

**ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**PROAKTİF KİŞİLİĞİN VE KÜLTÜREL DEĞERLERİN
GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ: TÜRKİYE'DEKİ TEKNOPARKLARDA
FAALİYET GÖSTEREN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDE
BİR UYGULAMA**

ALİ MURAT NAKİP

ŞUBAT 2018

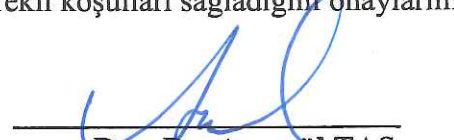
Tez Başlığı: Proaktif Kişiliğin ve Kültürel Değerlerin Girişimciliğe Etkisi: Türkiye'deki Teknoparklarda Faaliyet Gösteren Girişimciler Üzerinde Bir Uygulama

Tezi Hazırlayan: **Ali Murat NAKİP**

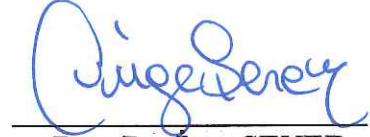
Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı


Prof. Dr. Mehmet YAZICI
Enstitü Müdürü

Bu tezin yüksek lisans derecesi elde etmek için gerekli koşulları sağladığını onaylarım.


Doç. Dr. Ayşegül TAŞ
İşletme Ana Bilim Dalı Başkanı

Bu tez, tarafımdan incelenmiş olup yüksek lisans tezi olarak uygun bulunmuştur.


Doç. Dr. İrge ŞENER
Tez Danışmanı

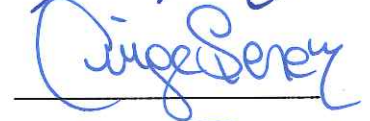
Tez Jüri Tarihi: 06.02.2018

Tez Jüri Üyeleri:

Prof. Dr. Alaeddin TİLEYLİOĞLU (Çankaya Üniversitesi)



Doç. Dr. İrge ŞENER (Çankaya Üniversitesi)



Doç. Dr. Aykut GÖKSEL (Gazi Üniversitesi)



ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, tez çalışmamda bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları bilimsel etik kurallar gözeterek ifade ettiğimi ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.

Adı Soyadı: *Ali Muğat NAKİP*
İmza: *[Handwritten Signature]*
Tarih: *30.05.2018*

ÖZET

**PROAKTİF KİŞİLİĞİN VE KÜLTÜREL DEĞERLERİN GİRİŞİMCİLİĞE
ETKİSİ: TÜRKİYE'DEKİ TEKNOPARKLARDA FAALİYET GÖSTEREN
GİRİŞİMCİLER ÜZERİNDE BİR UYGULAMA**

NAKİP, Ali Murat

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı

Tez Yöneticisi: Doç. Dr. İrge ŞENER

Şubat 2018, 127 sayfa

Geçmişten günümüze önemi katlanarak artmaya devam eden girişimcilik kavramı artık devletlerin ekonomik ve sosyo-kültürel politikalarının temellerini oluşturur hale gelmiştir. Bu nedenle, ülkemizde son yıllarda teknoparkların sayısında ve bu teknoparklarda faaliyet gösteren girişimci sayılarında artış olmuştur. Bu çalışmada, teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler özelinde, girişimcilik faaliyetleri için önemli bireysel özellikler arasında yer alan proaktif kişilik özellikleri ile girişimcilerin kültürel değerlerinin girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan 191 girişimci ile yürütülen anket uygulaması sonucunda elde edilen bulgulara göre proaktif kişiliğin ve proaktif kişiliğin alt boyutları olan pazar ve ürün odaklılık, çalışanlar ile ilişkiler ile vizyonerlik ve belirsizliğin araştırma katılımcılarının girişimcilik özelliklerini pozitif yönde orta düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, kültürel değerler arasından sadece erillik boyutunun katılımcıların girişimcilik özelliklerini pozitif yönde düşük düzeyde etkilediği ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, örneklem kapsamındaki girişimcilerin güç mesafesi, bireycilik ve uzun zaman oryantasyonlu olma değerlerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, bu değerlerin erkekler için kadınlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, proaktif kişilik, kültürel değerler, teknoparklar

ABSTRACT

**EFFECT OF PROACTIVE PERSONALITY AND CULTURAL VALUES ON
ENTREPRENEURSHIP: AN APPLICATION ON ENTREPRENEURS
WORKING AT TECHNOPARKS IN TURKEY**

NAKİP, Ali Murat

M.Sc. Department of Business Administration

Supervisor: İrge ŞENER, Assoc. Prof. Dr.

February 2018, 127 pages

The concept of entrepreneurship, which had become more important day by day, has now become the base of economic and socio-cultural policies of states. Therefore, the number of technopark and entrepreneur operating in these technopark have increased in recent years in our country. In this study, the effect of proactive personality characteristics which is one of the important individual characteristics for entrepreneurship and the effect of the cultural values of entrepreneurs, on their entrepreneurial characteristics are examined for the entrepreneurs that facilitate at technoparks. According to the questionnaire results conducted with 191 entrepreneurs who constitute the sample of the study; it was determined that proactive personality characteristic and its sub-dimensions of which are market and product orientation, employee relations, vision and uncertainty have a positive moderate effect on entrepreneurial characteristics. Moreover, it was found out that among the cultural values, only the masculinity dimension has a low positive effect on entrepreneurial characteristics of the participants. In addition to these findings, it was determined that power distance, individualism and long time orientation values of the entrepreneurs within the sample significantly differ according to their gender, and these results are higher for males than females.

Keywords: Entrepreneurship, proactive personality, cultural values, technoparks

TEŞEKKÜR

Tez yazım sırasında ve tamamlanmasında desteklerinden dolayı değerli hocam ve tez danıőmanım sayın Doç. Dr. İrge ŞENER'e çok teşekkür ederim.

Veri toplama çalıőmalarım ve tez yazım esnasında bana her konuda sabırla yardımcı olan ve her zaman yanımda olduklarını bildiğim arkadaşlarım Nihal TUTAL'a, Müge KUNT'a, kardeőim Dr. Mert NAKİP ve eői Dr. Özlem SARITAŐ NAKİP'e desteklerinden ve gösterdikleri anlayıőtan dolayı teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

KAPAK SAYFASI.....	i
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
BİRİNCİ BÖLÜM	1
1.1.GİRİŞ	1
1.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	3
1.3. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	3
1.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	3
1.5. ARAŞTIRMANIN SAYILTILARI	5
1.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	5
İKİNCİ BÖLÜM.....	6
GİRİŞİMCİLİK, KİŞİLİK ve KÜLTÜR KAVRAMLARI	6
2.1. GİRİŞİM	6
2.2. GİRİŞİMCİ	7
2.3. GİRİŞİMCİLİK.....	9
2.3.1. Türk Toplumunda Girişimcilik Kavramı	12
2.4. GİRİŞİMCİLİK VE TEKNOPARKLAR	15
2.5. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	20
2.5.1. İçsel Faktörler	21
2.5.2. Dışsal Faktörler.....	22
2.6. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ	25
2.6.1. Risk Alma	28
2.6.2. Belirsizliğe Karşı Tolerans	28
2.6.3. Başarma İhtiyacı	30
2.6.4. Kontrol Odağı	31
2.6.5. Kendine Güven	32

2.6.6. Yenilikçilik	33
2.7. KİŞİLİK	33
2.7.1. Kişilik Kavramı	33
2.7.2. Kişiliği Belirleyen Faktörler	35
2.7.3. Beş Faktör Kişilik Modeli	36
2.7.3.1. Dışadönüklük	38
2.7.3.2. Uyumluluk/ Geçimlilik	39
2.7.3.3. Sorumluluk/Öz Disiplin	40
2.7.3.4. Nevrotiklik	41
2.7.3.5. Deneyime/Gelişime Açıklık	41
2.7.4. Kişilik Özelliklerinin Girişimciliğe Etkisi	42
2.7.5. Proaktif Kişilik	44
2.7.5.1. Proaktif Davranış Kavramı	44
2.7.5.2. Proaktif Kişilik	45
2.7.5.3. Proaktif Kişilik Özellikleri'nin Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Benzerlikleri	47
2.8. KÜLTÜR KAVRAMI	48
2.8.1. Kültürel Unsurlar	50
2.8.1.1. Kültürün Maddi Unsurları	50
2.8.1.2. Kültürün Manevi Unsurları	51
2.8.2. Geert Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Modeli	52
2.8.2.1. Bireycilik / Toplulukçuluk	52
2.8.2.2. Güç Mesafesi	54
2.8.2.3. Belirsizlikten Kaçınma	56
2.8.2.4. Dişillik/Erillik	58
2.8.2.5. Uzun-Kısa Zaman Oryantasyonu	59
2.8.3. Kültürün Girişimciliğe Etkisi	60
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	63
3.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	63
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	63
3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER	64
3.4. ARAŞTIRMANIN MODELİ	65
3.5. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI VE TEKNİKLERİ	68
3.6. GÜVENİRLİK ANALİZİ	69
3.7. VERİLERİN ANALİZİ	70

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	71
4.1. BULGULAR VE YORUMLAR.....	71
4.2. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	71
4.3. GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK, PROAKTİF KİŞİLİK VE KÜLTÜREL DEĞERLER SEVİYELERİNE AİT BULGULAR.....	77
4.4. KATILIMCILARIN GİRİŞİMCİLİK, PROAKTİF KİŞİLİK VE KÜLTÜREL DEĞERLER BOYUTLARI PUANLARININ CİNSİYETE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASINA İLİŞKİN BULGULAR.....	78
4.5. GİRİŞİMCİLİK PUANLARININ YORDANMASINA İLİŞKİN REGRESYON ANALİZİ.....	80
4.5.1. Değişkenler Arasındaki İlişkiler ile İlgili Korelasyon Analizi.....	80
4.5.2. Girişimcilik Puanlarının Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi Bulguları	83
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	86
5.1. SONUÇ VE ÖNERİLER	86
KAYNAKÇA.....	92
EKLER.....	108
EK.1. ÖZGEÇMİŞ	108
EK.2. ANKET FORMU.....	109
EK-3. FAALİYETTE OLAN TEKNOPARKLAR	113
EK-4. ALTYAPI ÇALIŞMALARI DEVAM EDEN TEKNOPARKLAR	116

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1 : Girişimci Tanımları.....	7
Tablo 2 : Girişimcilerin Özellikleri ile İlgili Yapılmış Olan Tanımlar.....	27
Tablo 3 : Kişilik Tanımları.....	34
Tablo 4 : Kişilik Özelliklerini Tanımlayan Sıfatlar.....	38
Tablo 5 : Beş Faktör Kişilik Modeli Boyutları ile Proaktif Kişilik İlişkisi.....	48
Tablo 6 : Hofstede'nin Kültürel Değerler Modeli'nin Girişimciliğe Etkisi.....	61
Tablo 7 : Faaliyette Olan Teknoparklardaki İşletmelerin İllere Göre Dağılımı.....	66
Tablo 8 : Anketlere Katılım Sağlayan Girişimcilerin Faaliyet gösterdikleri Teknoparkların Listesi.....	67
Tablo 9 : Kullanılan Ölçeklerin Alt Boyutlarına İlişkin Güvenirlik Sonuçları.....	70
Tablo 10 : Araştırmaya Katılan girişimcilerin Demografik Bilgileri.....	72
Tablo 11 : Katılımcıların Yaş Bilgileri.....	72
Tablo 12 : Katılımcıların Meslek Bilgileri.....	73
Tablo 13 : Katılımcıların İşletmelerinin Kuruluş Yılı Bilgileri.....	74
Tablo 14 : Katılımcıların İşletmelerindeki Çalışan Sayısı Bilgileri.....	74
Tablo 15 : Katılımcıların İşletmelerinin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler.....	75
Tablo 16 : Katılımcıların Mevcut İşletmelerinden Önce kurulan İşletme Sayısı Bilgileri	76
Tablo 17 : Katılımcıların İşletmelerindeki Statü Bilgileri.....	76
Tablo 18 : Katılımcıların 1. ve 2. Derece Yakını Bilgileri	77
Tablo 19 : Girişimcilerin Girişimcilik, Proaktif Kişilik ve Kültürel Değerler Algı Seviyeleri.....	78
Tablo 20 : Girişimcilik, Proaktif Kişilik ve Kültürel Değerler Alt Boyutları Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	79
Tablo 21 : Araştırmada Yer Alan Değişkenler Arasındaki İlişkiler.....	82
Tablo 22 : Proaktif Kişiliğin ve Kültürel Değerler Alt Boyutlarının Girişimciliğe Etkisi.....	83
Tablo 23 : Proaktif Kişiliğin Girişimcilik Alt Boyutlarına Olan Etkisi.....	84
Tablo 24 : Araştırma Hipotezlerinin Kabul ve Ret Durumları.....	85

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:Türkiye'deki Teknoparklar.....	17
Şekil 2:Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	21
Şekil 3: Kişiliği Belirleyen Faktörler.....	36
Şekil 4:Kültürün Unsurları.....	50
Şekil 5 : Araştırma Modeli.....	65



BİRİNCİ BÖLÜM

1.1.GİRİŞ

Girişimcilik kavramı, insanlığın var oluşu kadar eski bir geçmişe sahip olup, günümüze kadar geçen süre zarfında her dönemde farklı nitelikler kazanarak gelişimini sürdürmüş ve özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte, uygarlığın gelişiminde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Günümüz bilgi toplumunda insan gücünün üretim üzerindeki etkisi azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki etkisinin artmasıyla birlikte, girişimciler yeni fikirler ve üretim faktörlerini bir araya getirerek üretim gerçekleştirmeye başlamıştır (Aşkın, Nehir, ve Vural, 2011). Girişimci denince parası olan iş kurma niyetini gerçekleştiren insanlar aklımıza gelmemelidir. Çünkü bu şekilde girişimci kavramı eksik kalmaktadır. Bilgi sahibi, kaynak yaratan, gözlem yapabilen, fırsatları önceden tespit edebilen ve bu fırsatları makul riskler alarak değerlendiren insanlar girişimci olarak kabul edilmelidir. Diğer taraftan modern işletme literatürüne göre, doğal kaynaklar, emek ve sermayeden oluşan üretim faktörlerini bir araya getirerek düzgün bir şekilde üretime yönelen girişimci ise dördüncü ve en önemli üretim faktörü olarak kabul edilmektedir (Marangoz, 2016).

Girişimciliğin, ekonomiye olan etkisi ile birlikte siyasal ve sosyo-kültürel hayat için de önemli bir etkisi vardır. Bu öneminden dolayı devletler tarafından işsizliği ve yoksulluğu önleme politikası olarak benimsenmiş olup, ekonomik büyümenin dinamosu olarak kabul edilmiştir. Toplumdaki bireylerin girişimciliğe yönlendirilmesi, sermayenin birikimi ve bu sermayenin tabana yayılmasının sağlanması açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla toplumdaki bireylerin girişimciliğe ve üretime yönlendirilmesi toplumsal istikrar ve barış için gereklidir. Bu nedenle girişimciliğin teşvik edilmesini amaçlayan birçok uluslararası ve ulusal organizasyonlar kurulmuştur.

Girişimcinin en önemli fonksiyonlarından bir diğeri ise yenilik yaratmaktır. Girişimci bu fonksiyonuyla yenilikleri ekonomiye kazandırmakta ve bu sayede piyasadaki rekabet baskısını arttırarak diğeri firmaları yenilik yapmaya zorlamaktadır. Bu durumda girişimciyi değişimi harekete geçiren güç olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Bu sayede girişimci yeni endüstrilerin doğmasına ve farklı sektörlerin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Sonuç olarak ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır.

Yakın geçmişten günümüze yaşanmakta olan ekonomik ve teknolojik gelişmeler yeni bir kişilik özelliği olan proaktif kişiliğın doğmasına neden olmuştur. Proaktif kişilik özelliği gösteren bireyler yalnızca arayış içinde olup emek sarf etmez, aynı zamanda farklı bir usul geliştirerek yenilik yaratırlar. Dolayısıyla bu tip bireyler, yeni fırsatların sermayeye dönüştürülmesinde, kazanç sağlamada ve ilerlemede neyin ve niçin gerekli olduğunu görerek pozitif değişime yön veren insanlardır. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde ve proaktif kişilik özellikleri göz önünde bulundurulduğunda bu tip bireylerin diğerilerine nazaran daha fazla girişimsel hareketlerde buldukları görülmüştür (Konaklıoğlu ve Kızanlıklı, 2011).

Dünyada ve ülkemizde teknolojiye dayalı yenilikçi girişimciliğın merkezi konumuna gelen teknoparklar, 1950'li yıllarda üniversite-sanayi ortaklığı ile Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulmuş ve hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Ülkemizde 1980'li yıllarda popülerlik kazanmaya başlayan üniversite-sanayi ortaklığı, sağlamış olduğu avantajlar ve muafiyetler sayesinde girişimcilerin ilgi odağı olmuştur. Bu araştırmada; Türkiye'de bulunan teknoparklardaki hâlihazırda girişimcilik faaliyetini gerçekleştirmiş olan girişimcilerin, proaktif kişilik özelliklerinin ve kültürel değerlerinin, girişimcilik özelliklerine olan etkisini tespit etmek amaçlanmıştır.

Teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin, kültürel değerlerinin ve proaktif kişilik özelliklerinin, girişimcilik özelliklerine etkisini inceleyen bu çalışma giriş bölümü ile birlikte beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, çalışma ile ilgili genel bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde girişimcilik ile ilgili literatür incelenmektedir. İkinci bölüm dâhilinde, girişim, girişimci ve girişimciliğın tanımları, Türk toplumunda girişimcilik kavramı, teknoparkların gelişimi ve girişimciliğe olan

etkisi, girişimciliği etkileyen faktörler ve girişimcilik özelliklerine dair çalışmalara değinilmiş, ardından kişilik kavramı ve tanımı, kişiliği belirleyen faktörler, Beş Faktör Kişilik Modeli, kişilik özelliklerinin girişimciliğe etkisi, proaktif davranış kavramı, proaktif kişilik kavramı ve tanımı ve proaktif kişilik özellikleri ile Beş Faktör Kişilik Özellikleri arasındaki benzerlikler incelenmiş, son olarak kültür kavramı ve tanımı, kültürel unsurlar, Geert Hofstede'nin kültürel değerler modeli, kültürel değerlerin girişimciliğe etkisi incelenmiştir. Üçüncü bölümde araştırma yöntemi, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, verilerin analizleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Dördüncü bölümde, istatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgular ile ilgili yorumlar yer almaktadır. Beşinci bölümde ise araştırmanın sonuçları değerlendirilerek, sonuçlar ve önerilere yer verilmiştir.

1.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Problem Cümleleri:

1. Teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin proaktif kişilik özelliklerinin girişimcilik düzeyi üzerinde etkisi nedir?
2. Teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin kültürel değerlerinin girişimcilik düzeyi üzerinde etkisi nedir?

1.3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın temel amacı; Türkiye'de bulunan teknoparklarda faaliyet gösteren işletmelerin sahipleri veya ortakları olan girişimcilerin kültürel değerlerinin ve proaktif kişilik özelliklerinin, girişimcilik seviyelerine olan etkisinin incelenmesidir.

1.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Girişimcilik; günümüzde ekonomik kalkınma aşamasında yeni iş fikirleri geliştirerek istihdam yaratma, yenilikçi ürün ve hizmetler sunma, bu sayede rekabeti

arttırarak kaliteyi yükseltme gibi önemli roller üstlenmiştir. Bu özellikleri sayesinde ekonomik hayatın yanı sıra siyasal ve sosyo-kültürel yaşamın da dinamik bir gücü olan girişimcilik, bu önemi sayesinde devletler tarafından desteklenmesi gereken bir değer haline gelmiştir. Bu bilgiler ışığında bireylerin girişimci özellikleri üzerinde hangi unsurların etkili olduğunun incelenmesi önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın kapsamı dâhilinde, Türkiye'de bulunan teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin, proaktif kişilik ve kültürel değerlerinin girişimcilik özelliklerini ne seviyede etkilediği sorgulanmaktadır. Ayrıca bu araştırma ile teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin, girişimcilik düzeyi, proaktif kişilik özellikleri ve kültürel değerlerinin alt boyutları ile incelenmesi amaçlanmıştır. Bu sayede teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcileri, girişimde bulunmak için hangi özelliklerinin etkilediği ile ilgili bilgi sahibi olunması hedeflenmiştir.

Araştırmanın teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik seviyesini incelemesinden dolayı "işletme" literatürü kapsamına dâhil edilerek kuramsal ve uygulamalı bilimsel bilgi birikimine katkı sağlaması amaçlanmıştır. Bu noktadan hareketle; girişimcilik ile ulusal literatürde çok sayıda araştırma yapıldığı tespit edilmiştir. Ulusal literatür incelendiğinde, öğrencilerin girişimcilik niyetleri veya eğilimleri ve okullarda girişimcilik eğitiminin nasıl olması gerektiği (Aktürk, 2012; Alaybeyoğlu Küçük, 2014; Avşar, 2007; Barutçu ve İrmış, 2012; Bilge ve Bal, 2012; Bozkurt, 2006; Bozkurt ve Erdurur, 2013; Ö. Ç. Bozkurt, Kalkan, Koyuncu, ve Alparslan, 2012; Börü, 2006; Çarıkçı ve Koyuncu, 2010; Doğan, 2013; Duygulu, 2008; Güler, Bozacıve Karakaya, 2016; İbicioğlu, Özdaşlıve Alparslan, 2009; İpçioğlu ve Taşer, 2009; Karabulut, 2009; Kılıç, Keklikve Çalış, 2012; Konaklıoğlu ve Kızanlıklı, 2011; Korkmaz, 2012; Kuvan, 2007; Ören ve Biçkes, 2011; Örucü, Kılıçve Yılmaz, 2007; Ulucan, 2015; Uygun, Meteve Güner, 2012; Yıldız ve Kapu, 2012) ile ilgili araştırmaların mevcut olduğu, çalışmaların çoğunluğunda araştırmanın örneklemini öğrencilerin, diğer bir ifade ile potansiyel girişimcilerin oluşturduğu görülmektedir. Teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler, az sayıda araştırmaya (Ataman, 2008; Başalp, 2010; Görkemli, 2011; Gülbaş, 2011; Halıcı, 2005) konu olmuştur. Bu kapsamda, bu çalışma ile öncelikle tekno-girişim sektöründe faaliyet

gösteren girişimciler özelinde tespit edilen bulgular ile ulusal literatüre katkıda bulunulması amaçlanmaktadır.

