
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	-0,087
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,351
	N	117

Tablo 7.25 Pearson korelasyon -0,087 olduğu için $H_{3.4.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{3.4.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.26

İhracat Başarısı ile Adaletsiz Dünya Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Adaletsiz Dünyaya İnanç
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,012
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,9
	N	117

Tablo 7.26 Pearson korelasyon 0,012 olduğu için $H_{3.5.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{3.5.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Araştırmanın ana hipotezinde girişimcilik yönelimine ilişkin algılamaları ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığını irdelenmiştir. Diğer hipotezler kısmında ise girişimcilik yönelimi değişkeninin boyutları ile ihracat başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.

$H_{4.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Yönetimin Girişimcilik Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_{4.1}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Yönetimin Girişimcilik Yönelimleri ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_{4.1.0}$: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Tutum” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.1.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Kişisel Tutum” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4.2.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Öznel Norm” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.2.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Öznel Norm” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4.3.0}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Algılanan Davranışsal Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_{4.3.1}: İhracat Firmalarının Sahiplerinin veya Üst Düzey Yöneticilerinin “Algılanan Davranışsal Kontrol” algılamaları ile İhracat Firmalarının İhracat Başarısı Arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7.27
İhracat Başarısı ile Girişimcilik Yönelimi Arasındaki İlişki

		Girişimcilik Yönelimi
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,067
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,476
	N	117

Tablo 7.27 Pearson korelasyon 0,067 olduğu için H_{4.0} hipotezi kabul edilirken H_{4.1} hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.28
İhracat Başarısı ile Kişisel Tutum Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Kişisel Tutum
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,046
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,62
	N	117

Tablo 7.28 Pearson korelasyon 0,046 olduğu için $H_{4.1.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{4.1.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.29
İhracat Başarısı ile Öznel Norm Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Öznel Norm
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,114
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,221
	N	117

Tablo 7.29 Pearson korelasyon 0,114 olduğu için $H_{4.2.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{4.2.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7.30
İhracat Başarısı ile Algılanan Davranışsal Kontrol Alt Boyutu Arasındaki İlişki

		Algılanan Davranışsal Kontrol
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	0,019
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,838
	N	117

Tablo 7.30 Pearson korelasyon 0,019 olduğu için $H_{4.3.0}$ hipotezi kabul edilirken $H_{4.3.1}$ hipotezi reddedilmektedir.

8. SONUÇ

Bu araştırmada firmaların ihracat başarısı ile sahiplerinin ve üst düzey yöneticilerinin sergiledikleri davranış ve tutumları yazın taraması sonucu belirlediğimiz bireysel yenilikçilik, risk alma, kontrol odağı ve girişimcilik yönelimi boyutlarına göre ele alarak, bu boyutlar ile ihracat başarısı arasında bir ilişki olup olmadığı sorusunun cevaplanması amaçlanmıştır.

Araştırmada 4 ana hipotez ve bu ana hipotezler altında 17 alt hipotez kurgulanarak, bu hipotezleri test etmek amacıyla bir anket formu hazırlanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi (birincil veri kaynağı) ve ikincil veri kaynağından veri toplama metodu kullanılmıştır. Bu çalışmada birincil veriler ile ikincil veriler arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmıştır.

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından yayınlanan Türkiye'nin ilk 500 büyük hizmet ihracatçısı firması arasında 132 firma ile yüz yüze ve çevrimiçi anket yapılmış, 15 anket tutarsız çıkması sebebiyle iptal edilmiş ve 117 firma ile yapılan anketler ele alınarak istatistikler çıkarılmıştır. Anket çalışması ile elde edilen veriler sonucunda firma sahiplerine ulaşılamamış olup yapılan 117 anketin tamamı ihracattan sorumlu firma yöneticilerine yapılmıştır.

117 anketin detaylı incelemesi ve istatistiksel analizleri sonucunda tüm ana ve alt hipotezlerimiz reddedilmiştir. Böylesi bir sonuç, firmaların ihracat başarısı ile bireysel yenilikçilik, risk alma, kontrol odağı ve girişimcilik yönelimi boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı konusunda bilgi sağlamaktadır.

Bu çalışma kapsamında birer boyut olarak ele alınmayan fakat anketlerimiz sonrasında vardığımız genel kanıya göre siyasi, sosyo-ekonomik ve ülkeler arası ikili ilişkiler gibi boyutların Türk firmalarının ihracat başarısında rol alma ihtimalinin yadımlanamaz derecede yüksek olduğunu da belirtmemiz gerekmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ihracatı; ihracat yapılan ülkelerin milli gelirleri, yabancı paralar karşısında reel döviz kuru, ihracat birim değer endeksi, ülkeler arasında yapılan sektör bazlı ihracat anlaşmaları, firmaların yabancı ortak edinmesi, dış politika, siyasi ve diplomatik nedenler etkileyebilmektedir.

Bu çalışmada kullanılan metotlar ve veriler dâhilinde sonuçlar beklenenin tersi yönünde çıkmıştır. Fakat farklı metot ve veriler kullanılarak, yukarıda sıraladığımız farklı değişkenler çalışmaya dâhil edilerek firmaların ihracat performansı üzerine hangi değişkenlerin ne oranda etki ettiği araştırılabilir.

Her ne kadar çalışmamız sonucunda ana veya alt hipotezlerimizi tam olarak doğrulayamasak da bazı alt boyutlar arasında güçlü ilişkiler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ilişkiler Tablo 8.1’de görsel olarak sergilenmiş olup tezin ekler kısmında Ek 3 başlığı altında alt boyutları arasındaki korelasyonun numerik çıktıları da verilmiştir. Bu tabloları detaylı incelediğimizde alt boyutlar arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde 63 anlamlı ilişki varken 0.05 anlamlılık düzeyine indiğimizde 76 anlamlı ilişki olduğunu görmekteyiz. Bazı boyutların ilişkili olduğu boyut sayısı itibariyle dikkat çektiğini söyleyebiliriz. Bu boyutlar ilişkisi sayısı çokluğu sıralamasına göre şansa olan inanç, algılanan davranışsal norm, kişisel tutum ve öznel norm olarak sıralanmaktadır.

Tablo 8.1
Alt boyutlar arasındaki anlamlı korelasyonlar

	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Deneyime Açıklık	Risk Alma	Kişisel Kontrol	Şansa Olan İnanç	Çabanın Anlamsızlığı	Kadere İnanç	Adaletsiz Dünyaya	Kişisel Tutum	Öznel Norm	Algılanan Davranışsal	Etik	Mali	Sosyal	Rekreasyonel	Sağlık Güvenlik
Değişime Direnç		-	-	-	-	**	**	-	**	-	-	-	**	*	-	-	**
Fikir Önderliği			**	**	**	**	-	*	-	**	**	**	-	*	**	**	-
Deneyime Açıklık				-	**	*	-	*	-	**	**	**	-	-	**	-	-
Risk Alma					*	-	-	-	-	**	-	**	-	*	-	-	-
Kişisel Kontrol						-	-	-	-	**	**	**	-	**	**	**	-
Şansa Olan İnanç							**	**	**	**	**	**	**	**	*	**	*
Çabanın Anlamsızlığı								**	**	-	-	*	**	**	-	-	**
Kadere İnanç									**	**	**	**	-	-	-	-	-
Adaletsiz Dünyaya İnanç										**	**	**	**	**	-	-	**
Kişisel Tutum											**	**	-	-	**	*	-
Öznel Norm												**	-	-	**	**	-
Algılanan Davranışsal Kontrol													-	-	*	-	-
Etik														**	-	-	**
Mali															*	**	**
Sosyal																**	-
Rekreasyonel																	**
Sağlık Güvenlik																	
** 0.01 duyarlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki mevcut (%99 güven aralığı) * 0.05 duyarlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki mevcut (%95 güven aralığı)																	

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Aksoy, Muzaffer, Sudi Apak ve Kamer Hagop Taşcıyan; **Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri**, 1. Basım, İstanbul: Papatya Yayıncılık, 2010.
- Alpugan, Oktay. **İşletme Bilimine Giriş**. Trabzon: Derya Kitabevi, 1996
- Altun, Şafak. **İnovasyonla Başarıyı Yakalayan Türkler**. Kapital Medya Hizmetleri AŞ, 2008.
- Arıkboğa, F. Şebnem. **Yönetim Becerileri**. İstanbul, Der Yayınları, 2013.
- Arzova, S. Burak. **İhracat Hakkında Herşey**. Türkmen Kitabevi, 2006.
- Bacanlı, Hasan. **Gelişim ve Öğrenme**. Ankara: Nobel Yayınevi, 2002.
- Barker, Alan. **Yenilikçiliğin Simyası**, Ahmet Kardam(çev.). İstanbul:Türkiye Metal İşçileri Sendikası Yayınları, 2001.
- Barlı, Önder. **Davranış Bilimleri**, Bizim Büro Basımevi, Ankara, 2007.
- Barlı, Önder. **Davranış Bilimleri ve Örgütlerde Davranış**, Aktif Yayınevi, 2010.
- Barutçugil, İsmet. **ARGE Yönetimi**. İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri, 2009.
- Bird, Barbara Jean. **Entrepreneurial Behavior**. Scott Foresman & Company, 1989.
- Bolak, Mehmet. **Risk ve Yönetim**, Birsan Yayınevi, İstanbul, 2004.
- Bozkurt, Özlem. Ç. **Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler**. Ankara: Detay Yayıncılık, 2011.
- Büyük, Özge. **Girişimcilik (Girişimcilik Üzerine Notlar)**, İstanbul: Paradigma Akademi, 2014.
- Clark, J., and R. Koonce. **Hayatta Kalanlar**. Executive Excellence. Mayıs, 1998.
- Cüceloğlu, Doğan. **Anlamli ve Coşkulu Bir Yaşam İçin Savaşçı**. 18. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2002.
- Çavuşgil, S. Tamer, Gary Knight, and M. Mithat Üner. **Türkiye’de Küresel Doğan İşletmeler**. Detay Yayıncılık, 2011.
- Demir M. H., Gümüsoğlu Ş. **Yönetmel Karar Verme**, İzmir, 1988.
- Doğan, Hulusi. **İhracat Pazarlaması ve İşlemleri**. Detay, 2005.