1.5. ARAŞTIRMANIN SAYILTI LARI

Araştırmanın sayıltıları aşağıdaki gibidir:

1. Araştırma evrenini Türkiye'de teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler oluşturmaktadır. 191 girişimciden oluşan örneklem gurubunun evreni temsil edebilecek nitelik ve nicelikte olduğu varsayılmıştır.
2. Kullanılan istatistiksel tekniklerin ve yapılan analizlerin araştırma amacına uygun olduğu varsayılmıştır.
3. Ankete katılan katılımcıların anket sorularını doğru algıladıkları ve doğru cevapladıkları varsayılmıştır.

1.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu araştırma, öncelikle araştırmaya katılan 191 girişimcinin görüşleri ile sınırlıdır. Bunun yanı sıra, araştırma evrenini Türkiye genelinde teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler oluşturmaya rağmen, örneklemin çoğunluğunu Ankara'da bulunan teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler oluşturmaktadır. Diğer illerde bulunan teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin bundan sonra yapılacak araştırmalarda örneklem kapsamında dâhil edilmesi araştırma bulgularının genellenebilirliği için önemlidir. Örneklem ile ilgili bu sınırlılıklarının yanı sıra, bu araştırma ayrıca varsayımların karşılandığı veri analizi teknikleri ve araştırmada kullanılan ölçekler ile sınırlıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK, KİŞİLİK ve KÜLTÜR KAVRAMLARI

2.1. GİRİŞİM

Girişim kavramı, Türk Dil Kurumu'na göre, bir işe girişme, teşebbüs olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Sözlük tanımı dışında girişim, araştırmacılar tarafından birçok farklı şekilde tanımlanmıştır. Bu araştırmacılardan bazılarının göre girişim, doğa, sermaye ve emeğin bir araya getirilmesinden meydana gelen bir bütün olarak tanımlanmıştır. Kimilerine göre de girişim, diğerlerinin gereksinimlerinin devamlılığını sağlayarak ve bu gereksinimleri sağlamak üzere, pazarı olan ve pazarda fiyatlanan ekonomik ürün ve hizmetleri oluşturmak ve girişimciye getiri sağlama amacı güden bir işletme veya girişimcilerin ticari hareketlerini gerçekleştirmek hedefiyle hazırlanmış oldukları ekonomik birim olarak tanımlanmıştır (Soydan, 2011). Girişim, girişimcilerin ticari hareketlerini olgunlaştırmak amacıyla kurdukları belirli bir örgütsel, ekonomik, yasal ve finansal niteliklere sahip ekonomik birimlerdir (İGİAD, 2008).

İnsanlar ancak istekleri gerçekleşir ve ihtiyaçları doyuma ulaşırsa mutlu olurlar. Bu ihtiyaçların giderilebilmesi için üretim faktörlerini bir araya getiren girişimlerin insanların hizmetine sunulması gerekmektedir (Akpınar, 2011). Bu girişimler, genellikle iki değişik yaklaşım ile ele alınmaktadır. İlkinde girişim kavramı; somut bir bakış açısıyla, ürün veya hizmet üretmek veya üretim faktörlerinin bir araya toplandığı, üretim aşaması neticesinde ürün veya hizmetlerin üretildiği, ekonomik, teknik ve hukuki üniteler olarak açıklanmaktadır. İkincisinde ise, girişim kavramı soyut bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Söz konusu bakış açısıyla girişim, girişimcilerin bir işletme tesis etme niyetiyle gösterdikleri gayretleri ve üstesinden gelmeye çalıştıkları güçlükleri kapsamaktadır (Dolgun, 2003).

2.2. GİRİŞİMCİ

Latince “intare” kökünden gelmekte olan girişimci kavramı İngilizce’de de “enter” giriş ve “pre” ilk kelimelerinin birleşiminden oluşan “entrepreneur” (ilk girişen) olarak kullanılmaktadır (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007). Türk Dil Kurumu’na göre girişimci ise, “üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse, müteşebbis” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Bununla birlikte Ekonomi Bilimi’nin kurucularından olan Adam Smith, girişimci ile kapitalisti aynı kefeye koymuştur. XIX. yüzyılda oluşan Neo-Klasik ekonomi akımı da bu görüşü kabul etmiş ve girişimciyi işletmenin yöneticisi olarak değerlendirmiştir (Çetindamar, 2002).

Zaman içerisinde bilim adamları tarafından birçok farklı girişimci tanımı yapılmıştır. Literatürde kabul görmüş olan girişimci tanımlarından dikkat çekenleri kronolojik olarak Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Girişimci Tanımları

Araştırmacı	Tanım-Görüşler
Richard Cantillon (1725)	Girişimci, tedarik edilen sermayeden farklı olarak risk alan kişidir.
Beaudeau (1797)	Girişimci, risk alan, planlayan, denetleyen, örgütleyen ve sahip olan kişidir.
Jean Baptiste Say (1803)	Girişimcinin kazancı, sermayenin getirisinden ayrılmıştır.
Joseph Schumpeter (1934)	Girişimci yenilikçidir ve denenmemiş teknolojiler geliştirir.
David McClelland (1961)	Girişimci enerjik ve makul derecede risk alan kişidir.
Peter Drucker (1964)	Girişimci fırsatları maksimize eden kişidir.
Albert Shapero (1975)	Girişimci inisiyatif alır, bazı sosyal ve ekonomik mekanizmaları organize eden, başarısızlık riskini kabul eden kişidir.
Robert Hisrich (1985)	Girişimci, farklı değerde bir şeyler yaratma sürecinde, gerekli sabır ve gayreti sarf eden, bununla birlikte yaşanabilecek finansal, psikolojik ve sosyal riskleri varsayarak, parasal ve kişisel tatmin kazancı elde eden kişidir.

Kaynak: R. D. Hisrich ve Peters, 1992; Korkmaz, 2012

Girişimci kavramı, birçok bilim adamı tarafından farklı şekillerde tanımlanmış olmasına rağmen, hemen herkes bu kavram için belirleyici üç önemli husus olduğu konusunda ortak kanaata varmıştır. Bahse konu üç husustan ilki; kendi yaşam stilini değiştirme cesaretini gösterebilmek, ikincisi ulaşabildiği kaynak ve yetenekleri en uygun şekilde organize ederek sosyal, ekonomik ve bireysel çerçevede farklı değerler yaratabilmek, son olarak da hayal gücünü kullanarak, problemleri çözebilmek ve tüm bunların karşılığında da maddi ve manevi ödül ile başarısızlığı göze alabilmektir (Top, 2006). Girişimciyi diğer insanlardan farklı kılan bu özelliklerin haricinde, girişimci tanımı mesleklere göre de farklılık göstermektedir. Bir ekonomist girişimciyi; önceden yaratmış olduğu değerlerden daha büyük değerler yaratmak için üretim faktörlerini ve diğer varlıkları bir araya toplayan, değişiklikler ve yenilikler ile birlikte yeni düzen oluşturan kişi olarak tanımlar. Bir psikolog ise, genellikle bir şeyleri elde etme, tecrübe etme ve başarıya ihtiyacı duyan ve diğerlerinin otoritesinden kaçma gibi dürtülerin yönlendirdiği kişi olarak tanımlar. Bir iş adamı ise, agresif bir rekabetçi ve rakipleri için büyük bir tehdit olarak tanımlarken, başka bir iş adamı için aynı girişimci; müttefik, tedarik kaynağı, müşteri veya diğerleri için refah yaratan kişidir (Hirsch ve Peters, 1989).

Joseph Schumpeter, "The Theory of Economic Development" isimli kitabında girişimci ile yenilik kavramını bir arada değerlendirerek, girişimcilik literatürüne en önemli katkıyı yapan kişi olarak bilinmektedir (Aidis, 2003). Schumpeter, girişimci ve yenilik arasındaki benzersiz ilişkiye dikkat çekerek daha önceki birçok kuramın tersine ekonomik kalkınma sürecinde girişimciye önemli bir rol biçmiştir. Schumpeter'e göre, ekonomik kalkınmanın enerji kaynağı olan girişimcinin işlevi yenilik yapmak veya yeni kombinasyonlar üretmektir (O'Farrell, 1986). Sonuç olarak Schumpeter'in girişimcisi, sermayesini riske eden bir kapitalist değil, üretim alanında yeniliklerin gerçekleşmesini sağlayan bir insan tipidir (Kızılkaya, 2004).

Konu ile ilgili literatürü incelediğimizde, herkesin onayladığı tek bir girişimci tanımının olmadığı görülmektedir (Kılıç ve diğerleri, 2012). Özellikle bilim adamları; girişimciliğin risk alma, üretim faktörlerini bir araya getirme ve yenilikler ortaya çıkarma gibi nitelikleri üzerinde durmuştur. Bu durum, bir taraftan araştırmacıların subjektif veya objektif şartlarındaki farklılıklardan, diğer taraftan da girişimci

kavramının bünyesinde barındırdığı farklı özellikler nedeniyle, farklı bilim alanlarının farklı görüşler ile konuya değinmelerinden kaynaklanmaktadır (Kumral, 1993).

2.3. GİRİŞİMCİLİK

Kavramsal açıdan girişimci ve girişimcilik birbirinden farklı olmasına rağmen, aynı zamanda birbirleriyle de ilişkili olan kavramlardır. Girişimcilik kavramı bir süreci ifade ederken, girişimci o süreçte rol alan en önemli karakteri ifade etmektedir (Dulupçu ve Özkul, 2007). Girişimcilik, hem bir girişim kurma hem de var olan örgütlerde fırsat kollama, değişim getirme, yenilik ve yaratıcılık yapma sürecidir (Naktiyok ve Bayrak Kök, 2006).

Girişimci olma durumu olarak tanımlanan girişimcilik düşünce, kabiliyet, bilgi ve sermayenin bir araya getirilmesini zorunlu kılmaktadır (Türk Dil Kurumu Resmi Web Sitesi, 2017). Girişimcilik süreci, belirsiz, riskli ve ara sıra da rastgele olabilmesine rağmen, her zaman dinamikliğini koruyan bir olgudur. Bu nedenle tarihsel süreçte girişimcilik tanımıyla ilgili farklı görüşler mevcuttur (Taşkın, 2008).

Önceleri girişimcilikle ilgili araştırmalar, insanın girişimci olma nedenlerine odaklanmasından dolayı konuyla ilgili ilk dönem çalışmalar girişimcinin kişilik özelliklerine yönelmesine rağmen ilerleyen zamanlarda kişilik özelliklerinin girişimcinin niteliklerini açıklamak için yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır (William, 1988). Dolayısıyla girişimcilik, bünyesinde çok sayıda unsur bulundurması nedeniyle, farklı açılardan incelenmesi gereken bir kavramdır. Diğer bir deyişle girişimcilik net bir şekilde girişimcinin kendisiyle, onun temellerini attığı oluşum ile ve hem kendisinin hem de kurduğu oluşumun mensubu olduğu sosyal, ekonomik, kültürel, fiziki çevreyle bir bütündür (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010, s.17).

Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan Avrupa'da Girişimcilik konulu Yeşil Kitap (2003) isimli raporda girişimciliğin öncelikle bir zihniyet olduğu belirtilmiştir. Bu doğrultuda girişimcilik, bağımsız veya organizasyon içerisindeki bir insanın, fırsat yakalamak, yeni bir olgu meydana getirmek ya da ekonomik başarı sağlayabilmek için bahse konu fırsat üzerinde yoğunlaşma motivasyonu ve kapasitesi

olarak tanımlanmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2003).

Girişimcilik kavramına iktisadi anlamı yükleyen ilk kişi olan Fransız ekonomist Richard Cantillon, girişimciliğin özellikle belirsizlik karşısında risk alabilme işlevine vurgu yapmıştır (Candan, 2011). Hisrich'e (1985) göre girişimcilik ise, parasal ve kişisel tatmin karşılığında finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek, gerekli zaman ve çabayı harcayıp farklı değerde mal ve hizmet yaratma sürecidir (Aktaran: Nielsen, Peters ve Hisrich, 1985).

Diğer bir iktisatçı Jean Baptiste Say (1803) ise üretim faktörlerini dâhil ederek girişimciliğin anlamını genişletmiştir (Philipsen, 1998). Say'dan sonra, bilindik üretim faktörlerinden farklı olarak girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004). Söz konusu yaklaşım özellikle Neo-Klasik İktisat Teorisi içerisinde kabul görmüştür. Mülk ile kabiliyetin aynı kişide bulunmayabileceği gerçeği bu kavramın destek noktasını oluşturmaktadır. Bir kişi, hem emek hem sermaye sahibi olup hem de girişimci ise, söz konusu girişimden elde ettiklerinin hepsi, girişimciliğin ödülü olarak görülemez. Girişimciliğin farklı bir üretim faktörü olarak değerlendirilmesinin ana nedenlerinden birisi; kazanılan getiri içerisinde bu tarz bir maliyetin de bulunuyor olmasıdır (Gürbüz, 2006).

Knight (1921) ise, Cantillon'un girişimcilik teorisini zenginleştirmiştir. Knight'e göre girişimcinin ana görevi, gelecekte oluşacak şartlar hakkında tam bilgiye sahip olmaksızın, neyin ne şekilde yapılması gerektiğine karar vermektir, yani Knight'ın girişimcisi bütün belirsizliğe katlanarak toplumda birikime katkı sağlar (Nijkamp, 2003; Van Praag, 2005).

Avusturyalı iktisatçı Joseph Schumpeter (1934) girişimcilik ile yenilik kavramlarını özdeşleştiren en önemli bilim adamlarındandır. Bununla birlikte Schumpeter'in girişimciliğin ekonomik kuramının oluşturulmasında önemli katkısı bulunmuştur. Schumpeter'in bu konudaki çıkış noktası ekonominin bir sistem olduğu ancak değişimlerin Neo-Klasik kuramını destekleyen bilim adamlarının değindiği gibi dışarıdan değil içeriden geldiği şeklindeki hipotezidir. Bu değişimlerin meydana gelmesini sağlayan ise girişimcilerin bizzat kendileridir. Schumpeter, "Theory of

Economic Development" başlıklı kitabında, girişimci ruhlu yeni şirketlerin kendilerine göre daha az yenilikçi olan şirketlerin yerine geçecekleri ve dolayısıyla bir yaratıcı yıkıma sebep olarak ekonomik gelişmenin hızını arttırdıkları hipotezini üzerinde durmaktadır (Audretsch, 2003). Schumpeter (1942) "Capitalism, Socialism, and Democracy" isimli kitabında ise girişimciliği, ekonomik yapı içerisinde sürekli devrim yaparak eski olanı yok etmek ve yeni bir şey yaratmak, dolayısıyla piyasa kapitalizminin lokomotif gücü olarak tanımlamaktadır (Hannafey, 2003).

"Günümüz işletmecilik anlayışında girişimcilik ise; yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık, gelişim odaklı olma gibi olgularla tanımlanmaya çalışılmaktadır" (Arıkan, 2002, s.54). Söz konusu tanımlarda girişimciliğin üç temel ögesi üzerinde durulmaktadır. Bu ögeler; yenilik getirme, risk alma ve proaktif olmaktır. Yenilikçilik, problemlere ve gerekliliklere kreatif, bilinmedik ve değişik çözümler bulunmasıdır. Söz konusu kavram farklı ürün ve hizmetlerde görüldüğü gibi, farklı teknoloji ve süreçleri içermelidir. Hesaplanabilir seviyede risk alma, kabul edilebilir bir başarısızlık maliyetinin doğma ihtimali olan fırsatlara ciddi düzeyde kaynak transfer edilmesi ile ilgilidir. Proaktiflik ise, planlanan hedeflere ulaşabilmek için neye ihtiyaç duyuluyorsa yapılması anlamına gelmektedir (Morris ve Lewis, 1995).

Girişimcilik eğilimi; bireyin hâlihazırda var olan ilgisini ve hareketlerini başkası için çalışmaktansa kendi kendini istihdam etme doğrultusunda yönlendirme yapması olarak tanımlanmaktadır (Börü, 2006). Diğer bir tanıma göre ise girişimcilik eğilimi, bireysel faktörlerle çevresel faktörlerin bir araya gelerek bireylerin kendi işini kurma konusundaki şevk ve istikrarı olarak belirtilmektedir (Okudan ve Rzasa, 2006). Konu ile ilgili yapılmış olan bazı araştırmalar incelendiğinde yeni bir girişim meydana getirme eğiliminin hâlihazırda yaşam şekli, gelişimi, çevresel faktörler, iş deneyimi gibi farklı ögeler ihtiva eden durumsal itme ve çekme etmenleri sonucunda oluştuğu görülmektedir. Kimi insanlar, iş bulamamaları, işi olsa bile işinden memnun olmamaları ve kariyerlerinin planladığı gibi gelişmemesinin etkisi ile girişimcilik faaliyeti göstermemektedirler. Kimi ampirik çalışmalar da bu görüşü savunmakta ve girişimcileri yanlış işte çalışan, toplum tarafından istenmeyen, iş değiştirenler olarak üç sınıfa ayırmaktadırlar. Ayrıca kimi bireyler ise kendini geliştirme ve farklı iş

olanaklarını araştırma cesareti gibi pozitif unsurlar tarafından girişimcilik eğilimine yönlendirilmektedir (Mueller ve Thomas, 2001).

Girişimcilik ile ilgili literatür incelendiğinde, bahse konu kavramın çok sayıda farklı ögeden oluştuğu ve evrimini henüz tamamlamadığı görülmektedir. Bu nedenle zaman içerisinde girişimcilik birçok değişik şekilde tarif edilmeye çalışılmıştır. Bu olguyu oluşturan öğeler, girişimcilik olayının meydana geldiği çevresel ortam ve şartlara göre şekillenmektedir. Bu nedenle girişimciliğin Türk toplumundaki gelişiminin incelenmesi, konunun anlaşılır kılınması için önem arz etmektedir.

2.3.1. Türk Toplumunda Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı, insanlığın var oluşu kadar eski bir geçmişe sahip olup, günümüze kadar geçen süre zarfında her dönemde farklı nitelikler kazanarak gelişimini sürdürmüş ve özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte, uygarlığın gelişiminde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Günümüz bilgi toplumunda eskiye nazaran farklı boyutlarıyla karşımıza çıkan girişimcilikle birlikte, yeni fikirler ve üretim faktörleri bir araya getirilerek üretim gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Aşkın ve diğerleri, 2011). Türk Toplumunda ise, girişimcilik tarihi Malazgirt Meydan Muharebesi'ne dayanır. Türk tarihi için önemli olan bu zaferden sonra Türkler Anadolu'ya gelerek yerleşik toplum düzenine geçmişler ve ticaret konularında oldukça ileriye gitmişlerdir. Ancak Osmanlı Dönemine geldiğinde uygulanan politikalardan dolayı Türk kökenli halk ticaretten, dolayısıyla girişimcilikten uzaklaşmaya başlamıştır (Durukan, 2006).

Alman iktisat tarihçisi W. Sobart devletleri “Tüccar Toplumlar” ve “Asker Toplumlar” olarak iki farklı şekilde sınıflandırmıştır. Türk toplumunun Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet sonrası dönemine bakıldığında, özellikle son yıllara kadar olan süreçte kolaylıkla ikinci gruba girdiği söylenebilir. Sonrasında ise bu durumun değişmeye başladığı ve özellikle genç nüfusun girişimciliği cazip bir meslek olarak kabul ettiği görülmektedir (Tamer, Asude ve Yağmur, 1996).