- Dölek, Ali. **Uluslararası Ticaret ve Türkiye Uygulamaları**. İstanbul: Arıkan Basım Yayın, 2006.
- Döm, Serpil. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 2012.
- Drucker, Peter. F. **Sonuç İçin Yönetim**. Bülent Toksöz,(çev.). İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 1998
- Drucker, Peter. **Yenilik ve Girişimcilik** . Routledge, 2014.
- Durmuş, Beril, E. Serra Yurtkoru, ve Murat Çinko. "**Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi**", Beta Yayıncılık: 5.Baskı, İstanbul, 2013.
- Durna, Ufuk, **Yenilik Yönetimi**. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara, 2002.
- Durukan, Tülin. "Küresel Girişimcilik". O. A. Seymen, T. Bolat (Ed.), **Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2005, ss.139.
- Ecer, H. Ferhat, and Murat Canitez. **Uluslararası Pazarlama Teori ve Uygulamalar**. 2.Baskı.Ankara: Gazi Kitabevi, 2005.
- Ercan, Metin Kamil . **Değere Dayalı İşletme Finansı Finansal Yönetim**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2005.
- Gerald Matthews, Moshe Zeidner and Richard D. Roberts, **Emotional Intelligence**, MIT Press, USA, 2001
- Gerber, M. E. **Girişimcilik Tutkusu**, Tayfur Keskin(çev.). İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2009.
- Goldsmith, Ronald E., and Gordon R. Foxall. **The measurement of innovativeness**. The international handbook on innovation, 2003.
- Gordon, Judith R. A **Diagnostic Approach to Organizational Behavior**. Boston, MA: Allyn and Bacon, 1987.
- Görgülü, Vehbi ve Okandan Gökçe Dervişoğlu; '**Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri**', **Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları**, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 2012, ss.9.
- Greenhalgh, Trisha, et al. **Diffusion of innovations in health service organisations: a systematic literature review**. John Wiley & Sons, 2008.
- Güleş, Hasan Kürşat. **Yenilikçilik: İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı**. Nobel Yayın Dağıtım, 2004.
- Güney, Salih. **Liderlik**, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2015.
- Gürsoy, Yaser. **Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi**. Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2010.
- Hitt, M. A., Black, J.S. & Porter, L.W. **Management**. New Jersey: Pearson Prentice-Hall, 2005.

- Hitt, Micheal A., J. Stewart Black, and Lyman W. Porter. "**Management, International Edition**" 2005, ss.34
- Isa Van Aardt, Carel Van Aardt, Stefan Bezuidenhout, **Entrepreneurship and New Venture Management**, Oxford, South Africa 2002, s. 9.
- Johansson, Frans, and Dinç Tayanç. **Yaratıcılık ve İnovasyon: Medici Etkisi Yaratmak**. Mediacat, 2007.
- Justin Longenecker, Carlos Moore, William Petty, Leslie Palich, **Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis**, Thomson Corporation, USA 2006.
- Karadal, Himmet. ve Gülpınar, Ş. "Kurumsal Girişimcilik", H. Karadal.(Ed.). İstanbul: **Girişimcilik, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi-KOSGEB Destekleri-iş Planı-Sosyal Sermaye-Farklılıkların Yönetimi-Güncel Yaklaşımlar**, 3. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık, ss.30
- Karadal, Himmet; "Girişimcilik Bilgisi ve Stratejik Girişimcilik", Himmet Karadal (Ed.), **Girişimcilik**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım, 2013.
- Karalar, Ridvan. **Yönetmel Ekonomi**, 2. Baskı, Engin Yayınlar, Ankara, 1994
- Kırım, Arman. **Süreç İnnovasyonu: Maliyetleri Sistemin Dışına Çıkarmak**. Sistem Yayıncılık, 2007
- Kızıl, Ahmet, M. Şoğur. **İhracat-İthalat İşlemleri ve Muhasebe Uygulaması**, 1997.
- Koçel, Tamer. **İşletme Yöneticiliği**, 10. Baskı. İstanbul: Arıkan Basım Yayın ve Dağıtım, 2005
- Koçel, Tamer. **İşletme Yöneticiliği**, İstanbul, Beta Yayınevi.2001
- Kuratko, Donald F. **Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice**. Cengage Learning, 2016.
- Küçük, Orhan. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetim**, 2. baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005
- Leo Paul Dana, **Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship**, Edward Elgar Publishing, England 2007.
- Marangoz, Mehmet. **Girişimcilik**, 3.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık, 2016
- Melemen, Mehmet. Ve Burak Arzova. **Uluslararası Ticaret Alternatif Finansman Teknikleri ve Muhasebeleştirilmesi Ticari Yazışma Örnekleri**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2000.
- Müftüoğlu, M. Tamer. **Girişimcilik**, Eskişehir: AÖF Yayınları, 2004.

- Müftüoğlu, Tamer. Ve Durukan, Tülin. **Girişimcilik ve KOBİ'ler**. Ankara: Gazi Yayınevi, 2004
- Oslo Kılavuzu (**Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler**), 3.Baskı, Ankara TÜBİTAK, 2005
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. **Girişimcilik: Girişimci Kişilik, Kavram Ve Uygulama**, Konya: Eğitim Yayınevi, 2015.
- Pirtini, Serdar., Mehmet Melemen. **İhracat Uygulamaları: Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım**. Türkmen Kitabevi, 2004.
- Rogers, Everett M. "**What Are Innovators Like?**." Theory into Practice 1963.
- Rogers, Everett. M. "**1995 Diffusion of Innovation**." New York: Free Press 1962.
- Seyidoğlu, Halil. **Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük**, 2.Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 2001.
- Soyşekerci, Serhat. **Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik**. Kriter Yayınları, 2013.
- Stephend W. Gilliland, Dirk D. Steiner, Daniel P. Scarlicki, **Emerging Perspectives on Values in Organizations, Information Age Publishing**, USA 2003.
- Şimşek, Şerif, Tahir Akgemci, and Adnan Celik. **Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış**. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 1998.
- Şimşek, Şerif. **Yönetim ve Organizasyon**, Günay Ofset, 7.Basım, Konya, 2002
- Tekin, Mahmut. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, 4. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık, 2004.
- Tekin, Mahmut. **Girişimcilik**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2004
- Tikici, Mehmet. ve Ali, Aksoy. **Girişimcilik ve Küçük İşletmeler**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2009.
- Top, Seyfi. **Girişimcilik Keşif Süreci**.1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2006
- Tutar, Hasan. and Fırat, Altınkaynak. **Girişimcilik**, Detay Yayıncılık, 2013
- Uzkurt, Cevahir. **Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü**. Beta, 2008.
- Yıldırım, Y. Tansoy; Girişim, Girişimci, Girişimcilik ve Risk Yönetimi Kavramları, Nazan Yelkikalan (Ed), **Girişimcilik**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım, 2013.

Sürekli Yayınlar

- Aaby, Nils-Erik, Stanley F. Slater. "Management influences on export performance: a review of the empirical literature 1978-1988." **International Marketing Review**. 1989,
- Ajzen, Icek. "**Constructing a theory of planned behavior questionnaire**." 2006.ss.1-7
- Altuntaş, Gültekin, and Dilek Dömez. "Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma." **Istanbul University Journal of the School of Business Administration**. Vol.39, No.1, 2010.
- Ann-Renée Blais-Elke U. Weber, "A Domain-Specific Risk-Taking Scale for Adult Populations", **Judgment and Decision Making**. Vol. 1, No. 1, July 2006, ss. 33–47.
- Antonic, Bostjan ve Robert D. Hisrich. "Entrepreneurship: Improvement and cross-cultural verification." **Business Initiative**. Vol.16, No.5, 2001, ss.495-527.
- Antonic, Bostjan, and Robert D. Hisrich. "Clarifying the intrapreneurship concept." **Journal of Small Business and Enterprise Development**. Vol.10, No.1, 2003, ss.7-24.
- Arslantaş, Cem Cüneyt "Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik", **İ.Ü. İşletme Fakültesi İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi**, 2001, ss.18.
- Avcı, Umut. "Öğrenme Yönelimliliğinin Yenilik Performansı Üzerine Etkisi: Muğla Mermer Sektöründe Bir İnceleme." **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**. Cilt.5, Sayı.10, 2012, ss.121-138
- Awamleh, Na'il AHK. "Managerial innovation in the civil service in Jordan: A field study." **Journal of Management Development**. Vol.13, No.9, 1994, ss.52-60.
- Aygün, Mehmet. "Firma Düzeyinde İhracat Performansının Belirleyicileri:Türk Sermaye Piyasası Örneği." **Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi**. Cilt.4, 2010, ss.113-133.
- Aytaç, Ömer. Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**. Sayı:15, 2006.
- Bağlıbel, Murat, Mustafa Samancıoğlu, and M. Semih Summak. "Okul Yöneticileri Tarafından E-Okul Uygulamasının Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeline Göre Değerlendirilmesi/Assessment Of E-Okul Application By School Managers Using Extended Technology Acceptance Model." **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.7, Sayı.13, 2010.
- Baldauf, Artur, David W. Cravens, and Udo Wagner. "Examining determinants of export performance in small open economies." **Journal of World Business**. Vol.35, No.1 2000, ss.61-79.