Cumhuriyet öncesi dönemde Osmanlı İmparatorluğu'ndaki girişimcilik hareketleri incelendiğinde, İmparatorluğu oluşturan toplum grupları arasında adeta bir

iş bölümüne gidilerek, Türklerin ticaret dışında bırakıldığı gözlemlenmiştir. Osmanlı İmparatorluğunda ticaret işini daha ziyade Rum, Yahudi, Ermeniler ve Levantenler sahiplenmişken, Türkler ise çoğunlukla askerlik, tarım, ulemalık ve bürokratik gibi işlere yönlendirilmişlerdir (Tamer ve diğerleri, 1996). Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerine denk gelen Sanayi Devrimi'nden sonra da batıyla daha yakın ilişkide olan ve bilgi alışverişinde bulunan girişimciler yine Yahudi, Rum, İtalyan asıllı Türk vatandaşlarıdır. Dolayısıyla Türk kökenli vatandaşlar yanlış politikalarla dolaylı, Sanayi Devrimiyle birlikte dünya genelinde ve özellikle Avrupa'da yükseliş trendine geçen girişimcilik akımından yeteri kadar etkilenmemişlerdir (Arıkan, 2002). Bu olumsuz durumu düzeltmek ve Müslüman bir girişimci sınıf yaratmak için vergi muafiyeti gibi bazı yasal düzenlemelerde bulunulmuştur. Bu uygulamaların ve Ermeni olaylarının sonucunda oluşan boşluk Müslüman iş adamları tarafından doldurulmuştur (Kahraman, 2006). Ancak bu yönlendirme ve teşviklere rağmen Müslüman halkın ticarete olan ilgisi belirli bir seviyenin üzerine çıkarılamamıştır (Akın, 2003).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasını müteakip Kurtuluş Savaşında kazanılmış olan siyasal özgürlüğün yanında ekonomik özgürlüğünde kazanılması için bir ulusal girişimciler grubu oluşturulması çabasına girilmiştir (Arıkan, 2002). Bu dönem ulusal ekonominin kurulması dönemidir. Bu dönemde yabancıların farklı sektörlerdeki üstünlükleri ortadan kaldırılmaya çalışılırken, ulusal girişimciliği desteklemek amacıyla da bir takım tedbirler alınmıştır (Dansık, 2001). Böylece Türkiye'deki ilk girişimcilik hareketleri bizzat devlet imkânlarıyla ortaya konmaya başlanmıştır. Devlet bir yandan Türkiye'nin farklı şehirlerinde fabrikalar inşa edip klasik üretim şekillerini sanayi seviyesine çıkarmaya çaba harcarken, bir yandan da öz kaynaklarını kullanarak girişimciliği desteklemiş ve yaygınlaşmasını sağlamıştır. Fakat ilerleyen zamanda uluslararası düzeyde yaşanan savaşlar ve krizler tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de girişimcilik kültürünün yerleşmesi için gerekli olan ortamın oluşmasını engellemiştir. Dolayısıyla bu süreçte Türkiye'de girişimci sayısı olması gerektiği gibi artmamıştır (İrmiş ve diğerleri, 2010).

1950'li yıllardan sonra tekrar hususi girişimlerin gelişmesi için ülkede yeni imkânlar ortaya çıkarılmaya çaba harcanmıştır. Özellikle bugün de faaliyette bulunan birçok işletmenin temelleri bu dönemde atılmıştır. İlk sanayileşme hareketleri Ankara,

İstanbul, İzmir ve Adana gibi dört büyük ilde kendini göstermeye başlamıştır. Dünya genelinde serbest piyasa ekonomisindeki büyüme ile aynı zamanda Türkiye’de de ithal ikamesini hedefleyen kalkınma politikalarından vaz geçilerek ihracata öncelik veren kalkınma politikaları geliştirilmeye karar verilmiştir ve bu sayede hususi girişimler artmaya başlamıştır. Devlet destekleriyle de birlikte, gelişmiş illere nazaran daha az gelişmiş olan Konya, Kayseri, Denizli, Gaziantep, Malatya ve Kahramanmaraş gibi Anadolu şehirlerinde yeni bir girişimci sınıf yaratılarak, sanayide gelişme amaçlanmıştır (İrmiş ve diğerleri, 2010, s.90). Ancak 1974 yılında icra edilen Kıbrıs Barış Harekâtı ve ardından gelen ambargo, petrol krizi, yüksek enflasyon, siyasal ve ekonomik istikrarsızlık, döviz sıkıntısı ve dışa açık olmama gibi olumsuzluklar girişimcilik üzerinde negatif etki oluşturmuştur (Dansık, 2001).

1990’lı yıllara gelindiğinde ise, kronik yüksek enflasyon ve ekonomik belirsizlik, faize dayalı para kazanma, mali piyasalarda devletin etkinliğini sürdürmesi, bürokratik işlemlerin zaman alması gibi olumsuzluklar (Müftüoğlu, 2000) yüzünden girişimcilik istenilen düzeye ulaşamamıştır. Ancak, Türkiye’de yaşanan bu olumsuzluklara karşın girişimcilik artış göstermeyi sürdürmüştür. Gümrük Birliği’ne girilmesiyle beraber, girişimciler artan rekabetle mücadele edebilenin yollarını aramaya başlamışlar, uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek amacıyla yabancı dil öğrenen, dış pazarlarda etkili bir şekilde mal satabilmek amacıyla yeterli bilgi dağarcığına sahip olmasının ne kadar önemli olduğunun farkında olan farklı bir girişimci tipi oluşturulması amacıyla uluslararası pazarlama için önem arz eden, kalite ve verimliliğe sahip, rekabet gücünü artırıcı teknolojik gelişmeleri takip eden bir girişimci tipi ortaya çıkmıştır (Tokgöz, 2001, s.9).

2000’li yıllarda ise, girişimcinin ve girişimciliğin toplumsal ve ekonomik açıdan öneminin artmasını bilişim ve teknoloji sektöründe yaşanan gelişmelere bağlayabiliriz. Bu gelişmelerin ışığında bireye ve bireysel kabiliyete bağlı girişimcilik popülerlik kazanmış olup, bununla birlikte insanın entelektüel üretkenlik yeteneği önem kazanmıştır (Gödek, 1994, s.39-40). Dolayısıyla beyin gücü ve girişim ruhu zamanımızın girişimcileri için diğer bütün etmenlere göre daha kritik konuma gelmeye başlamıştır, söz konusu girişimcinin ilgi duyduğu iş alanları da önceye nazaran değişmiş olup, yenilik, Ar-Ge ve icat gibi kavramlar girişimcilik olgusunun değişmez

parçaları haline gelmiştir (Halıcı, 2005).

Bu kapsamda geliştirilecek üniversite-sanayi işbirliği ile üniversitede üretilen bilginin sanayiye aktarımı ve sanayiden de üretime ve topluma yansımaları sağlanacaktır. XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüm dünyada giderek yayılan üniversite-sanayi işbirliğinin temelinde, ortak girişimle, sanayiye yönelik Ar-Ge faaliyetlerini gerçekleştirme, endüstriyel yenilenmeyi güçlendirme ve ülkelerin rekabet gücünü artırma olgusunun kabul edilmesi yatmaktadır (Gül, 2009). Ancak girişimcilik algısında yaşanan değişime rağmen, teknolojik gelişmelere duyarlı, yenilikçi girişimci kesim, fikirlerini olgunlaştırıp üretime geçebilmek için her zaman yeterli imkânlarla sahip olamamıştır. Bu aşamada temelleri 1950'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde atılmış olan üniversite, sanayi, devlet işbirliği ile oluşturulan imkânlar devreye girmiştir. Ülkemizde de geçte olsa 1990'lı yılların sonlarında Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve üniversitelerin işbirliği ile oluşturulan Teknoloji Geliştirme Merkez'leri (TEKMER) sayesinde yenilikçi girişimciler için söz konusu imkânlar sağlanmaya başlanmıştır (Halıcı, 2005). Bu nedenle bir sonraki bölümde yenilikçi girişimciliğin önünü açan ve gelişmesinde büyük katkı sağlayan teknoparklar ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

2.4. GİRİŞİMCİLİK VE TEKNOPARKLAR

Dünyada yenilikçi girişimciliğin yapı taşlarından olan teknoparkların temeli üniversite-sanayi işbirliği ile 1940'ların sonunda Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan Stanford Üniversitesi'nde, sonraki yıllarda herkes tarafından "Silikon Vadisi" olarak bilinecek olan ileri teknoloji parkı ile atılmıştır (Gülbaş, 2011). Silikon Vadisini'nin akabinde 1960'larda ilki Amerika Birleşik Devletleri'nde "Research Triangle Park" ve ikincisi Fransa'da "Sophia Antipolis Science Park" olmak üzere iki tane daha teknopark kurulmuştur (Aksan, 2012). Bu üç teknopark dünyadaki üniversite-sanayi ortaklığının öncüleri olmuşlardır.

Dünyada yaklaşık 50 senedir faaliyet gösteren teknoparklar, Türkiye'de 1980'lerin başlarında kendini göstermeye başlayan dışa açılma hareketiyle beraber,

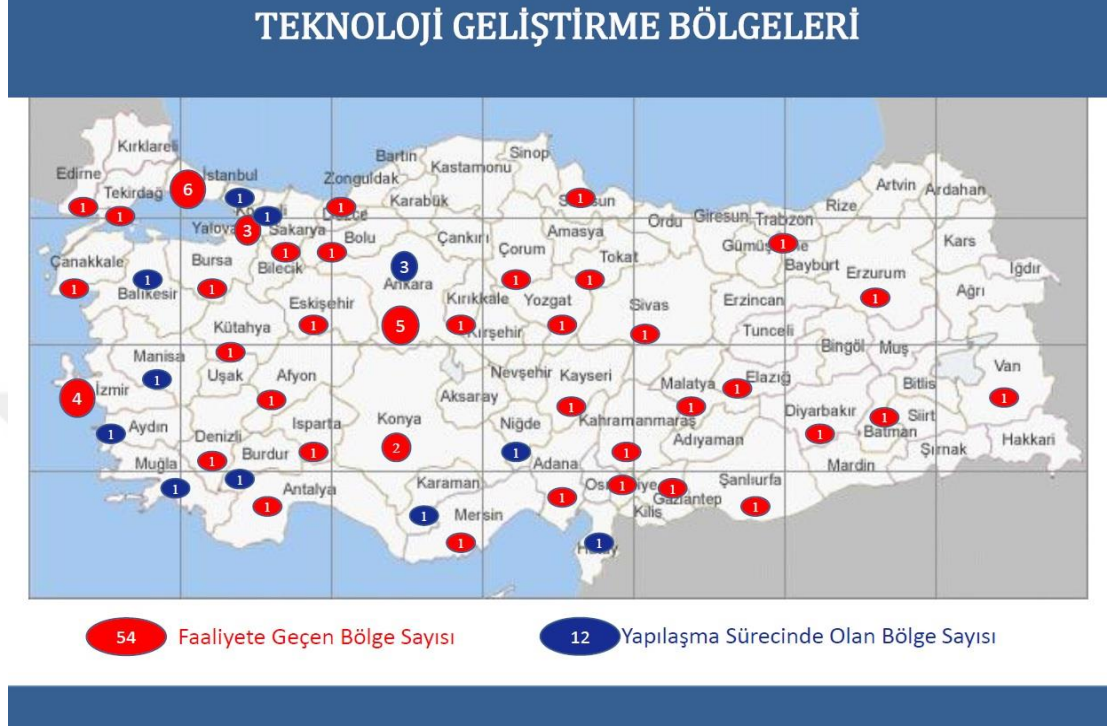
uluslararası pazarlarda varlığını kabul ettirebilmek için ülkenin kendi teknolojisinin üretilmesi gerektiğinin fark edilmesi ile gündeme gelmiştir. Bu tarihten sonra teknoparklar ile teknoloji şirketlerinin sayısını arttırmak, bu tip yenilikçi şirketlerin gelişmesi için hizmet ve destek vermek, üniversitelerin sahip olduğu akademik bilgiyi sanayide kullanılabilir hale getirerek ticarileşmesini sağlamak hedeflenmeye başlanmıştır (Keleş ve Tunca, 2010). Bu çalışmalarla birlikte teknopark kurma planları yapılmaya başlanmış ve sonucunda 1990'da KOSGEB ile üniversitelerin birlikte hareket etmesi sayesinde teknoparkların ilk örnekleri olarak TEKMER'ler kurulmaya başlanmıştır (Teknoloji Geliştirme Merkezleri Derneği-Türkiye'de Teknoparklar, 2016).

TEKMER'lerin kuruluşunda; TEKMER'ler ile KOSGEB'in eş güdümü altında üniversitelerle, KOBİ'lerin bir çatı altında toplanıp, Ar-Ge çalışmalarında birliktelik sağlamaları amaçlanmıştır. Üniversitelerin sahip olduğu beyin gücü, bilimsel çalışma ortamı, teknolojik imkânları ve altyapısı ile KOBİ'lerin temsil ettiği girişimci, yaratıcı ve yenilikçi üretim potansiyelini bir araya getirerek, KOBİ'lerin ihtiyacı olan teknolojik imkânlardan istifade etmelerine olanak sağlamıştır. Bu kapsamda, Türkiye'de belirli Üniversitelerde TEKMER üniteleri oluşturulmuştur. KOSGEB ile Üniversiteler arasındaki eş güdüm sayesinde farklı işletmeler de bir yerde toplanarak hem teknolojik olanaklara hem de KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu finansal desteğe katkı sağlamışlardır (Kobitek-Teknoloji Geliştirme Merkezleri, 2016). KOSGEB verilerine göre Kasım 2014 tarihi itibarıyla 26 farklı ilde 43 adet TEKMER faaliyet göstermekte olup, TEKMER bulunmayan 73 adet üniversite ile de Ar-Ge ve İnovasyon İşbirliği Protokolü bulunmaktadır. 2016 yılsonu itibarıyla faaliyette olan TEKMER sayısı 32'ye düşerken, üniversitelerle yapılan Ar-Ge ve İnovasyon İşbirliği Protokolü sayısı ise 87'ye yükselmiştir.

Teknoparklar ile ilgili yasal düzenlemeler ise, 2001 yılında yürürlüğe giren 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ile yapılmıştır. 4691 sayılı yasa teknopark kavramı yerine "Teknoloji Geliştirme Bölgeleri" kavramını kullanmaktadır. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre, Mayıs 2017 tarihi itibarıyla 66 Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nden 54 tanesi faaliyette olup, 12 tanesinin ise altyapı çalışmaları devam etmektedir (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2016 Yılı

Faaliyet Raporu). Şekil 1’de Türkiye genelindeki Teknoloji Geliştirme Bölgelerinin illere göre dağılımı yer almaktadır.

Şekil 1: Türkiye'deki Teknoparklar



* Teknoparkların listesi Ek-2 ve Ek-3'de sunulmuştur

Teknoparklar, bilgi dayalı, yüksek teknoloji kullanarak üretim yapan yenilikçi şirketlerin ortaya çıkmasına ve olgunlaşmasına destek sağlarken, üniversitelerin bilimsel araştırma için ayırdıkları kaynakların daha efektif kullanılmasını sağlamaktadır. Ayrıca teknoparklar ülkenin teknolojik ve ekonomik seviyesini yukarıya taşıyarak, yenilik ve girişimcilik kültürünün kabul görmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler ülkenin uluslararası arenada rekabet gücünü yükselterek refah seviyesinin artmasında aktif rol oynamaktadırlar (Gül, 2009). Diğer bir ifadeyle, teknoparklar ile teknolojik bilginin üretildiği, üretilen bilginin ticarileştirildiği, üründe ve üretim yöntemlerinde ürün kalitesini, standardını yükseltecek, verimliliği artıracak ve üretim maliyetlerini düşürecek yeniliklerin geliştirildiği, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeni ve ileri teknolojilere uyumunun sağlandığı, araştırmacılara iş imkânlarının sağlandığı ve ileri teknoloji yatırımları yapacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak bölgeler oluşturulması hedeflenmiştir (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2016 Yılı Faaliyet Raporu).

Yoğunlukla bilim ve teknoloji alanında faaliyet gösteren şirketleri geliştirmek, yeni girişimcilere imkân sağlamak, yenilikçiliği yükseltmek ve bölgesel ekonomik gelişmenin pozitif olarak ivmelenmesini sağlamak için inşa edilen teknoparklar ve kuluçka merkezleri, kamu politikası araçları olarak hızla önem kazanmaya devam etmektedirler. Bulduğumuz coğrafyada yenilikçiliği ve özellikle yüksek teknoloji pazarına yatırım yapan girişimcileri destekleyen oluşumlar olarak bu örgütlerin popülerliği her geçen gün artmaktadır (Bengisu ve Özeti, 2005). Genç girişimciler veya şirketler genel olarak piyasada yeni olduklarından ve öz sermayeleri yetersiz olduğundan dolayı borçlanarak finansman sağlama imkânları düşüktür. Ancak önlerindeki bu kritik engeli, üretmiş oldukları yeni projelerinin başvurusunun teknopark yöneticileri tarafından kabul edilmesiyle rahatlıkla aşabilmektedirler (Görkemli, 2011).

Kuluçka Merkezleri, girişimcilerin malzeme, eğitim ve danışmanlık gibi ihtiyaçlarını belirli şartlar altında (kiracılık süresi vb.) karşılayarak, onların teknolojilerinin iyileştirilmesine katkıda sağlamayı hedefleyen oluşumlardır. Kiracı olan girişimciler, ticari üretim için yeterli konuma geldiklerinde, yerlerini yeni girişimcilere devretmek için kuluçka merkezlerinden ayrılırlar (Harmancı ve Önen, 1999). Teknoparklar ve kuluçka merkezleri birbiri içine girmiş olarak çalışan yapılardır. Kuluçka merkezleri yeni doğan şirketlerin ihtiyaçlarını karşılayan, teknopark ise olgunlaşan şirketleri destekleyen oluşumlardır. Dolayısıyla, şirketler kuluçka merkezi imkânlarını kullanarak gelişebilir ve teknopark imkânlarıyla da kendine yeten olgun şirketler haline gelebilmektedirler (Marangoz, 2016). Teknoparkların girişimcilere sağladığı avantajlar aşağıda belirtilmektedir (Görkemli, 2011);

- Teknoparklar, girişimciler ve Üniversiteler arasındaki uyumun oluşmasını sağlar,
- Ortaklık kurmuş olan teknopark ve şirketler arasında bilginin, teknolojinin ve deneyimin mütakabil bir şekilde paylaşılıp gelişmesini sağlar,
- Şirketler, üniversite ve sanayi arasındaki birlikteliği çok daha iyi anlar,
- Üniversiteler sahip oldukları akademik bilgi ve uzmanlığı şirketlerle

paylaşırlar,

- Teknoparklar şirketlerin önemli seviyede getiri elde etmesini sağlar,
- Şirket ve üniversiteler arasındaki bağ, resmi (lisans ve işbirliği birliktelikleri) ve gayri resmi (üniversitedeki akademisyenlerin katılımıyla icra edilen toplantı ve tartışmalar) yollardan doğal bir değişim imkânı sağlar,
- Şirketlere vergi muafiyetleri uygulanır,
- Teknoparkta bulunan şirketler arasındaki iletişimin artırılması teşvik edilir,
- Teknopark, şirketlere imaj ve prestij sağlar,
- Teknopark ve Üniversiteler, şirketlere danışmanlık hizmeti sağlar,
- Teknoparklar, şirketlere iletişim, fotokopi ve diğer sekretarya imkânları sağlayarak esas amaçlarına daha kısa sürede ulaşmalarına vesile olurlar,
- Teknoparklar, şirketlerin var olabilmeye hedeflerine hizmet etmek için, düşük kira imkânı, uygun fiziksel ortam, kuluçka ve iç piyasadaki şirketlerle iletişime geçebilme gibi imkânlar sağlar,
- Teknoparklar ayrıca şirketlere yönetim, pazarlama ve finans aşamalarında destek sağlar,
- Tüketici araştırma maliyetini düşürür.
- Şirketler, teknoparkların sağladığı imkânlarla müşteri odaklı ve katma değeri yüksek yeni ürünler üretirler.

Üniversiteler teknoparklar sayesinde şirketlerle daha kolay temasa geçip, onlarla akademik birikimlerini paylaşmakta ve ayrıca söz konusu şirketlerin Ar-Ge birimleri ile birlikte projeleri geliştirme imkânlarını sağlamaktadırlar. Bu sayede Üniversiteler sanayi ile daha aktif bir şekilde temasa geçebilmekte, bünyelerinde yaptıkları çalışmalarda elde ettikleri birikimleri ekonomik değere dönüştürebilmekte ve yenilikçi şirketlerin doğmasına imkân sağlamaktadır. Sonrasında da bu şirketler girişimcilerin yetiştirilmesi hedefiyle üniversite mezunlarına ve öğrencilerine istihdam imkânları sağlamaktadır (Gül, 2009). Teknoparkların Üniversitelere sağladığı avantajlar aşağıda yer almaktadır (Görkemli, 2011);

- Üniversiteler, teknoparklar sayesinde devletten normalden fazla maddi yardım alırlar,
- Teknoparklarda mevcut olan şirketlerin akademik bilgi talepleri,

üniversitelerin kendilerini geliştirmeleri için olumlu bir etki yaratır,

- Üniversiteler, teknoparklar sayesinde bilim ve teknoloji alanındaki yeniliklerini kamuoyuna ulaştırırlar,
- Teknoparklar ile Üniversiteler arasındaki uyum, Üniversitelerin yenilik yaratma kabiliyetini ve seviyesini pozitif olarak etkiler, böylece rekabet edebilme performansı da yükselmiş olur,
- Teknoparklar ile üniversitelerde yapılan akademik araştırmaların sonuçları ticarileşme imkânı yakalar. Dolayısıyla teknoparkların olmadığı bir dünyada, akademik tabanlı şirketlerin birçoğunun kurulma ihtimali düşmektedir.

Ülkemizde teknoparklar, bilgi tabanlı, ileri teknoloji üreten yenilikçi şirketlerin ortaya çıkmasını ve olgunlaşmasına olanak sağlarken, üniversitelerin araştırma altyapısı için planlanan kaynakların daha verimli kullanılmasında etkili olmaktadır. Ayrıca, ülkenin teknolojik ve dolayısıyla ekonomik düzeyinin yükselmesi, inovasyon ve girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve bu sayede ülkenin uluslararası rekabet gücünü arttırarak refah düzeyinin yükseltilmesinde de etkin rol oynamaktadırlar. (Gül, 2009). Bu nedenle teknoparklar, girişimciliğin ve dolayısıyla ekonominin gelişiminde kritik önem taşımaktadırlar. Tartışmasız, girişimciler teknoparkların dâhilinde veya haricinde fikirler üretmeye, yatırımlar yapmaya, riskler almaya ve yenilikler keşfetmeye devam edeceklerdir (Halıcı, 2005).