- Barutcu, Esin, ve Ayşe İrmiş. "Öğrencilerin Kendilerine Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması" **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt.26, No.2, 2012, s.1-25.
- Basım, H. Nejat, and Harun ŞEŞEN. "Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları ile İlişkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma." **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**. Cilt.63, Sayı.3, 2008, ss.49-64.
- Basım, H. Nejat, Haluk Korkmazyürek, and A. Osman Tokat. "Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma." **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Sayı.19, 2008, ss.121-130.
- Basım, H. Nejat, Şeşen, Harun, "Kontrol Odağının Çalışanların Nezaket ve Yardım Etme Davranışlarına Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Sayı:16, 2006, ss.160- 168.
- Bateman, Thomas S., and J. Michael Crant. "The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates." **Journal of Organizational Behavior**. Vol.14, No.2, 1993, ss.103-118.
- Benet-Martinez, Veronica, and Oliver P. John. "Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English." **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol.75, NO.3, 1998, ss.729.
- Berber, A. Girişimci ile Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimciliğe Geçiş Süreci. **İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi**. Cilt.29, Sayı.1, 2000, ss.23-46.
- Bhuian, Shahid N., Bulent Menguc, and Simon J. Bell. "Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance." **Journal of Business Research**. Vol.58, No.1, 2005, ss.9-17.
- Bingöl, G. ve Yılmaz Türkmen, S. "Girişimciliğin Finansmanında Melek Sermaye Ve Türkiye Uygulaması," **Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi**. Cilt.12 Sayı.45, 2016, ss.357–373.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimci Eğilimindeki Etkisi: **Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**. Cilt.8, No.2, 2013, ss.57-78
- Börü, Deniz; Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, İstanbul: **Marmara Üniversitesi Yayını**. Yayın No. 733, 2006, s.1.
- Brouthers, Lance E., and George Nakos. "The role of systematic international market selection on small firms' export performance." **Journal of Small Business Management**. Vol.43, No.4, 2005, ss.363-381.

- Budak, Fatih ve Ahmet Kar. "Sağlık Yönetiminde Stratejik Liderliğin Önemi." **IIB Uluslararası Hakemli Akademik Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.15, No.8, 2014, ss.155-171.
- Bulut, Fiş, and Yılmaz Aktan. "Kurumsal girişimcilik: Kavramsal yapı üzerine bir tartışma." **Journal of Yasar University**. Vol. 3, No. 10, 2008, ss. 1389-1416.
- Cadogan, John W., Adamantios Diamantopoulos, and Judy A. Siguaw. "Export market-oriented activities: their antecedents and performance consequences." **Journal of International Business Studies**. Vol.33, No.3, 2002, ss.615-626.
- Chang, Man Kit, Waiman Cheung, and Vincent S. Lai. "Literature derived reference models for the adoption of online shopping." **Information & Management**. Vol.42, No.4, 2005, ss.543-559.
- Chye Koh, Hian. "Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students." **Journal of managerial Psychology**. Vol.11, No.3, 1996, ss.12-25.
- Contractor, Farok J., Chin-Chun Hsu, and Sumit K. Kundu. "Explaining export performance: a comparative study of international new ventures in Indian and Taiwanese software industry." **MIR: Management International Review**. 2005, ss.83-110.
- Covin, Jeffrey G., and Morgan P. Miles. "Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage." **Entrepreneurship theory and practice** Vol.23, No.3, 1999, ss.47-63.
- Çalışkan, Abdullah. "İç Odaklı Örgüt Kültürünün Yenilikçi Davranışa Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü." Is, Guc: **The Journal of Industrial Relations & Human Resources**. Cilt.15, Sayı.1, 2013.
- Çapraz, Burak, "Çalışanlar Perspektifinden İnovatif İş Davranışının Belirleyicileri: İzmir İlindeki Öncelikli Sektörlere İlişkin Bir Araştırma." **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**. Cilt.3, No.1, ss.49-72.
- Çarıkçı, İlker Hüseyin, Ümmü Gülsüm Kahraman ve Fatih Topçuoğlu; "KOSGEB Girişimcilik Desteği Alan Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar: Isparta İli Üzerine Bir Araştırma", **15. Ulusal İşletmecilik Kongresi**. 2016, s.100.
- Çavusgil, S. Tamer, and Shaoming Zou. "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures", **Journal of Marketing**. Vol.58, No.1, 1994, ss.1-21.
- Çavuş, Mustafa Fedai. İşletmelerde personel güçlendirme uygulamalarının örgütsel yaratıcılık ve yenilikçiliğe etkileri üzerine imalat sanayiinde bir uygulama. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**. 2006.
- Çetin, Fatih "Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü" **Business and Economics Research Journal**. Vol.2, No.3, 2011, ss.69-85

- Dağ, İhsan. "Kontrol Odağı Ölçeği (KOÖ): Ölçek Geliştirme, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması." **Türk Psikoloji Dergisi**. Cilt.17, No.49, 2002, ss.77-90.
- Dağ, İhsan. Kontrol Odağı, Öğrenilmiş Güçlülük ve Psikopatoloji İlişkileri. **Psikoloji Dergisi**. Cilt.7, Sayı.27, 1992, ss.1-9
- Danışman Ali, and Arş Gör Ahmet Gökhan SÖKMEN. "Girişimci Özellikleri Ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma." **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.16, No.1, 2007, ss.213-230.
- Das, Mallika. "Successful and unsuccessful exporters from developing countries: some preliminary findings." **European Journal of Marketing**. Vol.28, No.12, 1994, ss.19-33.
- Davidsson, Per, and Johan Wiklund. "Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future." **Entrepreneurship, Springer Berlin Heidelberg**. 2007,s. 247; Fiş, ve Wasti, 2009, s. 128
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models." **Management Science**. Vol.35, No.8, 1989, ss.982-1003.
- Demireli, Cemalettin. "Tüketici Yenilikçiliği ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi." **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**. Cilt.12, No.24, 2014, ss.320-337.
- Diamantopoulos, Adamantios, and Nikolaos Kakkos. "Managerial assessments of export performance: Conceptual framework and empirical illustration." **Journal of International Marketing**. Vol.15, No.3, 2007, ss.1-31.
- Dönmez, Ali (1983) "Denetim Odağı (Locus Of Control) ve Çevre Büyüklüğü", **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, No.1, ss.37-48.
- Duran, Cengiz, and Metin Saraçoğlu. "Yeniliğin yaratıcılıkla olan ilişkisi ve yeniliği geliştirme süreci." **Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, No.1, 2009, ss.57-71.
- Dursun, Emin. "Örgütsel Değişim ve Değişim Karşısında Bireysel Direnç." **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**. 2007, ss.8-41.
- Dündar, Süleyman. ve Ağca, Veysel. "Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma." **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt.25, Sayı.1, 2007, ss.121-142.
- Elke U. Weber-Ann-Rene' E Blais-Nancy E. Betz A Domain-specific Risk-attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors", **Journal of Behavioral Decision Making**, No.15, 2002, ss.263–290.

- Eraslan, Hakkı, Melih Bulu, ve İsmail Bakan. "Kümelenmeler ve inovasyona etkisi: Türk turizm sektöründe uygulamalar." **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**. Cilt.5, Sayı.3, 2008, ss.15-29.
- Erbin-Roesemann, M. A., & Simms, L. M. "Work Locus of Control: The Intrinsic Factor Behind Empowerment and Work Excitement." **Nursing Economics**, Vol.15, No.4, 1996, ss.183-190.
- Ercan, Salih ve İsmail Gökdeniz; "Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan", **Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 49, Bahar 2009, ss.59.
- Erdem, Ferda. "Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım", **Akdeniz Üniversitesi. İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı.2, 2001, ss.43-61.
- Erdheim, Jesse, Mo Wang, and Michael J. Zickar "Linking the Big Five personality constructs to organizational commitment." **Personality and Individual Differences**. Vol.41, No.5, 2006, ss.959-970.
- Erdoğan, Ömer ve Egün, Muammer "İki Farklı Meslek Grubunda Çalışan Personelin Denetim Odağı ve Risk Eğilim Düzeylerinin Karşılaştırılması" **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. No.40, 2011, ss.176-185.
- Folkman, Susan. ve Lazarus, Richard.S. If it changes it must be a process: Study of emotion and coping during threestges of a college examination. **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol.48, No.1, 1985, ss.150-170.
- Fry, Art. "The post-it note: An intrapreneurial success." **SAM Advanced Management Journal**. Vol.52, No.3, 1987, ss.4.
- Gary A. Knight, Çavusgil, S. Tamer; 'Innovation, Organizational Capabilities and the Born-Global Firm', **Journal of International Business Studies**. Vol.35, 2004, ss.126
- George, Bradley A., and Louis Marino. "The epistemology of entrepreneurial orientation: Conceptual formation, modeling, and operationalization." **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.35, No.5, 2011, ss.989-1024.
- Gomez-Mejia, Luis R. "The role of human resources strategy in export performance: A longitudinal study." **Strategic Management Journal**. Vol.9, No.5, 1988, ss.493-505.
- Greenhalgh, Trisha, et al. "Diffusion of innovations in service organizations: systematic review and recommendations." **The Milbank Quarterly** Vol.82, No.4, 2004, ss.581-629.
- Hagoort, Giep., Thomassen, A.; Kooyman, R. *Pioneering Minds Worldwide: On the Entrepreneurial Principles Of the Cultural and Creative Industries*, Chicago: **University of Chicago Press**. 2010, ss.124
- Hitt, Michael A., et al. "Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation." **Strategic Management Journal**. Vol.22, No.6-7, 2001, ss.479-491.