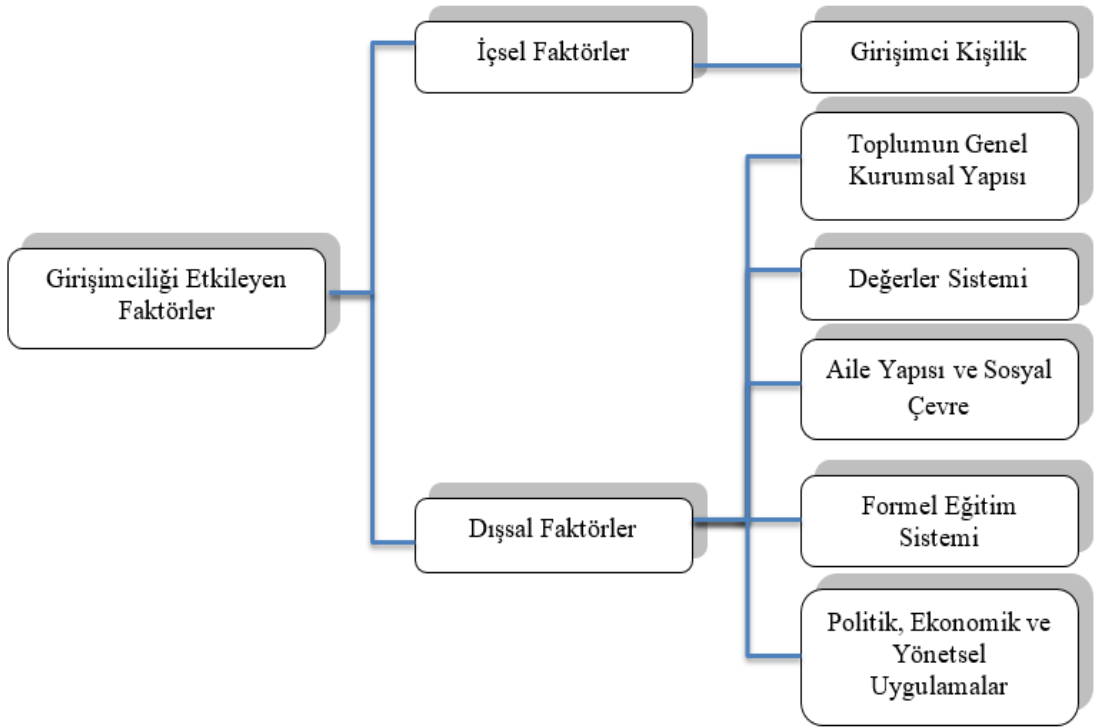
Girişimci ve girişimcilik kavramları ile Türk Toplumunda girişimciliğin gelişimi ve teknolojiye dayalı yenilikçi girişimciliğin doğuş noktası olan teknoparklar ile ilgili literatüre yer verdikten sonra bir kişinin girişimci olmasını etkileyen faktörler ile ilgili literatüre bundan sonraki bölümlerde yer verilmektedir.

2.5. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Bir girişimcilik faaliyetinin oluşabilmesi için bu aktiviteyi başlatacak ve devamlılığını sağlayacak girişimci bir bireyin olması gerekmektedir. Ancak bu girişimci bireyin varlığı tek başına girişimcilik faaliyeti için yeterli değildir. Dolayısıyla hem bireyi girişimci olması doğrultusunda güdüleyen, hem de girişimcilik faaliyetinin ortaya çıkmasını sağlayan sosyo-kültürel, politik ve diğer faktörlere

ihtiyaç vardır (İlhan, 2003). Söz konusu faktörlerin ülkelere göre farklılık göstermesi nedeniyle bir ülkede girişimciliği etkileyen faktörler, diğer bir ülke için bir anlam ifade etmeyebilir. Dolayısıyla bir ülke için girişimcilik faaliyetinin oluşumunu sağlayan faktörler, diğer ülkelerde başarısız olabilmektedir. Ancak etkileri ülkeden ülkeye farklılık gösteriyor olsa da girişimciliği hem olumlu hem olumsuz yönde etkileyen bir takım esas faktörlere dikkat çekilmektedir (Çetindamar, 2002). Bahse konu faktörler aşağıda yer alan Şekil 2'de özetlenmiştir (İlhan, 2003).

Şekil 2: Girişimciliği Etkileyen Faktörler



Kaynak: (İlhan, 2003)

2.5.1. İçsel Faktörler

Girişimciliği etkileyen faktörlerden ilki olan içsel faktörler, bireyin kişiliğini oluşturan etmenler ile girişimcilik niyetini tetikleyen ve devam etmesini sağlayan etmenlerin yapılandırılmasından oluşmaktadır. Ayrıca bu yapıcı etmenler, girişimciyi diğer insanlardan ayıran temel özelliklerdir. Dolayısıyla toplumu oluşturan bireylerin yalnızca bir bölümünün girişimci olabilmesi de bu temel özelliklere bağlanabilir. Girişimci kişilik özelliklerinin edinilmesi ve toplumsal hayata olan etkileri birçok sosyal bilimcinin ilgi odağı haline gelmesine neden olmuştur (Bridge ve O'Neill,

2012). Bu konuyla ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalarda bireylerin demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri belirlenmeye ve açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu çalışmalarda girişimcilik özelliklerinin temel taşı olarak psikolojik ve sosyolojik özellikler hususuna değinilmiştir (Lee ve Peterson, 2001). Girişimcilik eğiliminin sergilenmesinde ailenin yaratmış olduğu etkinin yanında yaş, cinsiyet, doğum yılı, öğrenim, medeni durum gibi demografik özelliklerin de etkili olduğu tespit edilmiştir. Konu ile ilgili yapılmış olan çalışmalarda dünya genelinde girişimciliğe başlama yaşının 25 olduğu ve cinsiyet açısından değerlendirildiğinde ise erkeklerin çoğunlukta olduğu görülmüştür (Yurtsever, Atış ve Yurtsever, 2006).

Bireylerin girişimci davranışlar sergilemesini sağlayan kişilik özelliklerine dikkat çekmeleri sebebiyle kişilik kuramlarının önemli oldukları belirtilmekte ve kişilik kuramlarının bireylerin hareketlerinin nedenlerini açıkladığı kabul edilmektedir. Ancak girişimci kişiliğin oluşmasında dışsal faktörlerin de dikkate alınması gerekmektedir. Zira girişimciliğin ilk koşulu olan girişimci kişiliğe, bireyin doğumundan itibaren sahip olduğu özelliklerin etkisinin yanında söz konusu özelliklerin açığa çıkmasını sağlayan dışsal faktörlerin de etkisi büyüktür (İlhan, 2003).

2.5.2. Dışsal Faktörler

Girişimcilik, her ne kadar kişinin bireysel yetenekleri ve eğilimleri ile ilgili olsa da, dışsal faktörlerin de önemli oranda etkisinde kalmaktadır. Toplumda girişimcilik algısı oluşturabilmek için bu faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir (Arıkan, 2002).

Girişimcilik gündelik hayatta gerçekleşen bir faaliyetler bütünü olması sebebiyle, oluşması, gelişmesi ve devamlılığı toplumun kurumsal yapısı ve ilişkiler sistemiyle doğrudan ilişkilidir. Girişimci faaliyetlerin sağlam ve üretken bir temele oturtulabilmesi, kurumsal yapının girişimciliği kabul etmesine bağlıdır (İlhan, 2003). Çünkü girişimciliği etkileyen faktörler, toplumun girişimciliğe olan bakış açısıyla şekillenmektedir. Dolayısıyla girişimcilik toplumsal bir olgudur ve kendine özgü sosyal özelliklere sahiptir. Toplumun girişimciliği kabul etmesi, girişimci değer ve

hareketleri onaylaması ve hatta destek vermesi sayesinde girişimcilik rahatça yayılmaya başlayabilir (Shane, 2003).

Toplumun kurumsal yapısına bakıldığı zaman ailenin, girişimciliğin ortaya çıkmasında ve girişimci bireyin kişilik yapısının şekillenmesinde önemli yer tutan dışsal faktörlerden biri olduğu söylenebilir. Öncelikle sosyalleşme imkânı sağlayan aile, bireyin eğitim seviyesi, meslek tercihi, ekonomik durumu ve toplumsal statü gibi temel sosyo-iktisadi göstergelerinde ve girişimci faaliyetlerin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Ayrıca bireyin toplumsallaşma sürecinin büyük bir kısmını oluşturan ve bu nedenle de önemli bir toplumsallaşma aracı olan aile, bireylere girişimci değerlerin öğretilmesinde en önemli rolü üstlenmektedir. Dolayısıyla aile, bireyin girişimcilik algısının gelişimi için uygun bir ortam yaratarak, bu süreçte aktif bir rol üstlenmektedir (İlhan, 2003). Konu ile ilgili İngiliz girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre aile mesleğinin bireyin meslek seçiminde belirleyici olduğu görülmüştür. Bu araştırmaya göre aile fertlerinden biri veya yakın akrabaları girişimcilik faaliyeti gösteren bireylerin de genellikle kendi işlerini kurma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir (Bridge ve O’Neill, 2012).

Literatür incelendiğinde girişimcilik faaliyetlerinde bireylere örnek ve yol gösterici olması nedeniyle ailenin girişimcilik eğilimi üzerinde önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu ilişkide bireyler babalarını diğer aile fertlerine göre daha fazla rol model olarak kabul etmektedir. Dolayısıyla aile fertlerinin ve özellikle babanın girişimci olması, o ailede büyüyen bireyin de girişimci olması doğrultusunda etki oluşturmaktadır (Barutçu ve İrmiş, 2012). Ataerkil aile yapısı içerisinde, yeniliklere açık bireysel başarı hedefleyen dinamik, üretken ve risk alabilen girişimci tipinin olması düşük bir ihtimaldir. Çünkü kararlar ailenin lideri konumundaki baba tarafından ve diğerlerine danışılmadan alınmakta ve bu durum çocuklardaki girişimcilik duygusunu yok etmektedir (Mortan, Gücelioğlu ve Alparıslan, 1987). Dolayısıyla çocuklarını olumsuz bir şekilde devamlı eleştiren, kısıtlayan, başka bir ifade ile duygu ve düşüncelerini olduğu gibi ifade etmesini engelleyen ebeveynler insan ilişkileri kötü, çekingen, alıngan ve girişimci olmayan bireyler yetiştirirken, çocuklarının duygu ve düşüncelerini olduğu gibi sınırlamadan kabul eden ebeveynler güven duygusu gelişmiş, girişimci, insan ilişkilerinde başarılı

bireyler yetiştirirler (Cüceloğlu, 1995).

Girişimciliğin yaygınlaştırılmasında, aile faktörü ile birlikte resmi eğitim sisteminin de yüksek düzeyde etkisi bulunmaktadır. Aile ile resmi eğitim sistemi bir bütünün parçalarını oluşturan kurumlardır. Her ikisinde de yaşanan süreçler girişimciliğin başlamasına, gelişmesine veya tam aksi yönde girişimciliğin zamanla yok olmasına neden olabilmektedir (Akınar, 2011, s.16). Dolayısıyla girişimcilik faaliyetlerinin aktif bir şekilde sergilendiği ülkelerde, devletin resmi eğitim sisteminin girişimcilik eğitimini de içerecek şekilde yapılandırılmış olması eğitimin girişimciliğin gelişimi açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Zaman içerisinde toplumların değer yargıları ve dinamikleri değişiklikler gösterebilmektedir. Böylesine kitleleri etkileyen büyük dönüşümlerde eğitim sisteminin çok etkili bir role sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda ülkeler girişimci faaliyetlerini artırmak için resmi eğitim sistemine girişimciliği dâhil etmeli ve bu sayede toplumlara girişimcilik olgusunu yerleştirmelidir (İlhan, 2003).

Eğitim sisteminin toplumun girişimcilik algısı üzerindeki etkisi sıkça araştırmalara konu olmuştur. Burada üzerinde durulması gereken en önemli konu ise, girişimciliğin sadece doğuştan gelen bir özellik olmadığı ve eğitim ile bu özelliğin bireylere kazandırılabilir olmasıdır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004). Formel bir eğitim sistemi girişimciliğin aslında bir mesleki kariyer olduğu konusunda etki yaratabilir. Bu sayede eğitim sistemi bireyleri kendi işlerini kurmaları yönünde cesaretlendirebilir. Bu doğrultuda eğitimin girişimciliği etkileyen önemli faktörlerden biri olduğu söylenebilir (Hisrich ve Peters, 1995).

Girişimciliği etkileyen dışsal faktörlerden bir diğeri de sosyo-politik yapı bağlamında yönetsel karar ve uygulamalardır. Toplum içerisinde girişimciliğin mali ve hukuki temele oturtulup sürekliliğinin sağlanabilmesi için yönetsel karar ve uygulamalar belirleyici nitelik taşımaktadır. Hukuksal sistemin tarafsız ve etkin olması, sistemin hızlı ve doğru işlemlerini, uyuşmazlıkları en kısa sürede sonuçlandırarak iş ilişkilerinin iyi bir şekilde sürdürülmesini, bu sayede girişimci faaliyetlerin sağlam ve güven veren hukuksal zemin üzerinde yürütülmesini sağlar. Yapılan bir araştırmaya göre, faal bir hukuki sistemin ve devlet yönetiminin, ülkelerin ekonomik büyümesini pozitif etkilediği görülmüştür (Karakayalı ve Yanıkkaya,

2005).

Devletin yönetsel karar alma ve uygulama sürecindeki bürokratik işlemlerinin yoğunluğu da girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkmasında ve gelişiminde belirleyici seviyededir. Zira söz konusu bürokratik işlemler girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkmasında ve gelişiminde olumlu katkı yapabileceği gibi engelleyici etki de sergileyebilir (İlhan, 2003). Dolayısıyla bürokratik, hukuksal zeminin sağlam ve adil olması, piyasada rekabet ortamının oluşmasını ve ekonomide istikrarın sağlanması ihtimalini yükseltecektir. Oluşmuş olan bu olumlu havanın girişimci oranının artmasında pozitif etki yaratacağı değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda yeni fırsatların yaratılması ve uygun risk almanın teşvik edilmesi girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkabilmesi için uygun ortamın oluşmasını sağlamaktadır (Çetindamar, 2002).

Yockey ve Rose'un(2006) 400'ü girişimci ve 400'ü ise girişimci olmayan toplam 800 kişi üzerinde yapmış oldukları araştırma neticesinde girişimcilik eğiliminin, psikolojik, sosyolojik ve çevresel faktörler olmak üzere üç boyutta değerlendirilebileceği tespit edilmiştir. Fakat söz konusu çalışmada her boyutun girişimcilik eğilimi üzerinde aynı seviyede etki yaratmadığı görülmüş olup, girişimcilik eğilimi üzerinde en çok sosyolojik faktörlerin etkili olduğu, çevresel faktörlerin en az etkili olduğu sonucuna varılmıştır (Börü, 2006).

2.6. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ

Genel itibariyle girişimcilerin başarılı olup olmadıkları sahip oldukları özelliklerle ilişkilendirilmektedir. Literatür incelendiğinde bazı bilim adamları girişimcileri, diğer kişilere göre ayırt edici kişisel özelliklere sahip şahıslar olarak tanımlamışlardır (Müftüoğlu, 2000). Söz konusu özellikler sayesinde girişimciler diğer insanların göremediği fırsatları tespit etmekte ve bu fırsatları değerlendirmektedir (Özer ve Topaloğlu, 2007). Bu doğrultuda girişimcilerin diğer insanlardan farklı oldukları üzerinde yoğunlaşmış olmasına rağmen, onlarında her insan gibi içinde doğup büyüdükleri sosyo-ekonomik ortamın bir ürünü olduğunu

unutmamak gerekir. Araştırmalarda girişimcinin özellikleri sıkça işlenmiş olsa da, literatürde herkes tarafından kabul görmüş bir özellikler listesi görmek oldukça zordur (Bozkurt ve Alparılan, 2013). Dolayısıyla girişimcilerin sahip oldukları kişilik özellikleri ile ilgili literatürde birçok farklı görüş mevcuttur. Farklı bilim adamları tarafından girişimcilerin özellikleri ile ilgili yapılmış olan tanımlar Tablo 2’de yer almaktadır.



Tablo 2: Girişimcilerin Özellikleri ile İlgili Yapılmış Olan Tanımlar

Özellikler	ARAŞTIRMACILAR
Yenilikçi	Herron, 1992; Geisler, 1993; Drucker, 1998; Daft, 2005; Hisrich vd., 2005; Hitt vd., 2005; Sosyal, 2010; Özkul veDulupçu, 2007; Arıkan, 2002: Küçük, 2005
Risk Alan	Geisler, 1993; Johnson ve Hayes, 1996; Drucker, 1998; Hisrich vd., 2005; Hitt vd., 2005; Zhao vd., 2005; HewisonveBadger, 2006; Sosyal, 2010; Akın 2010, Özkul veDulupçu, 2007; Şahin, 2009; Kutanis, 2006; Küçük, 2005; Başar, 2004; İrmış vd., 2010
Değişim Odaklı	LuchsingerveBagby, 1987; Herron, 1992; Hisrich vd., 2005; Hitt vd., 200
Fırsatlara Odaklanmış	CorbettveHmieleski, 2005; Hitt vd., 2005
Yaratıcılık	Daft, 2005; Hitt vd., 2005; HewisonveBadger, 2006; Sosyal, 2010; Başar, 2004; Çelik veAkgemci, 1998
Belirsizliğe Karşı Tolerans	Knight, 1921; Schere, 1982; Budner, 1982; Kuratgo, 1995; Koh,1996; Shane, 2003; Erdem, 2001; Avşar, 2007
Proaktiflik	Bateman, 1993; Crant, 1999; Hisrich vd., 2005
Başarma İhtiyacı	Koh, 1996; Daft, 2005; Bozkurt, 2007; Kutanis, 2006; İrmış vd., 2010
Duygusal Zekâ	ZakareviciusveŽuperka, 2010; ChuluunbaatarveLuh, 2010; Yelkikalan, 2007
Kararlarında Israrçı Olma	Hitt vd., 2005
Kendine Güven	Sosyal, 2010; Akın 2010, Okay ve Karahan, 2010; Şahin, 2009; Çelik veAkgemci, 1998; Ceylan ve Demircan, 2001; İrmış vd., 2010
Problemleri Kolaylıkla Çözebilme	Sosyal, 2010; Ceylan ve Demircan, 2001
Kontrol Odağı	Rotter, 1954; Brockhaus, 1986; Kaufman, 1995; Koh,1996; Mitton, 1989; Marangoz, 2016
Gelişmiş İletişim Becerisi	Hitt vd., 2005; Sosyal, 2010; Şahin, 2009; Ceylan ve Demircan, 2001

Kaynak: (Bozkurt ve Alparslan, 2013)

Literatürde çok farklı girişimcilik özellikleri ile ilgili araştırma mevcuttur. Bunlar arasından literatürde en fazla değinilen özellikler bundan sonraki bölümlerde detaylı olarak incelenmektedir.

2.6.1. Risk Alma

Risk, beklenmeyen ve gerçekleşmesi istenmeyen bir hadise veya etkinin gerçekleşmesi ihtimali olarak tanımlanmaktadır. Risk alma ise nasıl neticeleneceğini bilmeden, belirsiz bir alanda veya belirsiz şartlarda karar verme kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır. Risk alma kabiliyeti girişimciler için kritik bir niteliktir (Marangoz, 2016). Dolayısıyla girişimciler yaptıkları işin gereği diğer insanlara nazaran daha fazla risk almaya meyillidirler. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, risk alma eğiliminin girişimciler için en önemli özelliklerden biri olduğu görülmüştür (Macko ve Tyszka, 2009). Girişimcinin risk üstlenmesi, katma değer üretme sürecini etkileyen en önemli davranışlardan biridir. Girişimci için risk üstlenmek, önemli miktarda bir kaynağı, hesaplanmış ve kabul edilebilir bir risk düzeyi olan fırsatlara bağlama davranışını ifade etmektedir (Akpınar, 2011).

Girişimcilik algısı ile risk alma eğilimi arasındaki ilişki alınan riskin çeşidine göre değişiklik göstermektedir. Girişimcilik özelliklerinden risk alma eğilimi dâhilinde bulunan riske karşı duyarlılık seviyesi, girişimcilik eğilimine olumlu yönde etkide bulunan ve bireyleri düşünceden harekete geçiren önemli bir etmendir (Ulucan, 2015). Ancak risk alma eğiliminin negatif etki gösterdiği durumlar da görülmektedir. Örnek vermek gerekirse, gözü kara olma girişimcilikte önemli bir niteliktir. Gözü kara olmak, girişimciliğin genel kabul görmüş özelliklerinin başında gelen risk alma eğilimi açısından pozitif bir özelliktir. Diğer açıdan gözü kara olmak, bilgisizlikten gelen korkusuzluğun belirtisi olmaktadır. Her risk bir belirsizliğin sonucunda oluşmaktadır. Fakat başarılı bir girişimci kendisi için en önemli görevlerden biri olan belirsizliği aydınlatarak, hedeflerine ulaşmak için çaba göstermelidir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

2.6.2. Belirsizliğe Karşı Tolerans

Belirsizlik, yeterli bilginin olmaması sebebiyle tam olarak düzenlenemeyen veya sınıflandırılmayan durum olarak ifade edilmektedir (Erdem, 2001). Schere (1982) belirsizliğe karşı toleransı oluşabilecek bir belirsizlik anında olumlu tepki verebilme kabiliyeti olarak tanımlarken, belirsizliğe karşı toleransın girişimciler için

hayati önem taşıyan bir nitelik olduğuna da değinmiştir. Girişimciler teşebbüslerini faaliyete geçirebilmek için belirsizliğe tolerans gösterebilmek zorundadırlar. Budner (1982) girişimciler için belirsizliğe karşı toleransın, net bir tehditten çok uygun ve cezbedici sonuçlar doğurduğu konusu üzerine vurgu yapmıştır. Girişimciler devamlı farklılık gösteren bir çevrenin oluşturduğu belirsizlik etkisine maruz kaldıklarından dolayı, girişimcilerin belirsizliğe karşı tolerans gösterme kabiliyetlerinin uzmanlaşmış yöneticilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Shane, Locke ve Collins, 2003).