- Hoang, B. Peter. "A causal study of relationships between firm characteristics, international marketing strategies, and export performance." **MIR: Management International Review**. 1998, ss.73-93.
- Hung, C. & Hsu, K. "Impact of Locus of Control, Changes in Work Load and Career Prospect on Organizational Commitment of Employees of Life Insurance Companies During Merger and Acquisition African". **Journal of Business Management**. Vol.5, No.17, 2011, ss.4542-4556.
- Işık, Nihat, Efe Can Kılınç "Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz." **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt.6, Sayı.2, 2011.
- Janssen, Onne, and Nico W. Van Yperen. "Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction." **Academy of Management Journal**. Vol.47, No.3, 2004, ss.368-384.
- Janssen, Onne. "Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour." **Journal of Occupational and Organizational Psychology**. Vol.73, NO.3, 2000, ss.287-302.
- Kapu, Hüsnü.& Baştürk, Faruk. "Yaratıcılık Tekniklerinin İşletme Eğitimindeki Yeri ve Önemi." **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**. Cilt.8, No.16, 2009, ss.523-540.
- Katsikea, Evangelia, and Robert E. Morgan. "Exploring export sales management practices in small-and medium-sized firms." **Industrial Marketing Management**. .Cilt.32, No.6, 2003, ss.467-480.
- Katsikeas, Constantine S., Leonidas C. Leonidou, and Neil A. Morgan. "Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development." **Journal of the Academy of Marketing Science**. Vol.28, No.4, 2000, ss.493-511.
- Kayabaşı, Aydın., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z. ve Oğuz, A. 'KOBİ'lerde İhracat Performansını Belirleyen Unsurların İncelenmesi: İnegöl'de Faaliyette Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması', **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Sayı: 28, 2010, ss.1- 12.
- Kayalar, Murat. ve Nuri, Ömürbek. "Girişimci Adayların Risk Almaya yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt.21, No.1, 2007, ss.186-200.
- Kaynak, Erdener, and Wellington Kang-yeen Kuan. "Environment, strategy, structure, and performance in the context of export activity: an empirical study of Taiwanese manufacturing firms." **Journal of Business Research**. Vol.27, No.1, 1993, ss.33-49.
- Kenan Ören, Mehmet Biçkes, "Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)" **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, Sayı.3, 2011 ss.71

- Kılıç, Sabiha. "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Pazarlaması Davranışlarını Etkileyen Faktörler İle İhracat Performansı Arasındaki İlişkilere Dair Ampirik Bir Çalışma: Çorum Makine İmalat Sanayi Örneği." **Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.11, No.1, 2007, ss.40-62.
- Kılıçer, Kerem. ve Odabaşı, H. F. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. Cilt.38, 2010, ss.150-164.
- Kihlstrom R. E., Laffont J. J. "A General Equilibrium Entrepreneurship Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion", **Journal of Political Economy**. Vol.87, No.7, 1979, ss.719-748.
- Korkmaz, Oya. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**. Cilt.24, No.2, 2012, ss.209-226.
- Korkmaz, Sezer. "Girişimcilik ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma". **Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.18, 2000, ss.163-169.
- Kuratko, Donald F., Jeffrey S. Hornsby, and Michael G. Goldsby. "Sustaining corporate entrepreneurship: modelling perceived implementation and outcome comparisons at organizational and individual levels." **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**. Vol.5, No.2, 2004, ss.77-89.
- Kwiatkowski, Stefan. "Social and Intellectual Dimensions of Entrepreneurship", **Higher Education in Europe**. Vol.29, No.2, 2004, ss.205-220
- Lee, Sang M., Seong-bae Lim, and Raghuvar D. Pathak. "Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study." **International Entrepreneurship and Management Journal**. Vol.7, No.1, 2011, ss.2
- Leonidou, Leonidas C., Constantine S. Katsikeas, and Saeed Samiee. "Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis." **Journal of Business Research**. Vol.55, No.1, 2002, ss.51-67
- Leroy, Hannes., and Maes, J., Sels, L., Debrulle, J. "Gender Effects on Entrepreneurial Intentions: A Multi-Group Analysis at Factor and Indicator Level", **Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting**, Vol.7, No.11, 2009, ss.10.
- Lieberman, Marvin B., and David B. Montgomery. "First-mover advantages." **Strategic Management Journal**. Vol.9, No.1, 1988, ss.41 58.
- Lumkin ve Dess, s. 136; Rauch, Andreas, and Michael Frese. "Entrepreneurial orientation." **In Handbook Utility Management**. 2009, ss 90.

- Lumpkin, G. Thomas, and Gregory G. Dess. "Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle." **Journal of Business Venturing**. Vol.16, No.5, 2001, ss.429-451.
- Lumpkin, G. Tom, and Gregory G. Dess. "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance." **Academy of Management Review**. Vol.21, No.1, 1996, ss.135-172.
- Mone, Mark A., William McKinley, and Vincent L. Barker III. "Organizational decline and innovation: A contingency framework." **Academy of Management Review**. Vol.23, No.1, 1998, ss.115-132.
- Morris, Michael H., Justin W. Webb, and Rebecca J. Franklin. "Understanding the manifestation of entrepreneurial orientation in the nonprofit context." **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.35, No.5, 2011, ss.947-971.
- Must, Veysel AĞCA. "İç girişimcilik ve temel belirleyicileri: Kavramsal bir çerçeve." **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Sayı. 29, 2007.
- Naktiyok, Atlıhan. "Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler." **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. Cilt.21, No.2, 2007, ss.213
- O'Cass, Aron, and Craig Julian. "Examining firm and environmental influences on export marketing mix strategy and export performance of Australian exporters." **European Journal of Marketing**. Vol.37, No.3-4, 2003, ss.366-384.
- Oğuztürk, Arş Gör Dr Bekir Sami. "Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri." **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.8, No.2, 2003.
- Oktuğ, Zeynep, and Melis Seray Özden "Bireycilik/Toplulukçuluk ile bireysel yenilikçilik eğilimi arasındaki ilişkide içsel motivasyonun biçimlendirici rolü." **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.14, Sayı.2, 2013.
- Oliver, J. E., Jose, P.E. Brough, P. "Confirmatory Factor Analysis of the Work Locus of Control Scale", **Educational and Psychological Measurement**. Vol.66, No.5, 2006, ss.835-851.
- Ören, Kenan. ve Biçkes, M. Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri: Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.16, No.3, 2011, ss.67-86.
- Özkan, Şule. "Türkiye'de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**. Cilt.58, Sayı.4, 2003, ss.147
- Öztürk, Zeynep Yılmaz, and Mehmet Summak. "İlköğretim okulu öğretmenlerinin bireysel yenilikçiliklerinin incelenmesi." **International Journal of Science Culture and Sport**. Vol.2, No.1, 2014, ss.844-853.

- Petratis, J., Flay B. R., Miller, Q. T. Reviewing Theories of Adolescent Substance Use: Organizing Pieces in the Puzzle. **Psychological Bulletin**. Vol.117, 1995, ss.67-86
- Phares, E. Jerry. "Expectancy changes in skill and chance situations." **The Journal of Abnormal and Social Psychology**. Vol.54, No.3, 1957, ss.339.
- Pierce, Jon L., and Andre L. Delbecq. "Organization structure, individual attitudes and innovation." **Academy of Management Review**. Vol.2, No.1, 1977, ss.27-37.
- Ralph J. DiClemente, Richard A. Crosby, Michelle C. Kegler, **Emerging Theories in Health Promotion Practice and Research**, John Wiley&Sons, USA 2009, s. 252.
- Rezaei, Jafar, Roland Ortt, and Victor Scholten. "An improved fuzzy preference programming to evaluate entrepreneurship orientation." **Applied Soft Computing**. Vol.13, No.5, 2013, ss.2749-2758.
- Richard, Orlando C., Tim Barnett, Sean Dwyer, and Ken Chadwick. "Cultural diversity in management, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation dimensions." **Academy of Management Journal**, Vol.47, No.2, 2004, ss. 257.
- Rossier, J., Dahourou D. ve McCrae, R.R. Structural and mean-level analyses of the five-factor model and locus of control: Further evidence from Africa. **J Cross-Cultural Psychol**, Vol.36, 2005, ss.227-246.
- Rotter, J. B. Generalized Expectancies For Internal Versus External Control Of Reinforcement, **Psychological Monographs**, Vol.80, 1966, ss.1-28.
- Samiee, Saeed, and Peter GP Walters. "Influence of firm size on export planning and performance." **Journal of Business Research**. Vol.20, No.3, 1990, ss.235-248.
- Saraç, Mehmet ve Mehmet Burak Kahyaoğlu, "Bireysel Yatırımcıların Risk Alma Eğilimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik ve Demografik Faktörlerin Analizi", **BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar**. Cilt.5, Sayı.2, 2011, ss.137.
- Scott, Susanne G., and Reginald A. Bruce. "Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace." **Academy of Management Journal**. Vol.37, No.3, 1994, ss.580-607.
- Shoham, Aviv. "Export performance: a conceptualization and empirical assessment." **Journal of International Marketing**. Vol.6, No.3, 1998, ss.59-81.
- Short, James F. "The social fabric at risk: toward the social transformation of risk analysis." **American Sociological Review**. Vol.49, No.6, 1984, ss.711-725.
- Sitkin, Sim B., and Amy L. Pablo. "Reconceptualizing the determinants of risk behavior." **Academy of Management Review**. Vol.17, No.1, 1992, ss.9-38. ; Keh, Hean Tat, Maw Der Foo, and Boon Chong Lim. "Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs." **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.27, No.2, 2002, ss.125-148.

- Slater, Stanley F., and John C. Narver. "Market orientation and the learning organization." **Journal of Marketing**. Vol.59, No.3, 1995, ss.63-74.
- Stern, Barbara B., and Stephen J. Gould. "The consumer as financial opinion leader." **Journal of Retail Banking**. Vol.10, No.2, 1988, ss.43-52.
- Stöttinger, Barbara, and Hartmut H. Holzmüller. "Cross-national stability of an export performance model-a comparative study of Austria and the US." **MIR: Management International Review**. 2001,ss.7-28.
- Strauser, David R., Kristi Ketz, and Jeanmarie Keim. "The relationship between self-efficacy, locus of control and work personality." **Journal of Rehabilitation**. Vol.68, No.1 2002, ss.20.
- Şeşen, Harun. Kontrol Odağı, Genel Öz Yeterlilik, iş Tatmini ve Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Ankara’da Bulunan Kamu Kurumlarında Bir Araştırma, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt 28, Sayı 2, 2010.
- Tabak, Akif. ve Ahmet, Erkuş & Meydan, C. H. “Denetim odağı ve yenilikçi birey davranışları arasındaki ilişkiler: belirsizliğe tolerans ve risk almanın aracılık etkisi”., **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.10, Sayı.1, 2010.
- Tabak, Akif. Ve Ahmet, Erkuş,. Denetim Odağının Bireylerin Belirsizlikle Baş Etme Düzeylerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. Cilt.26, Sayı.1, 2008, ss.213-227
- Thaler, Richard H., and Cass R. Sunstein. "Libertarian paternalism." **American Economic Review**, Vol.93, No.2, 2003, s.175-179
- Torlak, Ömer., Şuayıp, Özdemir. ve Veysel, Kula. ‘Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri’, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.9, No.1, 2007, ss.103-114.
- Tümkiye Songül, “İlkokul Öğretmenlerindeki Denetim Odağı ve Tükenmişlikle İlişkisi” , **PAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 8, 2000.
- Türker, Malik Volkan, and Mehmet Nuri Inel. "The effect of locus of control orientation on perceived individual innovativeness: An empirical research in Turkey." **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 2012, s.879-888.
- Usluel, Yasemin Koçak, and Sacide Güzin Mazman. "Eğitimde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü Ve Benimsenmesi Sürecinde Yer Alan Öğeler: Bir İçerik Analizi Çalışması." **Cukurova University Faculty of Education Journal**. Vol.39, 2010, ss.63
- Uzay, Nisfet, Mustafa Demir,ve Ertuğrul Yıldırım. "İhracat performansı açısından teknolojik yeniliğin önemi: Türkiye imalat sanayi örneği." **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt.13, Sayı.1, 2012, s.147-16

- Uzun, Hasan. "Yeni Bir Kurumsal Motivasyon Örneği: Teknoloji Üretim Merkezleri." **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.24, Sayı.2, 2014, ss.179-189.
- Vito, Gennaro F., and Jeffrey R. Maahs. *Criminology*. Jones & Bartlett Publishers, 2015.
- Wang, L. Zhang, D. Jackson L. "Influence of Self-esteem, Locus of Control, and Organizational Climate on Psychological Empowerment in a Sample of Chinese Teachers", **Journal of Applied Social Psychology**. Vol.43, 2013, ss.1428-1435.
- West, Michael A., and Claudia A. Sacramento. "Flourishing in teams: Developing creativity and innovation." **Creative Management and Development**. Vol.3, 2006, ss.25-44.
- West, Michael A., and James L. Farr. "Innovation at work: Psychological perspectives." **Social Behaviour**., 1989.
- Yahyagil, Mehmet. Y. "Örgütsel Yaratıcılık ve yenilikçilik." **İÜ İşletme İktisadi Enstitüsü, Yönetim Dergisi**. Cilt.38, 2001, ss.7-16.
- Yalçın, Bahar., Tetik. S. & Açıkgöz A. Yüksek Okul Öğrencilerinin Problem Çözme Becerisi Algıları ile Kontrol Odağı Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**. Cilt.2, Sayı.2, 2010, ss.19-27.
- Yeğin, Hüseyin İbrahim. "İlahiyat fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri." **Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.17, No.4, 2017, ss.239-262.
- Yelkikalan, Nazan. Ve Elif Yüzüak. "The factors determining entrepreneurship trends in female university students: sample of Çanakkale Onsekiz Mart University Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences", **European Scientific Journal**, Vol.25, 2011, ss.121.
- Yeşil, Salih, Ömer Çınar, ve Erdem Uzun., "Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren işletmelerin yenilik faaliyetleri üzerine bir alan çalışması." **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**. Cilt.5, No.2, 2010.
- Yıldız, Emel, and Yasemin Koldere Akın. "Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi Yalova meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir uygulama." **Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.4, No.8, 2014.
- Yılmaz, Ercan, and Ali Murat Sünbül. "Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi." **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.21, 2009, ss.195-203.
- Yuan, Feirong, and Richard W. Woodman. "Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations." **Academy of Management Journal**. Vol.53, No.2, 2010, ss.323-342.
- Yunus, Ali. "Impact of firm and management related factors on firm export performance." **Journal of Asia Pacific Marketing**. Vol.3, No.2, 2004, ss.5-20.

Zerenler, Muammer, Necdet Türker, and Esen Şahin. "Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme ve Yenilik İlişkisi." **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt.1, Sayı.17, 2007, ss.653-667.

Zhao, Hongxin, and Shaoming Zou. "The impact of industry concentration and firm location on export propensity and intensity: An empirical analysis of Chinese manufacturing firms." **Journal of International Marketing**. Vol.10, No.1, 2002, ss.52-71.

Zou, Shaoming, and Simona Stan. "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997." **International Marketing Review**. Vol.15, No.5, 1998, ss.333-356.



Diğer Kaynaklar

- Akman, Gülşen. "Bilişim sektöründe pazar odaklılık, yenilik stratejileri ve yenilik kabiliyeti arasındaki ilişkiler ve bunların şirket performansı üzerindeki etkileri." TC Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. **Yayınlanmış Doktora Tezi**. 2003.
- Aksel, İbrahim. "İşletmelerde inovasyon ve inovasyonu destekleyen örgüt kültürünün belirleyicileri ve bir araştırma." **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.
- Başar, M., Ürper, Y., Tosunoğlu, B.T., Müftüoğlu, T. Girişimcilik” , T.C. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 3002 AÜ, AÖF Yayını No:1955, s.5-44-45, 2013.
- Bayındır, Mehmet. Risk Değerlendirilmesi Ölçümü ve Analizi, (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul, 1995.
- Beşeli, Nursun. "KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılabilmesi İçin Alternatif Yöntemler." İGEME'den Bakış, Nisan-Haziran 1997,ss.36-39.
- Beycioğlu, Kadir. "İlköğretim okullarında öğretmenlerin sergiledikleri liderlik rollerine ilişkin bir değerlendirme (Hatay ili örneği)." İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, 2009.
- Beyzade Nadir Çetin, Ali Sırrı Yılmaz, “Elazığ’da Sosyal Bir Kalkınma Hamlesi: Girişimcilik Eğitim Kursu”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 2007.
- Bozkurt, Öznur. "Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi." 2006.
- Culhane, J.Hamilton. The Entrepreneurial Orientation-Performance Linkage in High Technology Firms: An International Comparative Study .Thesis for the Degree of Doctorof Philosopy, Graduate School of TheUniversityof
- Çakır, Gülbin. “İşgörenlerin Demografik Özelliklerine Göre Motivasyon Araçları ve Denetim Odağı Değişkeninin İncelenmesi”, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, 2009.
- Çelik, Eyüp. Evli Öğretmenlerin Bağlanma Stili, Denetim Odağı ve Bazı Nitelikleri Açısından Evlilik Uyum Düzeylerinin İncelenmesi. **Yüksek Lisans Tezi**. Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2009.
- Çolakoğlu, Mustafa H. "Kobi Rehberi." TOBB Genel Yayın No 359, 2002 .
- Demirkol, İlknur “ Avukatlarda İş Doyumu, Tükenmişlik ve Denetim Odağının Bazı Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi” **Yüksek Lisans Tezi**, Mersin Üniversitesi, 2006.