Belirsizliğe karşı tolerans, risk almaya göre daha değişik bir kavramdır ve riskin tanımı kişiden kişiye değişiklik gösterebilmektedir. Konu ile ilgili araştırmalar incelendiğinde, bir süreç tasvir edilirken, içerisinde risk yerine belirsizlik ihtiva etmesi, daha kabul edilebilir bir durum olarak değerlendirildiği görülmüştür. Karar verici, belirsiz bir ortamda vermiş olduğu karara, fazladan veriye ihtiyaç duymaksızın halen güvenebiliyorsa, belirsizliğe karşı tolerans gösterebiliyor demektir (Erdem, 2001). Girişimcilerin buldukları ortamda oluşabilecek belirsizliklere karşı hazırlıklı olması, daha sağlıklı karar verebilmesini sağlar. Dolayısıyla girişimciler başarılı olabilmek için buldukları çevredeki farklılık gösteren durumlara karşı tolerans göstermek için çaba sarf etmelidirler (Kuratko, 2007).

Herhangi bir faaliyet için yeterli bilginin olmaması, ortamda belirsizliğin artmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla yeni bir işe başlandığında girişimciler birçok belirsizlikle karşı karşıya kalmak zorunda kalmaktadırlar. Bu durum girişimcinin davranışlarında büyük bir etki oluşturmaktadır (Bozkurt ve Erdurur, 2013). Konusu belirsiz ortamın oluşmasının nedeni, faaliyet gösterilen pazardaki ekonomik şartlar, talepler, tüketici zevk ve tercihlerinin tahmin edilemez bir şekilde değişmesidir. Bu belirsizlikler işletmeleri ve kurucuları olan girişimcileri pozitif veya negatif olarak etkileyebilecektir. Girişimcilerin, bu belirsiz ortamda başarılı olabilmeleri için, belirsizliğe karşı tolerans yeteneğinin yüksek seviyede olması gerekmektedir (Avşar, 2007).

2.6.3. Başarma İhtiyacı

Girişimcileri etkileyen bir diğer özellik ise başarma ihtiyacıdır. McClelland'ın 1961'de yapmış olduğu çalışmada başarma ihtiyacı kavramı; bireylerin başarı güdüsü içerisinde yüksek hırsının ve her zaman ulaşmaya çalıştığı hayallerinin olması şeklinde tanımlanır. Ayrıca başarı ihtiyacı seviyesi yüksek olan bireylerin bu güdü ile birlikte girişimcilik seviyelerinin de yüksek olduğu belirtilmiştir (McClelland, 1961). Başarı ihtiyacı kavramı, yüksek seviyede başarının ve çekişmenin olduğu ortamda emsallerinin arasından sıyrılarak kendini gösterebilme isteği anlamına gelir. İnsanı bu doğrultuda isteklendiren duygu başarı güdüsü olarak tanımlanmaktadır. Başarı ihtiyacı yüksek olan insanlar uygun risk alır, ivedi geri bildirim talep eder ve iş haricinde farklı bir şeyle ilgilenmezler. Aynı zamanda bu tarz insanların kendilerine güvenleri yüksektir, sorumluluktan kaçmazlar, aktiftirler ve hedeflerine ulaşmak için yoğun çaba göstermektedirler (Demirel, 2003).

McClelland'ın (1961) teorisini destekleyen birçok akademik çalışma, başarma ihtiyacı kavramının girişimci olan ve olmayanlar arasındaki ilişkisine dikkat çekmiştir. Başarma ihtiyacı kavramı esasında bireysel bir özellik ihtiva eder ve içinde bulunduğu zamandan çok geleceğe yönelik bir yapıya sahiptir. Bu durum söz konusu kavramı içsel kontrol ile doğrudan ilişkili hale getirir. Dolayısıyla başarma ihtiyacı güdüsü, içsel kontrol güdüsünü de tetikleyerek bireyin girişimcilik eğilimini pozitif bir şekilde etkileyen bir yapıya kavuşturmaktadır. Gürol ve Atsan (2006) tarafından yapılan çalışmada gelecekte girişimcilik faaliyeti gerçekleştirmeyi planlayan öğrencilerin başarma ihtiyacı güdüsünün diğer öğrencilere oranla ciddi seviyede yüksek olduğunu tespit edilmiştir.

Psikologlar başarma ihtiyacının insandan insana değişiklik gösterdiğini tespit etmişlerdir. Düşük düzeyde içsel güdülenmeye sahip olan insanların durumlarından memnun oldukları, yüksek düzeyde içsel güdülenmeye sahip olan insanların ise içinde buldukları durumu devamlı olarak yeterli görmeyip, daha iyisini yapabilmek için mücadele etmekten tatmin oldukları belirlenmiştir (Kuvan, 2007). Bu durum söz konusu insanların girişimcilik eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır. McClelland başarma ihtiyacının girişimciliğe olan etkisini; insanları girişimci olmak ve kabul

edilebilir riskleri yüklenme için teşvik etme, problem çözme kabiliyetini geliştirme ve hedeflerini doğru belirlemesine yardımcı olma olarak belirtmiştir (Hisrich ve Peters, 1998).

2.6.4. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, insanın kendi yaptıklarının ve bu yaptıklarının neticelerinin arasındaki ilişkinin gücünü nasıl algıladığını ifade etmektedir. Dolayısıyla kontrol odağı, bir insanın yaşamıyla ilgili algılarını ve yaşamında meydana gelen olayları kontrol altına alıp, alamayacağına olan inancını ifade eder (Marangoz, 2016). İlk defa Rotter (1966) ile literatüre giren kontrol odağı teorisi, içsel ve dışsal kontrol olarak farklı iki başlık altında incelenmiştir. Söz konusu teoriye göre, içsel kontrol odaklı insanlar kabiliyetleriyle, becerileriyle ve gayretleriyle olayların sonuçlarına etki edebilecekleri düşünürlerken, dışsal kontrol odaklı insanlar ise olayların sonuçlarını kendilerinin değil, şans gibi dışsal olayların tayin ettiğini düşünmektedirler. Konu ile ilgili bir takım çalışmalar incelendiğinde içsel kontrol odağının dışsal kontrol odağına göre, girişimcilik faaliyetlerinde daha etkili olduğu neticesine ulaşılmıştır (Kaufmann, Welsh ve Bushmarin, 1995).

Diğer bir tanıma göre Brockhaus ve Horwitz (1986) tarafından kontrol odaklılığı; bireyin hayatı boyunca yaşamış olduğu olayların ve sonuçlarının kendi kontrolünde ya da kendi kontrolü dışında gerçekleşmesini algılama durumu olarak ifade edilmektedir. Bu tanıma göre içsel kontrolü yüksek olan bireyler, almış oldukları kararlar ve sergilemiş oldukları hareketlerle geleceklerine şekil verebileceklerini düşündüklerinden dolayı girişimcilik faaliyeti gösterebilmek için daha fazla risk alıp daha etkin bir şekilde hareket edebilmektedirler. Diğer taraftan dışsal kontrol odaklılığı yüksek olan bireyler yaşamları boyunca meydana gelen olaylar ve olayların sonuçlarını kendileri belirleyemeyecekleri düşüncesindedirler. Bu bireyler içsel kontrol odaklı bireylere göre geleceklerine daha az yön verebileceklerini düşündüklerinden girişimcilik faaliyetlerinde bulunma konusunda risk alma ve harekete geçme niyetleri daha azdır (Ulucan, 2015). İçsel kontrol odaklı bireylerin girişimcilik faaliyetlerinde daha aktif olabildikleri ve bununla birlikte de daha girişimci bir hareket tarzı gösterdikleri görülmüştür (Brockhaus ve Horowitz, 1986).

Genel olarak girişimciler, verecekleri kararları çevresel değişkenlere göre belirlemektense, kontrolü kendi ellerine almayı tercih etmektedirler (Mitton, 1989).

Başarılı girişimciler, kendi girişimlerdeki başarı ya da başarısızlığın kader, şans ve benzer kavramlar ile ilgili olmadığını değerlendirmektedirler. Onlar, başarısızlıklarının kendi kontrollerinde olduğuna ve hareketlerinin sonuçlarına etki edebileceklerine inanmaktadırlar (Bozkurt, 2006). Konu ile ilgili ülkemizde yapılan çalışmalarda da girişimcilerin diğer insanlara nazaran içsel kontrol odaklılığı seviyelerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Avşar, 2007).

2.6.5. Kendine Güven

Kendine güven, insanın kendisiyle ilgili pozitif ve realist davranış özelliklerine sahip olmasıdır. Ayrıca kendine güven, insana hayatının kendi denetimi altında olduğu hissini yaşatmaktadır. Dolayısıyla kendine güven duygusu gelişmiş insanlar, başkalarının onayına göre hareket etmektense, çoğunlukla kendi kabiliyetlerine güvenmeye meyillidirler. Bir girişimci için kendine güven, girişimcilik faaliyeti icra ederken koyduğu hedeflere ulaşabileceğine itimat etmesidir. Başka bir ifadeyle, girişimci icra ettiği bu faaliyette, kendisine saygı duyar ve başarılı olacağına dair yeteneklerine güvenirse, başarıya ulaşır ve kendine olan güveni artar (Dündar ve Ağca, 2014). Ortamdaki rekabet seviyesi yükseldikçe, girişimcilerin kendilerine duydukları güven duygusu gelişme kayıtlarını eder. Dolayısıyla girişimciler karşılaştıkları zorluklara boyun eğmeden, çabalamaya devam ederler. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, girişimcilik faaliyetlerinde başarıyı yakalayanların genel itibarıyla kendilerine olan güveninin ve azminin devamlılık arz ettiği görülmüştür (Çetin, 1996).

Kendine güven duygusu gelişmiş olan insanlar başkalarına bağlı olmaktansa, kendi kararlarını kendileri vermek isterler. Dolayısıyla girişimcinin kendine güvenerek hareket etmesi, onlara hareket rahatlığı sağlar (Hisrich ve Peters, 1995). Girişimcilerin kendilerine duydukları güven, ilgili oldukları alanlardaki bilgi ve deneyimleriyle beraber artış göstermektedir. Girişimcilerin, kurmuş oldukları işletmelerin devamlılığını başarılı bir şekilde sağlayabilmeleri için kendilerine güven duyguları üst seviyede olmalıdır (Korkmaz, 2012)

2.6.6. Yenilikçilik

Girişimcilik literatürüne büyük katkı sağlamış olan Schumpeter'e göre girişimcinin işlevi, yeni bir icat yaparak veya yeni bir ürün elde ederek ya da eskisini yeni bir usul ile üretmek için öncesinde uygulanmamış teknoloji kullanarak üretim aşamasında iyileştirme veya köklü değişiklik yapmaktır. Yenilikçilik, girişimci olmanın gereklerinden biri olmakla beraber diğer tüm girişimcilik özellikleri ile de ilişkilendirilebilir (Hisrich ve Peters, 1998).

Yenilik, kreatif düşüncelerin doğru bir biçimde kullanılarak netice elde edilmesidir. Ayrıca yenilik için kabiliyete, kreatifliğe ve konu ile ilgili bilgiye ihtiyaç vardır. Yenilikçilik; yeni bir düşünce, yeni bir kuram, yeni bir buluş ya da yeni bir yönetim şekli olarak tanımlanabilir. Bu kavram girişimciliğin tanımıyla bütünleşmiştir. Dolayısıyla girişimci, hâlihazırda olmayı meydana çıkaran, inovasyon gerçekleştiren, kıymet ve refah ortaya koyan insan olarak tanımlanabilmektedir (Arslantaş, 2001). Diğer bir ifadeyle; yenilik, daha önce yapılmamış, değişik ve daha önce yapılanlara benzemeyen bir kavramı tanımlamak için kullanılırken, yenilikçilik ise yenilik yapılmasının yaşam tarzı haline getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Ekonomik açıdan yenilikçilik ise girişimcinin kullanacağı kaynak, usul ve uygulamalarla sektörde avantaj sağlayarak yeni ürün üretmesidir (Artar, 2002).

2.7. KİŞİLİK

2.7.1. Kişilik Kavramı

Kişilik kavramı tarihsel gelişim süreci çok eskilere dayansa da, 1930'lu yıllara gelindiğinde Kişilik Psikolojisi'nin diğer sosyal bilim dallarından ayrılması sonucunda bilimsel bir disiplin halini almıştır (Yelboğa, 2006). Birçok araştırmacı tarafından kişiliğin, bireye mahsus olması, tutarlı ve devamlılık sergileyen bir yapıda olması ve ayrıca farklılık gösterebilen aktif bir yapıya sahip olması nitelikleri üzerinde durulmuştur (Camgöz, 2009). Kişilik kavramı ile ilgili literatür incelendiğinde, kişilik

tanımlarının farklılık gösterdiği dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bu konu ile ilgili tam ittifak sağlanmış bir tanımın olmadığı görülmektedir (Üngören, 2011). Bu nedenle önemli araştırmacıların kişilik tanımları Tablo 3'de bir araya getirilmiştir.

Tablo 3: Kişilik Tanımları

Araştırmacı	Tanım
Gordon Allport (1955)	Kişilik, bireyin kendine özgü düşünce, karakter ve davranışını belirleyen psiko-fiziksel sistemlerin dinamik örgütlenmesidir.
Warren T. Norman (1963)	Kişilik, bireydeki yapıların, davranış biçimlerinin, ilgi ve eğilimlerin, ruhsal davranış ve yeteneklerin en karakteristik bütünlemesidir.
Wortman (1988) ve Wallerstein (1981)	Kişilik, bireyin zihinsel, bedensel, ahlaksal ve ruhsal farklılıklarının hepsinin kendi davranış biçimlerine ve yaşam tarzına yansımaları olarak tanımlanmıştır.
Arnold Mente (1986)	Kişilik, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarındaki farklılıkları ve benzerlikleri ortaya koyan eğilimlerin bütünüdür.
İlhan Erdoğan (1991)	Kişilik, bir bireyi diğerinden ayıran zihinsel, duygusal ve davranışsal özelliklerin tamamıdır.
Andrew J. Dubrin (1994)	Kişilik, bireyin yaşama biçimi, bir insanın duyuş, düşünüş, davranış biçimlerini etkileyen etmenlerin kendine özgü görüntüsüdür.
Robert Hogan (1994)	Kişilik, nispeten istikrarlı davranışların bir deseni olarak ifade edilebilir ve bu tutarlı içsel durum, kişinin davranış eğilimlerini açıklar.
Erich Fromm (1996)	Kişilik, bir bireye özgü olan ve bireyi eşsiz kılan, doğuştan getirilmiş ve sonradan kazanılmış tinsel niteliklerin tümüdür.
Rita Atkinson (1999)	Kişilik, insanın fiziksel ve sosyal çevresiyle olan etkileşimini ortaya koyan duygu, düşünce ve davranışlarının ayırt edici birleşimidir.
Stephen Robbins (2001)	Kişilik, davranışsal açıdan, bireyin zihinsel, bedensel ve ruhsal özelliklerinde görülen farklılıklar ve bu farklılıkların kendi davranış biçimlerine ve yaşama tarzına yansımalarıdır.
Doğan Cüceloğlu (2009)	Kişilik, bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimidir.

Kaynak: Alaybeyoğlu Küçük (2014)

Kişilik ile ilgili literatür incelendiğinde, farklı tanımların bir takım müşterek

özellikler gösterdikleri görülmektedir. Söz konusu özellikler Ersoy (2009) tarafından aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

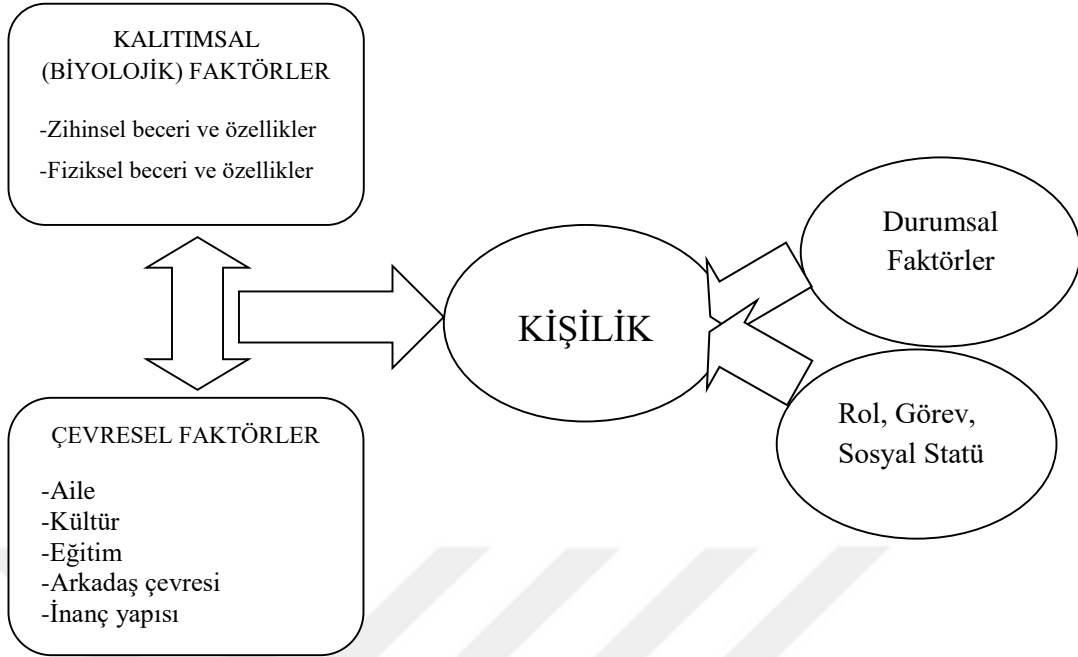
- Kişilik soydan geçen ve sonradan kazanılmış özelliklerin hepsidir.
- Sürekli dâhili ve harici uyaranların etkisinde kalmaktadır.
- Bireyin, ruhsal ve fiziksel bütün kabiliyetlerini, güdülerini, hislerini ve tutumlarını kapsar.
- Bireyin kişiliği değişiklik gösterdiği seviyede kabiliyeti de değişmektedir.
- Yalnız bireye mahsus özellikleri değil, aynı zamanda bireyin mensubu olduğu topluluğun da özelliklerini yansıtır.

Fiziksel açıdan benzerlik gösteren bireylerin harici uyaranlar karşısında değişik tepkiler göstermelerinin esas nedeni farklı kişilik yapısına sahip olmalarıdır. Bireylerin kişilikleri mensubu oldukları toplumlardan, bu toplumlarda hâkim olan kültürel yapıdan ve inançlardan etkilenmektedir. Bireylerin duygu, düşünce ve yaşananlar karşısında tutumları farklılık göstermektedir ve bu durum bireysel farklılıklar olarak adlandırılmaktadır. Bu farklılıkların tümü literatürde kişilik kavramı dâhilinde birleşmektedir (Özkalp ve Kırel, 1996). En geniş anlamıyla kişilik; bireylerin birbirlerinden farklı olmasını sağlayan, diğer bireylerle ilişki kurabilme seviyesini ve çevreye verdiği tepkilerini belirleyen, farklı ortamlarda kendini belli eden fiziksel, düşünsel ve ruhsal özellikler olarak tanımlanabilir (Camgöz, 2009).

2.7.2. Kişiliği Belirleyen Faktörler

Kişiliği oluşturan değişkenlerin sayısı ve önem dereceleri, araştırmacılara göre farklılık gösterse de, bu araştırmacıların kabul ettikleri bazı müşterek konular mevcuttur. Bunlar arasında biyolojik/kalıtımsal faktörler, çevresel faktörler, durumsal faktörler, rol davranışları ve sosyal statü gelmektedir (Isır, 2006).

Şekil 3: Kişiliği Belirleyen Faktörler



Kaynak: Carrell, Jennings, ve Heavrin, (1997), Aktaran: Camgöz, 2009

Şekilden de anlaşıldığı gibi kişilik; kalıtsal ve çevresel faktörlerin bir araya gelmesinden oluşmakta ve durumsal faktörler ile rol, görev, sosyal statünün etkisinde kalmaktadır. Bireyin sahip olduğu zihinsel ve fiziksel özellikler kalıtsal faktörleri oluştururken, aile, kültür, eğitim, arkadaş çevresi ve inanç yapısı ise çevresel faktörleri meydana getirmektedir. Kişiliğin oluşma evresinde; kalıtsal ve çevresel faktörler ile birlikte durumsal faktörler, rol, görev ve sosyal statü birbirleri ile etkileşim içerisindeydirler (Camgöz, 2009).

Kişiliğe etki eden birçok faktör mevcuttur. Bu nedenle kişiliğin ölçülebilmesi için çok sayıda farklı yöntem geliştirilmiştir. Bu çalışmada, uzun yıllar süren gelişim aşaması ve literatürde diğer kişilik envanterlerine göre daha fazla kabul görmesinden dolayı Beş Faktör Kişilik Modeli kullanılarak girişimcilerin kişilik özellikleri üzerinde analiz yapılması planlanmaktadır.

2.7.3. Beş Faktör Kişilik Modeli

McCrae ve Costa (1995) Beş Faktör Kişilik Modelini bir kişilik sistemi olarak tanımlamıştır. Bu sistem bireylerin kendilerini ve diğer insanları tanımlayabilmek için

sarf ettikleri kelimelerin incelenmesi ve 50 yılı aşkın süren çalışmalar sonucunda ortaya çıkmıştır (McCrae ve Costa, 1995).

Günümüze kadar geliştirilen kişilik özellikleri ile ilgili modeller arasında Beş Faktör Kişilik Modelinin diğer modellere göre daha çok kabul edilebilir olmasının nedeni, bilimsel açıdan söz konusu modelin insan kişiliğini açıklamakta güvenilir ve uygun olduğunun ispatlanmış olmasıdır. Bu modeli diğerlerinden ayıran en büyük özellik, kişilik ölçümü ve değerlendirmesi alanında yüzlerce çalışmayla destek görmüş, uygunluk ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Bu modelin akademik alt yapısını, bireylerin kişilik yapılarını açıklamak için gündelik hayatta kullandığımız sıfatların faktör analizi sonucu elde edilen verileri oluşturmaktadır (Şahin, 2015). Beş Faktör Kişilik Modelinin diğer öne çıkan özellikleri ise; çok sayıda farklı kişilik yapılarını bir araya getirmesi ve bu sayede farklı kuramları savunan araştırmacılar arasında iletişim köprüsü kurması, davranışlar ile kişilik özellikleri arasındaki bağın sistemli olarak tetkik edilebilmesine imkân sağlaması ve kişiliği beş alt boyuta ayırarak genel olarak kabul görmüş bir tanımlama sağlaması olarak belirtilebilir (Solmuş, 2004).

Beş Faktör Kişilik Modelinin alt boyutları dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevrozizm ve deneyime/gelişime açıklık boyutlarıyla tanımlanır. Bu boyutları tanımlayan Türkçe’deki tipik davranışsal sıfatlar Tablo 4’de yer almaktadır (Somer ve Goldberg, 1999).

Tablo 4: Kişilik Özelliklerini Tanımlayan Sıfatlar

Kişilik Özelliği	Yüksek Puanlı Davranışsal Sıfatlar	Düşük Puanlı Davranışsal Sıfatlar
Dışadönüklük	Cana yakın, enerjik, neşeli, heyecan arayan, iyimser ve baskın	Mesafeli, sakin, içe dönük, yalnızlığı tercih eden
Uyumluluk	Gönüllü, işbirliğine inanan, samimi, anlayışlı, hoş görü ve sakin, uzlaşırdık	Şüpheli, dik başlı, inatçı, rekabetçi, ihtiyatlı
Sorumluluk	Sistemli, azimli, başarıya yönelimli, hırslı, titiz, düzenlilik, kurallara bağlılık	Plansız, erteleyen, dikkati kolay dağılan, düzensiz
Nevrotiklik	Endişeli, gergin, çekingen, kendine güvensiz	Rahat, özgüvenli, sabırlı, eleştiriye açık, strese toleranslı
Deneyime/Gelişime Açıklık	Yaratıcı, analitik, başka görüşlere açık, duyarlı	Geleneksel, tutucu, gerçekleri savunan, ilgisiz

Kaynak: Yelboğa (2006), Ören ve Biçkes (2011) ve Çetin ve Varoğlu (2009)'dan yararlanılarak hazırlanmıştır.

2.7.3.1. Dışadönüklük

Dışadönüklük eğilimi yüksek olan bireyler sosyal, enerjik ve iyimserdirler. Ancak buradan içe dönük bireylerin asosyal ve uyuşuk kişilik özellikleri sergiledikleri sonucuna varmak doğru değildir. Bazı araştırma sonuçlarına göre içe dönük bireylerin ılımlı, ürkek ve özgür kişilik özellikleri sergiledikleri görülmüştür (McCrae ve John, 1992). Ayrıca dışadönük kişilik özelliğine sahip bireyler ile içe dönük kişilik özelliğine sahip bireyler arasındaki bir diğer fark; dışadönüklerin içe dönüklere nazaran olaylara bardağın dolu tarafından bakma eğilimi göstermeleridir. Bu sayede dışadönükler daha az stres hisseder ve çevrelerine pozitif enerji yayarlar (Wayne, Musisca ve Fleeson, 2004). Stresle başa çıkma stratejileri ile ilgili yapılmış olan çalışmalarda, kişilik özelliklerinin etkili olduğu görülmüş ve iyimserliğin dışadönük kişilik özelliklerinden biri olduğu vurgulanmıştır (York ve John, 1992).

Bu kişilik özelliği ile ilgili yapılmış birçok farklı çalışmada, dışadönük kişilik özelliği gösteren bireylerin icra ettikleri işlerin, elde ettikleri maddi getiri veya terfi gibi motive edici taraflarına daha duyarlı oldukları görülmüştür. Dolayısıyla bu durum

dışadönüklerin mükâfatlara, içe dönüklerin ise, yaptırımlara daha duyarlı oldukları yaklaşımıyla da uygunluk göstermektedir (Solmuş, 2004).

2.7.3.2. Uyumluluk/ Geçimlilik

Uyumluluk, geçimlilik ya da yumuşak başlılık olarak tanımlanan bu boyut, bireyin insana değer veren yönüne vurgu yapmaktadır (Digman, 1990). Aynı kişilik özelliğini Somer (1998) ise kibar, esnek, açık kalpli, merhametli, ince, vicdanlı ve saygılı olmak gibi nitelikler ihtiva eden bir boyut olarak tanımlamıştır.

Uyumluluk, dışadönüklük gibi, insanlar arasındaki ilişkilerin başlıca boyutlarından biridir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan bireyler değerlendirildiğinde, özlerinde özverili ve özgecil insanlar oldukları görülmüştür. Aynı zamanda bu tip insanlar diğerlerini anlamak için daha fazla çaba gösterir ve onlara yardım ederler. Düşük seviyede uyumluluk kişilik özelliği sergileyen insanlar ise, bencil, şüpheli ve işbirliği yapmak yerine rekabetçi özellikler sergilerler (Karaca, 2015). Bireylerin uyumluluk düzeylerinin yüksek olması bir taraftan, onların güvenilir ve iş ortamında birlikte çalışabilme gibi niteliklere sahip olmalarını sağlarken diğer taraftan, bireyin kendi çıkarlarına öncelik vermesi ve iş ortamında bulunan diğer bireyleri yönetebilmesini engelleyen niteliklere de sahip olmasına neden olmaktadır. Uyumluluk özelliğinin bir diğer niteliği olan; çalışanlar ile yüksek düzeyde yakın ilişki kurması, çalışanların hayatlarını etkileyecek düzeyde karar verilmesi aşamasında tarafsızlığını koruyamayacağından dolayı olumlu görülmemektedir (Seibert ve Kraimer, 2001).

İş performansı ve uyumluluk kişilik özelliği arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda, uyumlu işçilerin iyi bir takım oyuncu olmasına rağmen performans açısından değerlendirildiğinde yeteri kadar arzulu ve hırslı olmadıkları sonucuna varılmıştır (Seibert ve Kraimer, 2001). Bu nedenle önemli kararların alınmasının gerekli olduğu mevkilerde uyumlu kişilerin başarısız olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca bu çalışmalardan; uyumlu bireylerin takım çalışması esasına dayanan örgütleri tercih ettikleri görülmektedir (Stevens ve Ash, 2001 Aktaran: Şahin, 2015).

2.7.3.3. Sorumluluk/Öz Disiplin

Sorumluluk kişilik özelliği; bireyin özenli ve düzenli olması, planlı ve kararlı hareket etmesi, her zaman daha iyisini hedefleyerek yoğun bir şekilde çalışması, etik ilke ve değerlere koşulsuz riayet etmesi ve başladığı işi tamamlama kararlılığı göstermesi olarak tanımlanabilir (Barrick ve Mount, 1991).

Sorumluluk algısı diğerlerine nazaran fazla olan bireyler, daha organize, daha disiplinli, daha şevkli ve mantık çerçevesinde hareket etmeye meyillidirler (Çetin ve Varoğlu, 2009). Ayrıca bu bireyler sorumluluk algısı düşük olanlara nazaran gerektiğinde sorumluluk alır ve inisiyatif kullanmaya isteklidir, kurallara riayet konusunda istikrarlıdır ve görevinin gereklerini yerine getirir. Farklı kültürlerden yöneticiler arasında yapılan bir çalışmaya göre, sorumluluk boyutu Beş Faktör Kişilik Özellikleri arasında başarıya etki eden en önemli boyut olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada sorumluluk boyutu ile başarıma isteği arasında pozitif bir ilişki olduğu ve sorumluluk eğilimi yüksek olan bireylerin görevlerinde yükselme olasılıklarının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Şahin, 2015).

Bireyin kontrol ve disiplini nasıl algıladığını ve kontrol odaklı hareketleri sorumluluk boyutunu ifade etmektedir. Bahse konu boyutta eğilimi yüksek olan bireylerde planlı, kararlı ve azimli olma özelliklerinin mevcut olduğu belirlenmiştir. Sorumluluk eğilimi düşük olanların ise, dikkatinin dağınık ve düzensiz oldukları, ayrıca bu nedenlerle bu bireylere güven duyulmadığı belirtilmektedir (Arthur ve Graziano, 1996). Diğer bir çalışmaya göre; söz konusu faktörde eğilimi yüksek bireylerin iş ve okul hayatlarında başarılı oldukları belirtilmiştir. Ancak aşırı uç kompulsif seviyede titiz ve düzenli olmanın psikolojik bir rahatsızlık olduğu ifade edilmiştir. Diğer taraftan sorumluluk eğilimi düşük olan bireylerin ise, koymuş olduğu hedeflere ulaşmakta gevşek hareket ettikleri, ahlaki ilkelerden taviz verdikleri ve zorluklar karşısında çabuk vaz geçtikleri belirtilmiştir (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2011).

Konuya farklı bir bakış açısı ile yaklaşan Costa, McCrae ve Dye'ne (1991) göre sorumluluk boyutu, yeterlilik, düzen, görev aşkı, başarı çabası, öz disiplin ve tedbirli

olma alt boyutlarını içermektedir. Bu boyutun hem ileriye taşıyıcı hem de engelleyici etkileri olduğu görülmüştür. Konulan hedefe ulaşmak için, ileriye taşıyıcı etkiler olarak başarı ihtiyacı ve çalışkanlık belirtilirken, engelleyici etkiler olarak ise, ahlaki değerler, tedbirlilik ve aşırı titizlik belirtilmektedir (McCrae ve John, 1992).

2.7.3.4. Nevrotiklik

Nevrotiklik, Türkçede duygusal dengesizlik olarak tanımlanmaktadır. Sinirli, gergin, endişeli, kaygılı, huzursuz, bunalımlı, karamsar, problemlı, mutsuz gibi sıfatlar bu faktörden baskın olduğu bireyleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Somer, 1998). McCrae ve Costa'ya (1987) göre nevrotiliğin, depresyon, kaygı, kızgınlık, sıkıntı, gibi negatif duygular ihtiva ettiğine dair fikir birliğine varılmıştır. Araştırmacılar, nevrotiliği akla uygun olmayan düşünceler ve üstesinden gelme mekanizmalarındaki kifayetsizlikle ilgili olduğunu ifade etmişlerdir.

Nevrotik kişilik özellikleri baskın olan bireylerin, mensubu oldukları toplumlarda insanlarla ilişki kurmakta ve ilişkilerini sürdürmekte sıkıntı yaşadıkları belirtilmiştir. Bu bireylerin devamlı olarak yaşadıkları gerginlikler, depresyon, engellenme hissi, suçluluk hissi ve hayal ürünü düşünce şekilleri olduğu ve bu sebeple, kendilerine saygı duymadıkları tespit edilmiştir (Solmuş, 2004). Ayrıca, nevrotilik kişilik özelliğine sahip bireyler; anksiyete, düşmanlık, depresyon, içine kapanıklık, düşünmeden davranma ve kırılabilirlik gibi birçok olumsuz duyguyu yaşama eğilimi göstermektedir (McCrae ve John, 1992). Nevrotiklik özelliği düşük olan kişiler kendine güvenen, sakin, soğukkanlı ve rahat kişiler olarak karakterize edilmektedir (Çetin ve Varoğlu, 2009).

2.7.3.5. Deneyime/Gelişime Açıklık

Beş Faktör Kişilik Modeli'nin beşinci ve son faktörü gelişime açıklıktır. Literatürde konu ile ilgili inceleme yapıldığında, araştırmacıların bu faktör ile ilgili net bir şekilde uzlaşıya varamadıkları görülmüştür. Söz konusu faktör genel olarak gelişmiş aydın fikirlere sahip olma, kendisinde ve çevresinde olup biten değişikliklerin farkında olma ve takip etme kabiliyeti, duygusal zekâsı gelişmiş ve inovasyon

yapabilme gibi nitelikleri kapsamaktadır (Karaca, 2015). Diğer bir ifadeye göre gelişime açıklık boyutu, kreatif ve inovatif bireyler ile geleneksel ve muhafazakr bireyler arasındaki farkın oluşmasını sağlayan boyuttur. Bu bireylerin yeni fikirlere, sanata ve estetiğe olan ilgisi yüksektir. Ayrıca bu bireyler gelişime kapalı bireylere nazaran duygularını daha iyi tanırlar ve somut tecrübelere dayanmayan şekiller ve soyut kavramları zihinlerinde tasarlayabilirler. Matematiksel ve mantıksal düşünce, hitabet, görsel ve işitsel sanatlar gibi yeteneklerin bu kişilik özelliğine sahip bireylerde görülme ihtimali artmaktadır (şahin, 2015).

Gelişime açıklık kişilik özelliği gösteren bireyler genel olarak esnektirler, kendilerine biçilmiş olan cinsiyet rollerini kabul etmezler ve yeni deneyimler yaşamaya ilgi duyarlar. Bu bireyler kendilerini tasvir ederken özgürlük ve kendine özgü olma nitelikleri üzerinde dururlar. Bu bireyler aynı zamanda kendi kendini anlayabilme yeteneğine sahiptirler, kreatiftirler, yreklidirler ve tek tip olmaktansa çeşitliliği tercih ederler (McCrae ve Costa Jr., 1985). Bu kişilik özelliğinin baskın olmadığı bireyler ise, soyut kavramlar yerine somut kavramları tercih ederler, kolay ve ince düşünmekten haz etmezler, tutucudurlar, inovasyona direnç gösterirler ve geleneksel bakış açısını sorgulamazlar (Somer ve diğerleri, 2011).

2.7.4. Kişilik zelliklerinin Girişimciliğe Etkisi

Girişimcilik ile ilgili çalışmalar 1950'lerden sonra girişimcilerin kişilik özellikleri üzerine yoğunlaşmaya başlamış olup, beş faktör kişilik modelinin etkinleşmesi ve girişimcilikte kişilik konusunun ivme kazanması 1990'larda olmuştur (Zhao ve Seibert, 2006). Dolayısıyla Beş Faktör Kişilik Modelinin rasyonel sonuçlar verdiği ve kişilik literatüründe kayda değer gelişmeler sağladığı tespit edilince, literatürde gün geçtikçe artan oranda kişilik alışması Beş Faktör Kişilik Modeli bağlamında değerlendirilmeye başlanmıştır (Figueredo ve diğerleri, 2014).

Girişimcilerin kişilik özellikleri ile ilgili Roberts'in (1991) yapmış olduğu çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, yüksek teknoloji sektöründe uzmanlaşmış ve şu anda kendi işini kurmuş bireyler, başkaları için çalışan yüksek teknoloji uzmanlarından daha fazla dışa dönüktür (Shane, 2003). Bu doğrultuda Wooten ve

diğerlerinin (1999) yapmış olduğu çalışmada ise şu anda girişimci olan ve olmayan bireylerin önceki tutumları karşılaştırılmıştır. Girişimcilik faaliyetini gerçekleştirmiş olan kişilerin kendi işlerini kurmadan önce de sosyal bireyler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, dışadönüklük ile girişimcilik arasında kuvvetli bir bağ olduğuna dikkat çekmektedir (Başol, Dursun ve Aytaç, 2011).

Löckenhoff, Duberstein, Friedman, ve Costa Jr. (2011) tarafından girişimciler üzerinde Beş Faktör Kişilik Modeli kullanılarak yapılan araştırmanın sonucunda; girişimciler özellikle dışadönüklük, öz disiplin/sorumluluk ve gelişime açıklık faktörlerinde yüksek puanlar alırken, nevrotizm ve uyumluluk faktörlerinde ortalamanın altında ya da düşük puanlar aldıkları görülmüştür. Fuller ve Marler (2009) tarafından girişimciler üzerinde yapılan çalışmaların sonucunda ise; girişimcilerin gelişime açıklık kişilik özelliği ile hedef belirlemek ve belirlemiş olduğu hedefe ulaşabilmek için harekete geçmek arasında ilişki olduğu görülmüştür.

Bir diğer çalışmada ise Zhao ve Seibert (2006) yöneticiler ile girişimcileri Beş Faktör Kişilik Modeli bağlamında meta analitik olarak karşılaştırmıştır. Bahse konu çalışmada, girişimcilerde sorumluluk, gelişime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerinin hâkim olduğu, ayrıca uyumluluk ve nevrotiklik özelliklerinin görülme olasılığının düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı konu ile ilgili (Zhao, Seibert ve Lumpkin, 2010) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise, sorumluluk, dışadönüklük, duygusal dengelilik ve gelişime açıklık kişilik özellikleri ile girişimcilik ve işletme performansı arasında pozitif, uyumluluk kişilik özelliği ile negatif korelasyon tespit edilmiştir.

Beş Faktör Kişilik Modeli'nin girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve ölçülmesi üzerinde ne kadar önemli olduğu görülmüştür. Ancak yakın geçmişten günümüze yaşanmakta olan ekonomik ve teknolojik gelişmeler yeni bir girişimci kişilik özelliğinin doğmasına ve diğer kişilik özelliklerinin önüne geçmesine neden olmuştur. Literatürde söz konusu kişilik özelliği proaktif kişilik olarak belirtilmektedir.

2.7.5. Proaktif Kişilik

2.7.5.1. Proaktif Davranış Kavramı

Proaktivite konusundaki araştırmaları ile bilinen (Bateman ve Crant, 1993) proaktiviteyi, mensubu oldukları topluluğu istekleri doğrultusunda yönlendirebilmek maksadı ile bireyleri reaksiyon göstermeye ve girişimde bulunmaya teşvik eden ruhsal yapı olarak tanımlamışlardır. Tosun (2012) ise, proaktiviteyi; bireylerin ileride karşılarna çıkabilecek olaylar henüz oluşmadan reaksiyon göstererek bu olayları kontrol altına alma veya durumu lehine çevirme gayreti olarak tanımlamıştır.

Baltaş'a (2003) göre proaktif davranış gösteremeyen kişiler başarıyı; yoğun bir iş takvimine uymak, bir projeyi bütçesinin altında bir maliyetle tamamlamak, işte ya da sporda bir başarı kazanmak olarak tanımlarlar. Ancak bu davranışlar bir değişimi içermez. Buna karşılık proaktif kişiler ya kendi işlerini kurarlar, ya bir değişime önderlik ederler ya da büyük kuruluşların içinde girişimci faaliyetlerde bulunurlar. Aynı zamanda proaktif bireyler başarıyı geleceğe yönelik ve değişim yaratmakla eşanamlı görür. Bu doğrultuda Crant'da (2000) proaktif davranışı, inisiyatif alarak hâlihazırdaki şartları iyileştirmek veya yeni şartlar yaratmak, başka bir ifadeyle hâlihazırdaki şartları kabul etmek yerine mevcut sisteme baş kaldırmak olarak tanımlamaktadır.

Bireylerin iş hayatlarında ihtiyaç duydukları özgürlük ve yetkinin tanınması, onları proaktif davranış göstermek için teşvik etmektedir. Böylece bireyin proaktif davranış sergileyebilmesi için uygun ortam oluşması sağlanacaktır. Şüphesiz oluşturulmak istenen bu ortam sınırsız özgürlük ve yetkiye sahip olmak anlamına gelmemektedir. Dolayısıyla bu durumda yöneticilerin işlerin gereklerine göre sınırları en rasyonel şekilde belirlemeleri ve çalışanlara doğru aktarmaları gerekmektedir (Bateman ve Crant, 1999). Aksi takdirde çalışanların gelişigüzel inisiyatif kullanması, faaliyete geçmesi ve bir değişim yaratmaya çalışması, işletmenin politik iç dengesinin ve ikliminin bozulmasına neden olur (Baltaş, 2003).