- Elçi, Şirin. İnovasyon: Kalkınmanın ve rekabetin anahtarı. Meteksan Bilişim Grubu, BT Haber, 2006.
- Gulzhanat Tayauova, Uluslararası Girişimcilik ve Stratejik Adaptasyon: Kırgızistan'da Faaliyet Gösteren Türk İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, **Doktora Tezi**, 2009.
- Güzel, T. "Değişim yönetimi ve planlı değişim." **Yüksek Lisans Tezi**, 1996.
- http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/982/Oznur_Bozkurt_Makale.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Son erişim tarihi: 03.03.2019), s.3.
- <http://psych.fullerton.edu/jmearns/rotter.htm>. (05.02.2019)
- <http://www.tdk.gov.tr/> (11.11.2018)
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c47a2ec7ceba8.84190392 Erişim Tarihi:07.12.2018
- <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rehberi-ihracat-turleri.html> (05.03.2019)
- Jaroonrat Rodniam, The Social Ecology Model of Drug Use and Delinquency Among Thai Adolescents, The University of Utah **Doctorate Thesis**, 2007.
- Kalaycıoğlu, O. Kurumsal Yönetim Bağlamında Yönetim Kurulu Yapılarının İhracat Performansına Etkileri, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi, 2011.
- Kaplan, M.(Akt.) "İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği İle İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma." **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.
- Kılıç, Hasan. İlköğretim branş öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve yaşam boyu öğrenme eğilimleri (Denizli ili örneği), **Yüksek Lisans Tezi**. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2015.
- Kılıçer, Kerem. "Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri." **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2011.
- Kuvan, H. Örgün ve Yaygın Eğitimin Girişimciler Üzerine Etkileri (Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Uygulama). **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimler Anabilim Dalı, 2008.
- Küçükkaragöz, H. İlkokul Öğretmenlerinde Kontrol Odağı ve Öğrencilerinin Kontrol Odağının Oluşumuna Etkileri, **Doktora Tezi**, DEU Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, 1998.

- Martin, La Tanya. F. Cultural differences in risk perception: an examination of USA and Ghanaian perception of risk communication (Unpublished master's thesis), Virginia, Virginia Polytechnic Institute, State University.2003
- Masalıcı, Ayşe Devrim. İç Denetim Programının Ergenlerin Denetim Odağı, Öğrenilmiş Güçlülük ve Savunma Mekanizmalarını Kullanma Biçimi Üzerindeki Etkisi. **Yüksek Lisans Tezi**. Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2012
- Ngansathil, Wichitra. Market orientation and business performance: Empirical evidence from Thailand. Diss. 2001.
- Özmen, Semiha Ebru. "Örgüt İçi Değişim ve Değişim Karşısında Birey Davranışı." **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,1999.
- Perçin, Selçuk. "İhracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve firmaların ihracat performans ölçülerine göre sınıflandırılmasındaki rolü: İSO 1000 sanayi firmaları uygulaması." 2005.
- Sara Tanoğlu, Kişilik Özelliklerinin Girişimci Olma Niyeti Üzerine Etkileri, İstanbul Üniversitesi, **Yüksek Lisans Tezi**, 2008.
- Serdar Çıtak, Geleneksel Risk Yönetiminden Programlanmış Menkul Kıymet İşlemlerine, Dünya Yayıncılık, Ekonomi Dizisi:7, İstanbul, 1999.
- Sipahi, E. Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine BirAraştırma. **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı, 1997.
- Sönmez, B. "Hemşirelerin yenilikçi davranışları ve etkileyen faktörler: niteliksel bir çalışma." **Doktora Tezi**. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, 2011.
- Spahi, Esen “ Kosova ve Türkiye’de Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zeka ve Zeka ve Denetim Odağı Düzeylerinin İncelenmesi” **Yüksek Lisans Tezi**. 2010.
- Tunç, Barbaros. "İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**." İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
- Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği; Türkiye’de Girişimcilik, Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/340, Aralık 2002.
- TÜSİAD, Türkiye’de Girişimcilik, TÜSİAD, Yayın No: 12 / 340, İstanbul, 2002
- Yıldırım, Filiz. Üniversite Öğrencilerinin Yaşamdaki Riskleri Algılamaları Üzerinde Toplumsal Cinsiyet Etkisinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2007.

EKLER

EK 1. Anket Dokümanı



Bu anket formu, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalında yürütülen bir yüksek lisans tez çalışmasına ilişkin olarak tarafımızca düzenlenmiştir. Anketlere vereceğiniz cevaplar bilimsel nitelikteki araştırmamız dışında hiçbir suretle üçüncü kişi veya kuruluşlarla paylaşılmayacaktır. Tüm sorulara cevap vermenizi rica ederiz. Soruların doğru veya yanlış cevabı bulunmamaktadır. Sizin algılarınız ve yönelimlerinizi ölçmektedir. Kendinizi en yakın hissettiğiniz seçeneği işaretlemenizi rica ediyoruz. Anketimize katıldığınız için teşekkür eder, başarılar dileriz. Bu çalışmanın sonuçlarının tarafınıza iletilmesini istiyorsanız e-posta adresinizi belirtiniz, aksi durumda bu satırı boş bırakabilirsiniz.

..... @

Habibe ÖKSÜZ AYDOĞAN* ve Doç. Dr. M. Volkan TÜRKER**

* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

** Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Öğretim Üyesi

1. Yaşınız:

2. Cinsiyetiniz: ☐ Kadın ☐ Erkek

	Aşağıda görmüş olduğunuz her bir önerme için, söz konusu önermede yer alan ifadeye ne derecede katıldığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek belirtiniz ("() → Kesinlikle katılmıyorum, "()" → Katılmıyorum, "()" → Ne katılıyorum ne de katılmıyorum (Ortadayım), "()" → Katılıyorum, "()" → Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir).	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne de katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.	()	()	()	()	()
2	Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.	()	()	()	()	()
3	Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.	()	()	()	()	()
4	Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.	()	()	()	()	()
5	Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.	()	()	()	()	()
6	Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.	()	()	()	()	()
7	Çevremde insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.	()	()	()	()	()
8	Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.	()	()	()	()	()
9	Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.	()	()	()	()	()

10	Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
11	Yaratıcı bir kişiliğe sahibim.	()	()	()	()	()
12	Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.	()	()	()	()	()
13	Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.	()	()	()	()	()
14	Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.	()	()	()	()	()
15	Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.	()	()	()	()	()
16	Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler (motive eder).	()	()	()	()	()
17	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.	()	()	()	()	()
18	Yeni fikirlere açığımdır.	()	()	()	()	()
19	Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.	()	()	()	()	()
20	Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir.	()	()	()	()	()

() Lütfen arka sayfaya geçiniz... ()

	Aşağıda görmüş olduğunuz her bir önerme için, söz konusu önermede yer alan ifadeye ne derecede katıldığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek belirtiniz (" () " → Kesinlikle katılmıyorum, " () " → Katılmıyorum, " () " → Ne katılıyorum ne de katılmıyorum (Ortadayım), " () " → Katılıyorum, " () " → Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir).	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne de	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	İnsanın yaşamındaki mutsuzlukların çoğu, biraz da şanssızlığına bağlıdır.	()	()	()	()	()
2	İnsan ne yaparsa yapsın üşütüp hasta olmanın önüne geçemez.	()	()	()	()	()
3	Bir şeyin olacağı varsa eninde sonunda mutlaka olur.	()	()	()	()	()
4	İnsan ne kadar çabalarsa çabalasın, ne yazık ki değeri genellikle anlaşılmaz.	()	()	()	()	()
5	İnsanlar savaşları önlemek için ne kadar çaba gösterirlerse gösterebilirler, savaşlar daima olacaktır.	()	()	()	()	()
6	Bazı insanlar doğuştan şanslıdır.	()	()	()	()	()
7	İnsan ilerlemek için güç sahibi kişilerin gönlünü hoş tutmak zorundadır.	()	()	()	()	()
8	İnsan ne yaparsa yapsın, hiç bir şey istediği gibi sonuçlanmaz.	()	()	()	()	()
9	Birçok insan, rastlantıların yaşamlarını ne derece etkilediğinin farkında değildir.	()	()	()	()	()

10	Bir insanın halen ciddi bir hastalığa yakalanmamış olması sadece bir şans meselesidir.	()	()	()	()	()
11	Dört yapraklı yonca bulmak insana şans getirir.	()	()	()	()	()
12	İnsanın burcu hangi hastalıklara daha yatkın olacağını belirler.	()	()	()	()	()
13	Bir sonucu elde etmede insanın neleri bildiği değil, kimleri tanıdığı önemlidir.	()	()	()	()	()
14	İnsanın bir günü iyi başladıysa iyi; kötü başladıysa da kötü gider.	()	()	()	()	()
15	Başarılı olmak çok çalışmaya bağlıdır; şansın bunda payı ya hiç yoktur ya da çok azdır.	()	()	()	()	()
16	Aslında şans diye bir şey yoktur.	()	()	()	()	()
17	Hastalıklar çoğunlukla insanların dikkatsizliklerinden kaynaklanır.	()	()	()	()	()
18	Talihsizlik olarak nitelenen durumların çoğu, yetenek eksikliğinin, ihmalin, tembelliğin ve benzeri nedenlerin sonucudur.	()	()	()	()	()
19	İnsan, yaşamında olabilecek şeyleri kendi kontrolü altında tutabilir.	()	()	()	()	()
20	Çoğu durumda yazı-tura atarak da isabetli kararlar verilebilir.	()	()	()	()	()
21	İnsanın ne yapacağı konusunda kararlı olması, kadere güvenmesinden daima iyidir.	()	()	()	()	()
22	İnsan fazla bir çaba harcamasa da, karşılaştığı sorunlar kendiliğinden çözülür.	()	()	()	()	()
23	Çok uzun vadeli planlar yapmak her zaman akıllıca olmayabilir, çünkü birçok şey zaten iyi ya da kötü şansa bağlıdır.	()	()	()	()	()
24	Birçok hastalık insanı yakalar ve bunu önlemek mümkün değildir.	()	()	()	()	()
25	İnsan ne yaparsa yapsın, olabilecek kötü şeylerin önüne geçemez.	()	()	()	()	()
26	İnsanın istediğini elde etmesinin talihle bir ilgisi yoktur.	()	()	()	()	()
27	İnsan kendisini ilgilendiren birçok konuda kendi başına doğru kararlar alabilir.	()	()	()	()	()
28	Bir insanın başına gelenler, temelde kendi yaptıklarının sonucudur.	()	()	()	()	()
29	Halk, yeterli çabayı gösterse siyasal yolsuzlukları ortadan kaldırabilir.	()	()	()	()	()
30	Şans ya da talih hayatta önemli bir rol oynamaz.	()	()	()	()	()
31	Sağlıklı olup olmamayı belirleyen esas şey insanların kendi yaptıkları ve alışkanlıklarıdır.	()	()	()	()	()
32	İnsan kendi yaşamına temelde kendisi yön verir.	()	()	()	()	()
33	İnsanların talihsizlikleri yaptıkları hataların sonucudur.	()	()	()	()	()
34	İnsanlarla yakın ilişkiler kurmak, tesadüflere değil, çaba göstermeye bağlıdır.	()	()	()	()	()

35	İnsanın hastalanacağı varsa hastalanır; bunu önlemek mümkün değildir.	()	()	()	()	()
36	İnsan bugün yaptıklarıyla gelecekte olabilecekleri değiştirebilir.	()	()	()	()	()
37	Kazalar, doğrudan doğruya hataların sonucudur.	()	()	()	()	()
38	Bu dünya güç sahibi bir kaç kişi tarafından yönetilmektedir ve sade vatandaşın bu konuda yapabileceği fazla bir şey yoktur.	()	()	()	()	()
39	İnsanın dini inancının olması, hayatta karşılaşacağı birçok zorluğu daha kolay aşmasına yardım eder.	()	()	()	()	()
40	Bir insan istediği kadar akıllı olsun, bir işe başladığında şans yaver gitmezse başarılı olamaz.	()	()	()	()	()
41	İnsan kendine iyi baktığı sürece hastalıklardan kaçınabilir.	()	()	()	()	()
42	Kaderin insan yaşamı üzerinde çok büyük bir rolü vardır.	()	()	()	()	()
43	Kararlılık bir insanın istediği sonuçları almasında en önemli etkidir.	()	()	()	()	()
44	İnsanlara doğru şeyi yaptırmak bir yetenek işidir; şansın bunda payı ya hiç yoktur ya da çok azdır.	()	()	()	()	()
45	İnsan kendi kilosunu, yiyeceklerini ayarlayarak kontrolü altında tutabilir.	()	()	()	()	()
46	İnsanın yaşamının alacağı yönü, çevresindeki güç sahibi kişiler belirler.	()	()	()	()	()
47	Büyük ideallere ancak çalışıp çabalayarak ulaşılabilir.	()	()	()	()	()

() Lütfen arka sayfaya geçiniz... ()

	Aşağıda görmüş olduğunuz her bir önerme için, söz konusu önermede yer alan ifadeye ne derecede katıldığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek belirtiniz ("() → Kesinlikle katılmıyorum, "()" → Katılmıyorum, "()" → Ne katılıyorum ne de katılmıyorum (Ortadayım), "()" → Katılıyorum, "()" → Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir).	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne de	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	İleride bir gün girişimci olmayı düşünüyorum.	()	()	()	()	()
2	Fırsatlar oluştuğunda girişimci olacağım.	()	()	()	()	()
3	Girişimci olmak cazip görünüyor.	()	()	()	()	()
4	İleride bir gün girişimci olmayı hayal ediyorum.	()	()	()	()	()
5	Girişimcilerin kendi kendini yönetme (otonomi) alanları oldukça fazladır.	()	()	()	()	()
6	Girişimciler iyi bir hayat sürerler.	()	()	()	()	()
7	Girişimci birisi özel hayatı ve iş hayatının dengesini daha iyi kurar.	()	()	()	()	()
8	Gelecekteki mesleğimde kendi kendimi yönetmek isterim.	()	()	()	()	()
9	İşimde karşılaşacağım güçlüklerle uğraşabilirim.	()	()	()	()	()
10	İş ve özel hayat arasındaki dengenin önemli olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
11	Girişimci olurken karşılaştığım her zorluğu yeneceğime inanıyorum.	()	()	()	()	()
12	Girişimci olabilmek için yeterli kapasitedeki özelliklere sahip olduğuma inanıyorum.	()	()	()	()	()
13	Girişimci olmak uygun bir seçenek görünüyor.	()	()	()	()	()

14	Girişimcilik pratik bilgi (know-how) gerektirir.	()	()	()	()	()
15	Girişimci olmak iş fikirlerinde yaratıcı olmayı gerektirir.	()	()	()	()	()
16	Yeni bir iş kurmak finansal olarak çok destek gerektirir.	()	()	()	()	()
17	Girişimcilik için yeterli devlet desteği yoktur.	()	()	()	()	()
18	İş kurabilmek için uygun bir zemin gerekir.	()	()	()	()	()
19	Girişimci olmak için bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
20	Kendimi iyi iş fırsatlarını değerlendirebilecek biri olarak görüyorum.	()	()	()	()	()
21	Yeni iş fikirlerini planlamak için yeterince yaratıcıyım.	()	()	()	()	()
22	Finansal desteğin olmaması beni girişimci olmaktan alıkoyamaz.	()	()	()	()	()
23	Devlet desteği girişimcilik kararımı etkilemez.	()	()	()	()	()
24	Destek içermeyen bir ortam benim girişimciliğimi engelleyemez.	()	()	()	()	()
25	Başkalarının fikirlerine girişimci olmadan önce önem veririm.	()	()	()	()	()
26	Girişimci olup olmama konusunda başkalarının fikirlerini dinlerim.	()	()	()	()	()
27	Girişimci olup olmamam konusunda çevremdekilerin etkisi vardır.	()	()	()	()	()
28	Girişimci olma isteğim tamamen kendi kararımdır.	()	()	()	()	()
29	Anne ve babam girişimci olmam konusunda olumlu düşünce içerisindedir.	()	()	()	()	()
30	Arkadaşlarım girişimciliğe mantıklı bir seçim olarak bakar.	()	()	()	()	()

	Aşağıda görmüş olduğunuz her bir önerme için, söz konusu önermede yer alan ifadeye ne derecede katıldığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek belirtiniz ("() → Kesinlikle katılmıyorum, "()" → Katılmıyorum, "()" → Ne katılıyorum ne de katılmıyorum (Ortadayım), "()" → Katılıyorum, "()" → Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir).	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne de	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Zevklerinizin, arkadaşlarınızın zevklerinden farklı olduğunu kabul etmek	()	()	()	()	()
2	Vahşi doğada kampa gitmek	()	()	()	()	()
3	Bir günlük gelirinize denk gelecek kadar bir para ile şans oyunu oynamak	()	()	()	()	()
4	Yıllık gelirinizin %10'u ile ortalama artışlı yatırım fonu almak	()	()	()	()	()
5	Sosyal davetlerde ve toplantılarda normalden çok içki tüketmek	()	()	()	()	()
6	Vergi bildiriminde şüpheli indirimler göstererek kazanç elde etmek	()	()	()	()	()
7	Yöneticiniz ile önemli konularda farklı fikirde olmak	()	()	()	()	()
8	Bir günlük gelirinize denk gelecek kadar bir para ile yüksek bahisli kumar oynamak	()	()	()	()	()
9	Evli bir kadın/erkek ile ilişki yaşamak	()	()	()	()	()
10	Başkasının yaptığı işi kendiniz yapmış gibi göstermek	()	()	()	()	()
11	Yeteneklerinizi aşacak bir kayak pistinde kayak yapmak	()	()	()	()	()
12	Yıllık gelirinizin %5'ini riskli bir hisse senedine yatırmak	()	()	()	()	()
13	Yüksek debili bir nehirde rafting yapmak	()	()	()	()	()
14	Bir günlük geliriniz ile bahis oynamak	()	()	()	()	()
15	Korunmasız seks yapmak	()	()	()	()	()
16	Arkadaşınızın sırrını başkalarına anlatmak	()	()	()	()	()
17	Emniyet kemeri takmadan araba kullanmak	()	()	()	()	()
18	Yıllık gelirinizin %10'unu yeni kurulan bir şirkete yatırmak	()	()	()	()	()

19	Paraşütle atlama dersleri almak	()	()	()	()	()
20	Kasksız motosiklet kullanmak	()	()	()	()	()
21	Daha güvenli bir meslek yerine zevk alınan bir meslek seçmek	()	()	()	()	()
22	Bir iş toplantısında popüler olmayan bir konuda fikirlerinizi belirtmek	()	()	()	()	()
23	Güneş kremi sürmeden güneşlenmek	()	()	()	()	()
24	Yüksek bir köprüden bungee-jumping yapmak	()	()	()	()	()
25	Küçük bir uçak kullanmak	()	()	()	()	()
26	Şehrin güvenli olmayan bölgesinde gece evinize doğru yalnız yürümek	()	()	()	()	()
27	Ailenizden uzak bir şehre taşınmak	()	()	()	()	()
28	30'lu yaşlarda yeni bir kariyere başlamak	()	()	()	()	()
29	Ufak bir iş için dışarı çıkılması gerektiğinde küçük çocuğunuzu evde yalnız bırakmak	()	()	()	()	()
30	İçinde 200 dolar olan bir cüzdanı bulup iade etmemek	()	()	()	()	()