Proaktif kişilik özelliğine sahip birey hâlihazırda fırsatları tespit eden ve bu

fırsatları lehine kullanarak harekete geçen kişidir. Ayrıca bu bireyler iş süreçlerinde karşılıklarına çıkabilecek aksaklıkları önceden tespit eder, bu aksaklıkların neden olabileceği olumsuz sonuçları gerekli tedbirleri alarak önler ve gelişim odaklı değişimin temelini oluşturan davranışlar sergiler (Bateman ve Crant, 1999). Ancak sonuçları değiştiren her davranış da proaktif davranış değildir. Sonuçları rastlantısal olarak değiştirmek, gerçeğin kendisini değil algılanışını değiştirmek, ya da eylemlerin sayısını artırmak proaktif davranış sayılmaz. İnsanların "bilerek, isteyerek ve doğrudan doğruya yeni koşullar oluşturmaları ya da mevcut durumu değiştirmeleri" gerçek proaktif davranıştır (Baltaş, 2003).

Bateman and Crant (1999) girişimci ve şirket yöneticileri arasında yapmış oldukları araştırmalar sonucunda proaktif davranışların nasıl olması gerektiğini aşağıdaki şekilde sıralamışlardır:

- Devamlı arayış içerisinde olarak değişim için fırsat kollamak,
- Etkili değişim odaklı hedefler koymak,
- Muhtemel problemleri erken tahmin etmek ve önlemek,
- Yeni şeyler üretmek veya yeni bir şekilde üretmek,
- Harekete geçmek, ısrarcı ve azimli olmak,
- Sonuç odaklı girişimde bulunmak.

2.7.5.2. Proaktif Kişilik

Bateman and Crant (1993) proaktif kişiliğe sahip bireyleri, içinde bulunulan vaziyetin gereklerinden bağımsız olarak pozitif değişime tesir eden insanlar olarak tanımlamaktadırlar. Proaktif kişilik özellikleri gösteren bireyler, karşılıklarına çıkabilecek fırsatları iyi takip ederek ve inisiyatif almaktan kaçınmadan sonuç odaklı hareket ederler. Bu durumun aksine proaktif kişilik özelliği göstermeyen bireyler daha pasif bir davranış sergilemektedirler. Önlerine çıkan fırsatlardan yararlanmak bir yana, bu fırsatların farkına bile varmazlar ve çevresel koşullar ile diğer bireylerin etkisinde kalarak, kendilerini olayların akışına bırakmışlardır. Kısaca Crant (2000) proaktif kişiliği, hâlihazırdaki şartları iyileştirmek veya yeni imkânlar ortaya çıkarmak için inisiyatif almak olarak tanımlamış ve hâlihazırdaki duruma ayak uydurmak yerine statükoya karşı gelmek ile ilişkilendirmektedir.

Proaktif kişilik güçlü içsel motivasyona sahip bir kişilik özelliğidir. Proaktif kişilik özelliklerine sahip olan bireyler, içsel ya da dışsal kısıtlamalarla kendini kısıtlamadan hedeflerine ulaşana kadar azimle çaba gösterirler (Presbitero, 2015). Crant'a (2000) göre proaktif olmayan bireyler proaktif olanlara göre zıt hareket tarzları sergilerler, teşebbüse geçmek bir yana fırsatları bile tespit etmeyi beceremezler. Proaktif olmayan bireyler reaktif ve pasiftirler ve değişiklik yaratmak yerine içinde buldukları şartlara ayak uydurmayı tercih ederler.

Locke ve Latham (2002) proaktif kişiliği güçlü kişilik tanımları ile bağdaştırırlar. Bu tanıma göre, güçlü kişilik özelliğine sahip bireyler zayıf bireylere nazaran daha az standartlara bağlı kalırlar (Tosun, 2012). Güçlü kişiler karşılına çıkan zorlukların üstesinden gelebilmek için farklı çözümler ararlar ve başarı elde edebilmek için hedef odaklı hareket ederler. Bu doğrultuda proaktif kişilik özelliği gösteren bireylerin diğerleriyle karşılaştırıldığında daha yüksek iç disipline sahip oldukları görülmüştür. Sorumluluktan kaçmazlar ve inisiyatif alırlar. Parker and Collins (2010), proaktif kişilik özelliklerini en iyi açıklayan davranışları; sorumluluk alma, dile getirme, sorun önleme ve bireysel yenilikçilik olarak belirtmektedir. Dolayısıyla bu davranışları sergileyen bireyler örgütün içindeki değişimi tetikleyen ve kontrolü elinde bulunduran proaktif kişilerdir (Parker ve Collins, 2010).

Durumsal zorluklara boyun eğmeden kendi çevresinde pozitif bir değişiklik yaratan bireyler proaktif kişiler olarak isimlendirilmektedir (Seibert ve Kraimer, 2001). Bu kişiler, pasif davranışlar sergileyerek çevresel şartlar ve olayların etkisinde kalan bireylerin tersine özümsemiş ve pozitif değişim odaklı değerler tarafından yönetilmektedir. Reaktif bireyler beklenmedik bir olayla karşı karşıya geldiğinde konuyu irdelemeden hızla karar verip, harekete geçerken, proaktif bireyler konuyu irdeledikten sonra harekete geçip, geçmeme arasında seçme özgürlüğünü kullanmaya önem verir. Amaçlarına ulaşabilmek için harekete geçtiklerinde istedikleri sonuca ulaşana kadar yılmadan çaba gösterirler. Dolayısıyla hedef odaklı hareket etmektedirler (Covey, 2010).

Modern psikolojide insan kişiliğinin boyutlarını açıklamak için sıkça tercih edilen ve Büyük Beşli olarak da bilinen Beş Faktör Kişilik Modeli'ne ek olarak

proaktif kişilik yapısının örgütsel davranışa olan etkisinin incelenmesi artarak önem kazanmaktadır (Seibert ve Kraimer, 2001). Bu nedenle kişilik özellikleri ile ilgili bu iki kavramın bir birleri ile olan ilişkileri önem arz etmektedir.

2.7.5.3. Proaktif Kişilik Özellikleri'nin Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Benzerlikleri

Kişilik özelliklerini açıklama ve ölçmede güvenilirliği ile ilgili araştırmacıların hem fikir olduğu Beş Faktör Kişilik Modeli kişilik özelliklerinden birkaçı ile proaktif kişilik özellikleri benzerlik sergilemektedir. İnsan ilişkilerinde aktif oluşu, harekete geçme motivasyonunun yüksekliği ve özgüvenin yüksek olması gibi özelliklerle açıklanan dışadönüklük ile proaktiflik arasında belirgin ortak özellikler bulunmaktadır. Beş Faktör Kişilik Modeli kişilik özelliklerinden bir diğeri olan öz disiplin ile proaktiflik arasında pozitif ilişki vardır. Proaktif kişilik özelliği gösteren bireyler ile öz disiplin kişilik özelliği gösteren bireyler ısrarcı olmaları, azimli olmaları, her şart altında sonuca ulaşabilmek için yüksek motivasyona sahip olmaları gibi özellikler bakımından benzerlik göstermektedirler. Diğer taraftan Beş Faktör Kişilik Modeli kişilik özelliklerinden nevrozizm ve uyumluluk boyutları ile proaktiflik arasında anlamlı bir ilişki olmaması beklenmektedir. Çünkü proaktif bireyler çevresel koşullardan etkilenmeme ve onları lehlerine olacak şekilde değiştirme eğilimindedirler. Ayrıca bu bireyler pozitif değişim yaratmak ve koymuş olduğu hedefe ulaşmak için duygusal değişikliklerden etkilenmeyen tutarlı bir davranış sergilemektedirler (Bateman ve Crant, 1993).

Beş Faktör Kişilik Modeli kişilik özelliklerinden bir diğeri olan gelişime açıklık boyutunun yeni olana karşı keşfedici ilgi duyma özelliği ile proaktif kişilik özellikleri benzerlik göstermektedir. Fakat gelişime açıklık boyutu, edilgen bir yapıya dönüşme ihtimalinden dolayı bu boyut ile proaktif kişilik özellikleri arasında pozitif bir ilişki olması beklenmemektedir (Bateman ve Crant, 1993).

Bu bağlamda Beş Faktör Kişilik Modeli boyutları ile Bateman ve Crant'ın (1993) geliştirdikleri proaktif kişilik ölçeği arasındaki korelasyon üzerine Bateman, Crant ve Major'un yapmış oldukları çalışmalardan elde etmiş oldukları sonuçlar

aşağıdaki tabloda belirtilmektedir (Tosun, 2012).

Tablo 5: Beş Faktör Kişilik Modeli Boyutları ile Proaktif Kişilik İlişkisi

	Sorumluluk	Dışadönüklük	Uyumluluk	Nevrotizm	Deneyime/Gelişime Açıklık
Bateman ve Crant (1993)	0.43**	0.25**	-0.09	-0.16	0.17
Crant (1995)	0.26**	0.35**	-0.09	-0.12	0.18
Bateman ve Crant (2000)	0.29**	0.37**	0.05	-0.24*	0.24**
Major ve diğerleri (2006)	0.15*	0.20*	-0.12	-0.15*	0.37*

**p<0.01, *p<0.05

Kaynak: (Tosun, 2012)

Tablo-5'te görüleceği gibi dört araştırmada da proaktif kişilik ile Beş Faktör Kişilik Modeli boyutlarından öz disiplin ve dışa dönüklük boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar elde edilmiştir. Dolayısıyla girişimcilerin öz disiplin, dışadönüklük ve uyumluluk kişilik özellikleri sergiledikleri düşünüldüğünde, proaktif bireylerin de bu kişilik özellikleri ile benzer özelliklere sahip olduğu görülmektedir.

Beş Faktör Kişilik Modeli boyutları ile yakın özellikler göstermesine rağmen örgütsel şartları belirtmekte spesifik bir kişilik özelliği olmasıyla proaktif kişilik Büyük Beşli'nin ötesine geçmektedir (Seibert ve Kraimer, 2001). Konu ile ilgili literatür incelendiğinde proaktif kişilik özelliğine sahip bireylerin diğerlerine nazaran daha fazla girişimsel hareketlerde buldukları görülmüştür (Konaklıoğlu ve Kızanıklı, 2011).

2.8. KÜLTÜR KAVRAMI

Toplumların, insanı diğer canlılardan farklı kılan en önemli özelliklerden biri olan kültürden ayrı tutulma olasılığı yoktur. Çünkü insanlar yetiştirildikleri kültürün özelliklerini sergilerler ve haiz oldukları özellikleri içinde buldukları topluma

yansıtırlar. Dolayısıyla toplumları oluşturan insanların kültürel yansımalarının bir araya gelmesiyle toplumlara ait kültürel değerler oluşur. İnsanların, grupların, örgütlerin, toplumların ve devletlerin geçmişlerinin bilinmesi, içinde buldukları zaman diliminde kabul görmeleri ve geleceklerinin tahmin edilebilir olması, ancak ortak bir kültürel değerlere sahip olmaları şartıyla gerçekleşebilir (Emre, 2007). Bu kültürel değerler zaman içerisinde kademeli şekilde değişim gösterse de kültürü oluşturan bileşenlerin değişim göstermesi asırlar alabilir. Teknoloji, ekonomik refah, kültürlerarası etkileşim ve iletişim gibi unsurlar kültürel değerlerde önemli değişimlere sebep olmaktadır (Ercan ve Sığı, 2015).

Kültür ile ilgili literatür incelendiğinde farklı bir çok tanıma rastlanılmaktadır. Hofstede'ye (1984) göre kültür, bir insan topluluğunun kendi tarihi süreci konusunda sahip olduğu bilinç demektir. O yüzden, bu insan topluluğu tarihi gelişim bilinci doğrultusunda mevcudiyetini sürdürebilme kararlılığını gösterir ve ilerlemesini sağlar (Hofstede, 1984). Kültürle ilgili klasik haline gelmiş tanımlardan birini de E.B. Taylor yapmıştır. Taylor'a (1914) göre kültür, bir toplumu oluşturan bireylerin öğrendiği bilgi, sanat, gelenek-görenek ve bu tip kabiliyetleri benimsemesini sağlayan kompleks bir yapıdır. Türk toplumunda ise kültürle ilgili yapılmış tanımların başında Ziya Gökalp'in tanımı gelmektedir. Gökalp kültürü, bir topluma ait sanat, din gelenekler ve adetler olarak tanımlamış ve kültürün ulusal olduğunu iddia etmiştir (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2011).

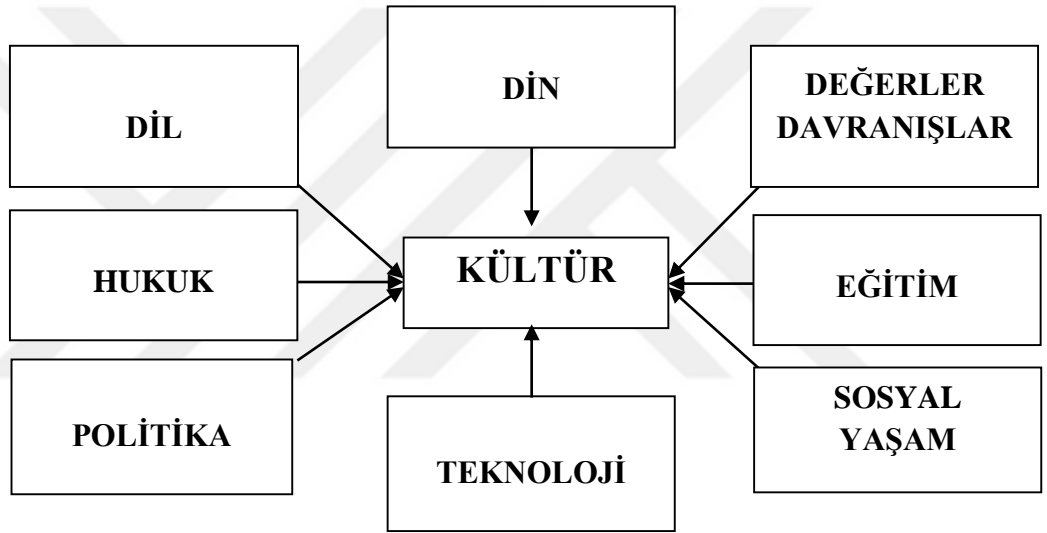
Akpınar'ın (2011) tanımına göre kültür; toplumu oluşturan bireylerin ortak özellikleri olup, nesilden nesile iletilen öğrenilmiş bir yaşam şeklidir. Kültürel özelliklerin girişimci güdüler ve hareket kalıplarının ortaya çıkmasında önemli bir etkisi vardır. Kültürün etkisini, ailenin vermiş olduğu eğitimden, ahlaki normlara, kişilik yapısına, davranış şekline, yaşam tarzına ve sosyal çevreye kadar birçok yerde görmek mümkündür. Ön yargılarımız ve tercihlerimiz büyük oranda, mensubu olduğumuz toplumun kültürel özelliklerinin izlerini taşımaktadır. Erbatu'nun (2008) tanımına göre ise kültür, belirli bir topluma mensup insanların birbirleriyle ve toplumla olan etkileşimlerini düzenlemektedir. Bu bağlamda insanların tahmin edilebilir davranışlar sergilemelerinin nedeni olarak belirli bir kültüre göre yetiştirilmiş olmaları gösterilebilir. Yukarıda farklı araştırmacılar tarafından tanımı yapılmış kültür;

kendisini meydana getiren farklı parçalardan oluşmaktadır. Bir sonraki bölümde kültürü oluşturan bu parçalara değinilmiştir.

2.8.1. Kültürel Unsurlar

Kültürü meydana getiren parçalardan her birinin, insanların sergilemiş oldukları hareketlere ayrı ayrı etkisi vardır. Her kültürün unsurlarını maddi ve manevi olmak üzere iki ayrı grupta incelemek mümkündür.

Şekil 4: Kültürün Unsurları



Kaynak: Albaum ve Duerr, 2008

2.8.1.1. Kültürün Maddi Unsurları

Bir toplumun teknolojik seviyesi, üretimi, kabiliyeti ve kapasitesi maddi kültürü oluşturur. Maddi kültürün, insan eliyle üretilmiş değerlerden oluşması en önemli özelliğidir. Toplumların içinde bulunduğu coğrafi şartlar, yaşattıkları gelenekler maddi kültürlerinin sınırlarının belirlenmesinde etkilidir (Ataman, 2009). Buradan yola çıkarak, bir toplumun teknolojik seviyesi, yeniliklere ve icatlara karşı verdikleri tepki, şehirleşme katsayısı ve iletişim vasıtalarını kullanma seviyeleri gibi konular, o toplumda baskın olan maddi kültür ile ilgili belirli ipuçları vermektedir (Erdoğan, 2007).

Kültürel unsurlar zaman içerisinde kademeli bir biçimde değişim gösterse de kültürü oluşturan bileşenlerin değişim göstermesi asırlar alabilmektedir (Ercan ve Sığı, 2015). Bu duruma örnek olarak; Fransa'da günlük hayatın bir parçası olan mikro dalga fırına hemen hemen herkesin mutfağında rastlamak mümkünken aynı ürünün bir Orta Afrika ülkesinde aynı talebi görme olasılığı, alım gücü, yaşam tarzı ve gelenekler gibi nedenlerle düşüktür. Aynı şekilde Japon yaşam tarzı ve ülkenin coğrafi koşullarından dolayı evlerin çok küçük olması, ABD'de popüler olan portatif havuz ve Amerikan barbekülerin Japonya'da da popüler olmasını imkânsız hale getirmektedir. Dolayısıyla buradan toplumların sahip olduğu sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özelliklerin, maddi kültürün oluşumunda etkili olduğu sonucuna varmak mümkündür (Mutlu, 2005).

2.8.1.2. Kültürün Manevi Unsurları

Sosyo-kültürel bileşenler olarak da bilinen; dil, din, estetik algısı, tutum ve inançlar, değer ve kurallar, eğitim ve sosyal kurumlar manevi kültür unsurlarını oluşturmaktadır. Bu unsurların arasında özellikle dil ve inançlar manevi kültürün oluşumunda önemli bir yer tutmaktadır (Büber, 2011).

Mutlu'ya (2005) göre toplumlardaki görsel, işitsel ve algısal tüm olguları içine alan dil, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarına, geçmiş ve gelecek ile ilgili değerlendirme yapmalarına imkân sağlayarak, kültürün özel ve ayrıcalıklı boyutlarının oluşmasını sağlar. Bu nedenle dil, kültürlerin birbirlerinden farklı olmalarının en önemli sebeplerinden biridir. Başka bir ifadeyle "dil kültürün oluşmasında, öğrenilmesinde, nesiller boyu devam etmesinde ve dolayısıyla kültürel farklılıkların oluşmasında büyük bir öneme sahiptir. Bu bağlamda dil, kültürleri belirleyici ve şekillendirici bir görev üstlenmektedir (Erdoğan, 2007).

İnanç ise; bir düşünceye gönülden bağlı bulunma olarak tanımlanabilir. Bir toplumun inançlarının ortak olması, etkin ve yaygın bir kültüre sahip olması şartıyla sağlanabilmektedir. İnançlar ne kadar çok birey tarafından kabul görür ve paylaşılırsa, manevi kültür de o kadar netleşir ve sağlamlaşır. İnançların oluşmasında efsaneler,

masallar, batıl inançlar da önemli bir yer tutar. Toplumların sürekliliğini sağlayan bu inançlar, toplumsal değişimlere yön verir (Erdoğan, 2007). Dolayısıyla bir toplumda bireylerin benzer inançlara sahip olması, toplumda yaygın ve güçlü bir kültür olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Unutkan, 1995).

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, şu ana kadar unsurlarına yer verilen kültürün, özelliklerinin belirlenmesi ve ölçülmesi için farklı modellerden yararlandığı görülmüştür. Bu çalışmada da değinilen Geert Hofstede'nin modeli de kültür kavramını geniş açılardan değerlendirilmesine olanak sağlayan ve genel kabul gören modellerden birisidir.

2.8.2. Geert Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Modeli

Hofstede kültürel farklılıklarla ilgili yapmış olduğu çalışmada bireylerin neden ve nasıl yaptıkları davranışlarını açıklamada yardımcı olan, kültürün dört boyutunu; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireycilik-toplumculuk ve erillik-dişillik olarak belirlemiştir (Hofstede, 1984). Hofstede, IBM Firması için 1991 Asya'da yılında yapmış olduğu araştırmanın sonucunda bu boyutlara ek olarak beşinci boyutu eklemiştir; bu boyutu, uzun dönemli veya kısa dönemli bakış açısıyla değerlendirilen zaman oryantasyonu olarak belirtmektedir (Hofstede, 1994).

2.8.2.1. Bireycilik / Toplulukçuluk

Bu boyut, toplumlarda hâkim olan kültür içinde egemen olan değer ve kuralların, öncelikle toplumu oluşturan bireylerin gereksinimlerinin mi, yoksa toplumları oluşturan grupların gereksinimlerinin mi karşılanmasının önem arz ettiğini belirtmektedir. Dolayısıyla toplulukçuluğun hâkim olduğu toplumlarda bireysel başarı yerine grubun başarısı; bireysel menfaat yerine grubun menfaati, bireysel mükâfat yerine toplu mükâfatlar tercih edilmektedir (Şişman, 2007). Bu tarz örgütlerde, bireylerin başarısını veya hatasını tüm örgüte mal etme eğilimi vardır. Örgüt mensupları arasındaki psikolojik bağlılık ve ortak amaçlara hizmet etme eğilimi yüksektir. Bireyciliğin ön planda olduğu toplumlarda ise, birey toplumdan önce gelir ve diğerlerinden bağımsız olarak kendi nasıl isterse öyle yaşama hakkı vardır. Bireyci

kültürün kabul gördüğü örgütlerde, birey menfaatlerini örgütün menfaatlerinden üstün tutma eğilimindedir. Dolayısıyla birey kendi avantajına olduğuna kanaat getirdiği sürece, örgütün amaçlarına katkı sağlamayı sürdürür. Bireyci kültürün hâkim olduğu örgütlerde, kişilerin kendi inisiyatifleriyle almış oldukları kararlar hâkimdir ve iş daima ilişkilerden önce gelir (Turan, Durceylan ve Şişman, 2005).