() Anketimiz tamamlanmıştır, teşekkür ederiz... ()

EK 2. Ana Boyutlar Arası Korelasyon Sonuçları

		İhracat Başarısı	Bireysel Yenilikçilik	Kontrol Odağı	Girişimcilik Yönelimi	Risk Alma
İhracat Başarısı	Pearson Korelasyon	1	0,14	0,066	0,067	0,068
	Anlamlılık (2-kuyruk)		0,132	0,481	0,476	0,467
	N	117	117	117	117	117
Bireysel Yenilikçilik	Pearson Korelasyon	0,14	1	,608**	,521**	,324**
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,132		0	0	0
	N	117	117	117	117	117
Kontrol Odağı	Pearson Korelasyon	0,066	,608**	1	,594**	,557**
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,481	0		0	0
	N	117	117	117	117	117
Girişimcilik Yönelimi	Pearson Korelasyon	0,067	,521**	,594**	1	,252**
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,476	0	0		0,006
	N	117	117	117	117	117
Risk Alma	Pearson Korelasyon	0,068	,324**	,557**	,252**	1
	Anlamlılık (2-kuyruk)	0,467	0	0	0,006	
	N	117	117	117	117	117

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde (%99 güven aralığında) anlamlıdır (2-taraflı).

EK 3. Alt Boyutlar Arası Korelasyon Sonuçları

		İhracat Başarısı	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Deneyime Açıklık	Risk Alma	Kişisel Kontrol	Şansa Olan İnanç	Çabanın Anlamsızlığı	Kadere İnanç	Adaletsiz Dünyaya İnanç	Kişisel Tutum	Öznel Norm	Algılanan Davranışsal Kontrol	Etik	Mali	Sosyal	Rekreasyonel	Sağlık Güvenlik
İhracat Başarısı	Korelasyon	1	0,041	0,133	0,114	0,034	0,077	0,14	-0,024	-0,087	0,012	0,046	0,114	0,019	0,106	0,07	-0,097	0,081	0,043
	Anl. (2-taraf.)		0,665	0,153	0,221	0,715	0,41	0,131	0,798	0,351	0,9	0,62	0,221	0,838	0,256	0,454	0,297	0,384	0,648
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Değişime Direnç	Korelasyon	0,041	1	-0,054	-0,132	0,018	0,11	,350**	,327**	0,179	,344**	0,033	0,018	0,056	,281**	,214*	-0,034	-0,003	,255**
	Anl. (2-taraf.)	0,665		0,562	0,156	0,847	0,237	0	0	0,053	0	0,722	0,845	0,549	0,002	0,02	0,719	0,977	0,006
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Fikir Önderliği	Korelasyon	0,133	-0,054	1	,426**	,267**	,421**	,254**	0,058	,183*	0,054	,426**	,398**	,301**	-0,114	,211*	,244**	,266**	0,059
	Anl. (2-taraf.)	0,153	0,562		0	0,004	0	0,006	0,532	0,048	0,561	0	0	0,001	0,223	0,022	0,008	0,004	0,525
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Deneyime Açıklık	Korelasyon	0,114	-0,132	,426**	1	0,126	,408**	,193*	0,034	,205*	-0,005	,427**	,409**	,393**	-0,094	-0,094	,305**	0,148	0,018
	Anl. (2-taraf.)	0,221	0,156	0		0,175	0	0,037	0,72	0,026	0,96	0	0	0	0,313	0,315	0,001	0,112	0,847
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Risk Alma	Korelasyon	0,034	0,018	,267**	0,126	1	,211*	0,097	0,019	-0,002	0,015	,330**	0,146	,277**	0,127	,233*	0,052	0,112	0,167
	Anl. (2-taraf.)	0,715	0,847	0,004	0,175		0,022	0,299	0,842	0,987	0,875	0	0,116	0,003	0,172	0,011	0,578	0,229	0,072
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Kişisel Kontrol	Korelasyon	0,077	0,11	,421**	,408**	,211*	1	0,151	-0,139	0,088	-0,155	,408**	,368**	,304**	-0,117	,260**	,491**	,436**	0,113
	Anl. (2-taraf.)	0,41	0,237	0	0	0,022		0,103	0,136	0,348	0,095	0	0	0,001	0,21	0,005	0	0	0,225
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117

Şansa Olan İnanç	Korelasyon	0,14	,350**	,254**	,193*	0,097	0,151	1	,581**	,411**	,470**	,301**	,335**	,426**	,328**	,408**	,199*	,247**	,431**
	Anl. (2-taraf.)	0,131	0	0,006	0,037	0,299	0,103		0	0	0	0,001	0	0	0	0	0,031	0,007	0
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Çabanın Anlamsızlığı	Korelasyon	-0,024	,327**	0,058	0,034	0,019	-0,139	,581**	1	,290**	,675**	0,091	0,135	,237*	,426**	,269**	0,091	-0,019	,350**
	Anl. (2-taraf.)	0,798	0	0,532	0,72	0,842	0,136	0		0,001	0	0,328	0,146	0,01	0	0,003	0,329	0,842	0
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Kadere İnanç	Korelasyon	-0,087	0,179	,183*	,205*	-0,002	0,088	,411**	,290**	1	,336**	,387**	,386**	,299**	-0,05	0,048	0,171	0,053	-0,031
	Anl. (2-taraf.)	0,351	0,053	0,048	0,026	0,987	0,348	0	0,001		0	0	0	0,001	0,593	0,608	0,066	0,571	0,743
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Adaletsiz Dünyaya İnanç	Korelasyon	0,012	,344**	0,054	-0,005	0,015	-0,155	,470**	,675**	,336**	1	,254**	,260**	,252**	,291**	,241**	0,052	-0,016	,297**
	Anl. (2-taraf.)	0,9	0	0,561	0,96	0,875	0,095	0	0	0		0,006	0,005	0,006	0,001	0,009	0,579	0,862	0,001
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Kişisel Tutum	Korelasyon	0,046	0,033	,426**	,427**	,330**	,408**	,301**	0,091	,387**	,254**	1	,573**	,433**	-0,11	0,121	,415**	,229*	0,02
	Anl. (2-taraf.)	0,62	0,722	0	0	0	0	0,001	0,328	0	0,006		0	0	0,237	0,194	0	0,013	0,827
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Öznel Norm	Korelasyon	0,114	0,018	,398**	,409**	0,146	,368**	,335**	0,135	,386**	,260**	,573**	1	,497**	-0,168	0,079	,308**	,321**	0,116
	Anl. (2-taraf.)	0,221	0,845	0	0	0,116	0	0	0,146	0	0,005	0		0	0,071	0,397	0,001	0	0,213
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Algılanan Davranışsal Kontrol	Korelasyon	0,019	0,056	,301**	,393**	,277**	,304**	,426**	,237*	,299**	,252**	,433**	,497**	1	0,051	0,127	,194*	0,144	0,179
	Anl. (2-taraf.)	0,838	0,549	0,001	0	0,003	0,001	0	0,01	0,001	0,006	0	0		0,582	0,172	0,036	0,121	0,053
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Etik	Korelasyon	0,106	,281**	-0,114	-0,094	0,127	-0,117	,328**	,426**	-0,05	,291**	-0,11	-0,168	0,051	1	,374**	-0,128	0,03	,575**
	Anl. (2-taraf.)	0,256	0,002	0,223	0,313	0,172	0,21	0	0	0,593	0,001	0,237	0,071	0,582		0	0,171	0,751	0
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Mali	Korelasyon	0,07	,214*	,211*	-0,094	,233*	,260**	,408**	,269**	0,048	,241**	0,121	0,079	0,127	,374**	1	,193*	,347**	,553**
	Anl. (2-taraf.)	0,454	0,02	0,022	0,315	0,011	0,005	0	0,003	0,608	0,009	0,194	0,397	0,172	0		0,037	0	0
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117

Sosyal	Korelasyon	-0,097	-0,034	,244**	,305**	0,052	,491**	,199*	0,091	0,171	0,052	,415**	,308**	,194*	-0,128	,193*	1	,392**	0,028
	Anl. (2-taraf.)	0,297	0,719	0,008	0,001	0,578	0	0,031	0,329	0,066	0,579	0	0,001	0,036	0,171	0,037		0	0,762
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Rekreasyonel	Korelasyon	0,081	-0,003	,266**	0,148	0,112	,436**	,247**	-0,019	0,053	-0,016	,229*	,321**	0,144	0,03	,347**	,392**	1	,303**
	Anl. (2-taraf.)	0,384	0,977	0,004	0,112	0,229	0	0,007	0,842	0,571	0,862	0,013	0	0,121	0,751	0	0		0,001
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117
Sağlık Güvenlik	Korelasyon	0,043	,255**	0,059	0,018	0,167	0,113	,431**	,350**	-0,031	,297**	0,02	0,116	0,179	,575**	,553**	0,028	,303**	1
	Anl. (2-taraf.)	0,648	0,006	0,525	0,847	0,072	0,225	0	0	0,743	0,001	0,827	0,213	0,053	0	0	0,762	0,001	
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117

** Korelasyon 0.01 (%99 güven aralığında) düzeyinde anlamlıdır (2-kuyruk).

* Korelasyon 0.05 (%95 güven aralığında) düzeyinde anlamlıdır (2-kuyruk).