Bireyci kültürün baskın olduğu toplumlarda, insan en kıymetli varlık olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle hukuk ve kanunlar insan ve eşitlik olgusu temeline oturtulmuştur. Bu tarz toplumlarda, herkes bireysel olarak mülk sahibi olabilmekte ve bireysel girişimler kurabilmektedir. Bu sebeple ekonomilerinde bireysel girişimler büyük bir önem arz etmektedir. Toplumunu oluşturan bireylerin, özgürlüğe ve insan haklarına gösterdiği önem ve dolayısıyla da hukuka duyulan güven artmaktadır. Toplulukçu kültürün hâkim olduğu toplumlarda ise; kanunlar ve doğrular gruplara göre değişiklik göstermektedir, bireyler bir konu hakkında karar verirken grup halinde hareket etmektedir ve özel yaşama grup üyeleri müdahale edebilmektedir (Erbatu, 2008). Ayrıca bu toplumlarda; işveren ile çalışanlar arasında ahlaki bazlı bir münasebet bulunmaktadır. Söz konusu münasebet dâhilinde bir çalışanın düşük başarımla sergilemesi, onu işten çıkarmak için yeterli bir sebep değildir. Bu tarz davranışların en iyi örnekleri Japon toplumunda görülmektedir (Hofstede, 1997).

Hofstede'nin yapmış olduğu araştırmada Pakistan, Arjantin, Japonya, Türkiye ve Yunanistan'da toplulukçu kültürel özelliklerin baskın olduğu gözlemlenirken, ABD, Avusturya ve İngiltere de bireyci kültürel özelliklerin baskın olduğu gözlemlenmiştir (Geert Hofstede, 1980). Çelik'in (2001) çalışmasında ise Türk toplumunun %75'i, Japon toplumunun %76'sı toplulukçu kültürel özellikler gösterirken, aynı kültürel boyut ABD toplumunda %32 oranında görülmektedir.

Hofstede, girişimcilik ve girişimci bireylerin yetiştirilebilmesi için toplulukçu ve bireyci toplumsal yapılar açısından farklılıklar olduğunu belirtmiştir. Ona göre; toplulukçu kültürel özelliklerin hâkim olduğu toplumlar girişimci eğilimleri baskılamakta, bireyci kültürel özelliklerin hâkim olduğu toplumlar bunu destekler ve geliştirirler (Aytaç, 2006). Bununla birlikte kentleşme ve endüstrileşme oranı yüksek olan zengin ülkelerde bireyci kültürel özelliklerin, endüstrileşme oranı düşük yoksul

lkeler ise toplumcu kültürel özelliklerin baskın olduğu görülmektedir. Ancak bu konuda da bazı istisnalar mevcuttur. Örneğin; endüstrileşme oranı yüksek olan Japonya ve yeni endüstrileşmeye başlayan Güney Kore, Tayvan, Hong Kong ve Singapur gibi ülkelerde toplumcu kültürel özellikler gözlenmektedir (Hofstede, 1993).

Türkiye’de de konu ile ilgili yapılmış araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalara örnek olarak, arıkcı ve Koyuncu’nun (2010) Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Hikmet Tolunay Meslek Yüksekokulu ve Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu’nda temel işletmecilik ve yönetim eğitimi almakta olan öğrenciler üzerinde yapmış oldukları araştırma ele alınabilir. Bu çalışmaya göre, toplulukçuluk ile girişimcilik arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak araştırmanın ulaşmak istediği önemli sonuçlardan biri olan bireycilik ile girişimcilik arasında pozitif yönlü bir ilişkinin mevcut olmasına karşın, bu iki kavram arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Diğer bir araştırmada ise; Güler, Bozacı ve Karakaya’nın (2016) Kırıkkale’de ikamet eden ve henüz aktif olarak girişim faaliyetinde bulunmayan öğrenciler üzerinde yapmış oldukları araştırmanın sonucunda toplulukçuluk ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

2.8.2.2. Güç Mesafesi

Bir toplumun bireyleri arasındaki gç farklılıklarına güç mesafesi denir. Toplumun bireyleri arasındaki gç farklılıkları fazla ise, astlarla üstler arasında resmi bir yapı mevcuttur ve bireyler hiyerarşik olarak kendilerinden üst olanların haklılıklarını sorgulamazlar. Bireyler arasında güç mesafesi az ise, bu bireylerde sorgulayıcı ve daha katılımcı bir yapı mevcuttur, hiyerarşinin sınırları kesin bir şekilde belirlenmemiştir ve astlarla üstler yönetimsel açıdan birbirlerine daha yakındırlar (Hofstede, 1980). Toplumun bireyleri arasında hiyerarşik mesafeye sebep olan gç, o toplumu oluşturan maddi ve manevi öğeler dâhilinde gerçekleşiyor ise, o toplumun bireyleri tarafından kabul edilen güç düzeyindeki farklılıklar, belli bir süre sonra zmsenerek süreklilik kazanır. Gç mesafesini özümsemiş olan toplumlarda, patron ve üst düzey yönetici gibi işinin doğası gereği güç sahibi olan kişiler haklı olmak için doğruluklarını ispatlamak mecburiyetinde değillerdir. Dolayısıyla bu kişiler sahip

oldukları güç sayesinde hep haklıdırlar (Hofstede, 1991).

Güç mesafesinin fazla olduğu örgütlerde; ast ve üst arasındaki fark fazladır, merkezi yapı hâkimdir, astlara ne yapılacağı ayrıntılı olarak söylenir, denetim mekanizması katıdır, çalışanlar arasında ücret farklılıkları fazladır ve yöneticiler babacan birer otokrattır. Düşük güç mesafesinin olduğu örgütlerde ise merkezi olmayan yapı vardır, ast ve üst arasındaki fark azdır. Ast olan bir çalışan belli bir zaman sonra üst olabilir, roller değişebilir, ücretlendirmede keskin ayrımlar yoktur ve ideal yönetici bir demokrattır. Kararlar ortak alınır (Hofstede, 1991). Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda güç doğru ve yanlıştan önce geldiği için, gücü elinde bulduran her iki durumda da son sözü söyleme hakkına sahiptir. Güç sahibinin vereceği kararın kanuna aykırı olması bile önemsenmemektedir. Çünkü güç, kanunun bile üzerinde kabul edilmektedir. Dolayısıyla güç dağılımının eşit olmadığı toplumlarda yüksek makama sahip olmak büyük önem arz etmektedir. Bununla birlikte güç dağılımının düşük olduğu toplumlar incelendiğinde ise; yasaların her şeyden ve herkesten üstün olduğu, doğruyu ve yanlışı yasaların belirlediği ve paradan, makamdan ve güçten bağımsız olarak herkesin eşit haklara sahip oldukları görülmüştür (Erbatu, 2008).

Hofstede'nin yapmış olduğu araştırmada Avusturya, Kanada, İsrail, Danimarka, İngiltere, Almanya, Hollanda, ABD güç mesafesinin düşük olduğu ülkeler grubunda yer alırken, Pakistan, Filipinler, Meksika, Hindistan, Brezilya, Hong Kong, Fransa, Türkiye ise, güç mesafesinin yüksek olduğu ülkeler grubunda yer almaktadır (Hofstede, 1984). Çelik'in (2001) yapmış olduğu araştırmada ise, Türk insanının %39'u gücü meşruiyet sebebi olarak kabul ederken, bu oran Amerika'da %20, Japonya'da %73 olarak görülmektedir. Yine Hofstede'nin (1980) yapmış olduğu çalışma incelendiğinde; güç dağılımının eşit olduğu toplumların daha gelişmiş oldukları kabul edilerek, bu toplumların girişimcilik için daha uygun ortamlar yarattıkları sonucuna varıldığı görülmektedir.

Hofstede'nin yapmış olduğu çalışmalarda bireycilik ile güç mesafesi boyutlarının arasındaki ilişkiye bakıldığı zaman negatif bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Güç mesafesi yüksek olan ülkeler daha toplumcu iken, güç mesafesi düşük olan ülkeler daha bireycidirler ve bu toplumların refah düzeyleri yüksektir. Bu

ilişkide bir takım istisnai durumlar söz konusudur. Örneğin; Fransa, Belçika ve Latin Amerika ülkeleri orta düzey güç mesafesini, yüksek bir bireycilikle bir araya getirmiştir (Hofstede, 1993).

Türkiye’de de konu ile ilgili yapılmış araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalara örnek olarak, Ülgen (2017) tarafından tesadüfi seçim yöntemiyle e-ticaret ve finans sektöründe faaliyet gösteren sınırlı sayıdaki Türk kadın girişimciler üzerinde yapılan nitel çalışmaya göre, bu girişimcilerin statükodan uzak, uzmanlığa ve takım çalışmasına dayalı, astların kendi iş alanlarında özerk olduğu, düşüncelerini paylaşabildikleri katılımcı bir yönetim anlayışını benimsedikleri, dolayısıyla güç mesafesi derecelerinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Aynı konuda yapılmış diğer bir çalışmada ise, Fiş ve Wasti’nin (2009) Borsa İstanbul Anonim Şirketi’nde işlem gören ve tekbir iş koluna odaklanmış işletmelerin üzerinde yapmış oldukları çalışmaların sonucunda girişimcilerin güç mesafesi derecesi arttıkça, girişimcilik yönelimlerinin azaldığı, dolayısıyla iki değer arasında istatistiksel olarak anlamlı bir negatif ilişkinin mevcut olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer örnek ise, Güler, Bozacı ve Karakaya’nın (2016) Kırıkkale ilinde ikamet eden ve henüz aktif olarak girişim faaliyetinde bulunmayan öğrenciler üzerinde yapmış oldukları araştırma sonucunda güç mesafesi derecesi ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

2.8.2.3. Belirsizlikten Kaçınma

Bilginin yeterli olmadığı, üstü kapalı olduğu veya hiç olmadığı, değişimin hızının ve boyutunun tahmin edilemediği durumlarda toplumların hissettikleri kaygı seviyesi belirsizlikten kaçınma boyutu ifade eder. Bir toplumu oluşturan bireylerin belirsizlikten kaçınma eğilimleri yüksek ise; hayatlarını garanti altına almak için formel ve yazılı kuralları artırmak, yeni ve değişik düşüncelere karşı direnç göstermek ve mutlak doğruya ulaşmak için fazladan çaba sarf etmeleri kaçınılmazdır (Basım, 2000). Belirsizlikten kaçınma algısının hâkim olduğu toplumlarda bireyler, iş güvencesine, kariyere, emeklilik ödeneğine ve maaşlara çok önem verirler. Bu doğrultuda, bu tür toplumlarda, düzenlemeler ve normlar büyük önem arz etmektedir. Örneğin, yöneticiler çalışanlara işleri ile ilgili detaylı bilgilendirmeler yapar, şartları açık bir şekilde dile getirir ve onları ciddi bir şekilde kontrol ederler (Aydemir, 2007).

Belirsizliğe karşı tolerans gösterme düzeyinin düşük olduğu toplumlarda, bireyler belirsizlik ile karşılaşmaları durumunda yüksek düzeyde tehdit ve güvensizlik hissiyatına kapılırlar. Bu tür toplumlarda bireyler yüksek düzeyde gelecek kaygısı ve iş stresi yaşarlar, değişime karşı tepki gösterirler ve kuşak çatışması yaşarlar. Bu toplumlarda yöneticiler yaşa göre seçilirken, hiyerarşik düzen önemlidir. Ayrıca, çalışanlarda düşük risk alma ve kariyer gelişiminde düşük düzeyde istek gözlemlenir (Bakan ve Büyükbeşe, 2004). Belirsizlikten kaçınma algısının düşük olduğu toplumlarda, bireylerin ortamdaki yetersiz ve açık olmayan bilgiyi analiz edebilme ve bu bilgiyi diğer bireylere iletebilme kabiliyetlerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu bireyler, belirsizlik ve analiz edilmemiş veri yükü altında optimum şekilde davranışlar ve girişimci özellikler sergileyebilirler. Daha çok kalıplaşmamış işlerde çalışmak isterler. İş hayatlarında düşük iş stresi yaşarlar ve bu sebeple aynı anda birden çok olaya kanalize olabilirler (Erbatu, 2008).

Belirsizliğe karşı tolerans düzeyinin düşük olduğu toplumları oluşturan örgütlerde işveren ile çalışanın hak ve sorumluluklarını düzenleyen normlar bulunmaktadır. Bu örgütlerde iş süreçlerini denetleyen iç dinamikler de bulunmaktadır. Ayrıca bir toplumda belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olması, güç mesafesi düzeyinin artmasına neden olmaktadır (Hofstede, 1997). Belirsizliğe karşı tolerans düzeyi yüksek olan toplumlarda insanlar risk almaya daha meyillidirler ve değişime karşı düşük düzeyde direnç gösterirler (Aydemir, 2007). Ayrıca belirsizliğe karşı tolerans düzeyinin düşük olduğu toplumlarda düzeni sağlayan yazılı ve yazılı olmayan kurallar daha azdır. Bu kültürün hâkim olduğu toplumlarda bireylerin bir birine olan güven düzeyi yüksektir (Sørnes, Stephens, Satre ve Browning, 2004).

Hofstede'nin yapmış olduğu araştırmada; Singapur, Danimarka, İsveç, Hong Kong, İngiltere, A.B.D., Kanada gibi ülkelerin düşük düzeyde belirsizlikten kaçınma eğilimi gösterdikleri, buna karşın Türkiye, Yunanistan, Portekiz, Belçika, Japonya, Fransa gibi ülkelerin ise yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınma eğilimi içinde oldukları gözlemlenmiştir (Hofstede, 1984).

Türkiye’de de konu ile ilgili yapılmış araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalara örnek olarak, Ülgen (2017) tarafından, tesadüfi seçim yöntemiyle e-ticaret ve finans sektöründe faaliyet gösteren sınırlı sayıdaki Türk kadın girişimciler üzerinde yapılan nitel araştırmaya göre, girişimcilerin belirsizlikten kaçınma derecelerinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir araştırmada ise, Güler, Bozacı ve Karakaya’nın (2016) Kırıkkale ilinde ikamet eden ve henüz aktif olarak girişim faaliyetinde bulunmayan öğrenciler üzerinde yapmış oldukları araştırmanın sonucunda belirsizlikten kaçınma ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü ancak zayıf düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir.

2.8.2.4. Dişillik/Erillik

Toplumda hâkim olan değerlerden referans alarak, bir kültüre baskın olan değerlerin eril mi yoksa dişil mi olduğu tespit edilebilir. Hofstede’ye (1980) göre, bir toplumda atılgan, mücadeleci, para kazanma ve materyalist değerler hâkimken, insana verilen değerler geri planda kalıyorsa bu toplumda eril kültür baskındır. Dişil kültürde ise; toplumu oluşturan bireyler üzerinde insana verilen değer ve hayatın genel gereklerini öne çıkaran değerler baskındır (Sargut, 2001). Ayrıca şefkat, merhamet, nezaket, sadakat, çocuklara karşı sevgi dolu olmak gibi özellikleri dişil kültürle özdeşleştirilmektedir (Erbatu, 2008).

Eril kültürel değerlerin hâkim olduğu toplumlarda bireylerin kendine güven duyguları daha yüksektir. Bireyler kendi başarılarına karar almaları için desteklenmekte ve başarı göstergesi olarak saygınlık ve zenginlik kullanılmaktadır (Erbatu, 2008). Bireyler dışsal özelliklerden çok içsellik özelliklere sahiptirler. Eril kültürün hâkim olduğu toplumlarda çalışmak için, yaşama ilkesine önem gösterilirken, bireyler, güç ve başarıyı ön planda tutarlar. Dişil değerlerin hâkim olduğu toplumlarda ise, kişiler arası ahenk ve anlaşma önem arz etmektedir. Bu kültürde kendine güven yerine alçak gönüllülük egemen olmaktadır (Bakan ve Büyükbeşe, 2004).

Hofstede’nin (1980) yapmış olduğu araştırmada; Japonya, Amerika, İngiltere, Kanada, Avustralya, İtalya ve Venezüella gibi ülkelerde eril değerlerin hâkim olduğu, buna karşın Türkiye, İsveç, İran, İspanya, Portekiz, Norveç ve Fransa gibi ülkelerin de dişil değerleri esas alan kültürü benimsedikleri görülmüştür. Bahse konu araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, beklenenin tersine Türkiye’de dişil değerlerin hâkim

olduğu ortaya çıkmıştır (Hofstede, 1980). Sargut'a (2001, s.175) göre dişil kültürlere yüklenen "sıcaklık, anlayışlılık, sevgi doluluk, başkalarına karşı duyarlılık, sadıklık, naziklik, merhametlilik ve Őefkatlilik hisleri" Türk toplumu tarafından benimsenmiştir. Sonuç olarak; erillik ve dişillik kültürel boyutları arasında karşılaştırma yapıldığında, erillik kültürel boyutunun girişimcilik için daha fazla etkili olduğu söylenebilir (Emre, 2007).

2.8.2.5. Uzun-Kısa Zaman Oryantasyonu

Hofstede'nin Asya lkelerindeki IBM firmasında yapmış olduğu kültürel nitelikli araştırmalar neticesinde, toplumların zamana bakış aıllarının ve verdikleri önemin kültürel açıdan önem taşıması nedeniyle uzun-kısa zaman oryantasyonunun kültürün boyutlarından birisi olarak ele alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Hofstede'nin uzun-kısa zaman oryantasyonu konusunda elde ettiği bilgiler daha önce belirlemiş olduğu boyutlardan güç mesafesi, bireycilik-toplumculuk, erillik-dişillik yaklaşımlarını desteklerken, belirsizlikten kaçınma boyutu ile ters düşmektedir (Hofstede, 1994). Bu boyut, bazı kültürlerde zamanın genellikle gelecek odaklı olarak algılanması ile bazı kültürlerin daha çok geçmişe yönelmesi bakımından ele alınır (Hofstede, 2011).

Kültürel boyutlara sonradan eklenen uzun-kısa zaman oryantasyonu boyutunda uzun dönem algılı eğilim, hayatta uzun vadeli bir bakış açısıyla gelecek planları yapan ve ilişkileri statüye dayandırma özelliğine sahiptir. Kısa dönem eğilimli algıda ise kısa vadeli planlar yapan, geleneksel bakış açısına sahip, kişisel sabır ve denge özelliklerine sahiptir (Sığrı ve Gürbüz, 2014). Konu girişimcilik açısından değerlendirildiğinde, kısa dönem odaklı bireylerin az zamanda çok kazanç sağlamak amacıyla daha çok girişimcilik faaliyetinde bulunacağı ancak bu esnada hata yapma olasılıklarının daha fazla olduğu söylenebilir. Uzun dönem odaklı bireyler ise, uzun dönemde kazanç elde etmeyi amaçladıkları daha başarılı ve daha az hata yapan girişimciler olarak belirtilebilir. Daha başarılı olmalarının en önemli nedenlerinden biri olarak, uzun vadeli planlar yapmaları gösterilebilir (Morçin, 2013). Hofstede'nin araştırmasında uzun vadeli yönelimde en yüksek eğilim in'e aitken, kısa vadeli yönelimde en yüksek puanın Pakistan'a ait olduğu görülmüştür (Hofstede, 2011).

Türkiye'de de konu ile ilgili yapılmış araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalara örnek olarak, Güler, Bozacı ve Karakaya (2016) tarafından Kırıkkale ilinde ikamet eden ve henüz aktif olarak girişim faaliyetinde bulunmayan öğrenciler üzerinde yapmış oldukları araştırma sonucunda uzun zaman oryantasyonu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

2.8.3. Kültürün Girişimciliğe Etkisi

Bir toplumun kültürel özelliklerinin girişimciliğe olan etkisi iki şekilde gözlemlenmektedir. Bunlardan birincisi; bu toplumda, bireyler kendi işini kurmak, bireycilik, başarılı olmak ve para kazanmak gibi davranışları sergiliyorlarsa girişimcilik destekleniyor demektir. Bu tarz toplumlarda yeni işletmelerin kurulma sayıları fazladır. İkinci olarak ise; başarılı ve yeni işletmelere önem göstermeyen ve tam tersine başarısızlığı büyük bir itibar kaybı olarak kabul eden toplumlarda, başarılı girişimcilik örneklerinin görülme oranı düşüktür (Hisrich, Peters ve Shepherd, 2002). Konu ile ilgili yapılmış olan diğer bir çalışmada ise; demokratikleşme oranlarının yüksek olduğu toplumlarda, bireysel başarısızlık ve hatalara yüksek tolerans gösterildiği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla bu durum bireyleri yenilikleri denemeye, teşebbüse geçmeye özendirir ve girişimci eğilimlerin kalıcılığında önemli katkı sağlar (Aytaç, 2006).

Ekonomik bir kavram olarak bilinen girişimcilik, aynı zamanda toplumsal ve kültürel değerlerden ileri seviyede etkilenmektedir. Dolayısıyla girişimcilik, sosyal ve kültürel yapının yaratmış olduğu etkiyle yakından ilintilidir. Bazı kültürel değerler, girişimci ruhunu baskı altına alırken, bazıları da özendirir (Aytaç ve İlhan, 2007). Kültürel değerler ile girişimcilik arasında anlamlı bir ilişkinin mevcut olduğu varsayımını denemek için, farklı kültürlerel yapılara mensup olan üniversite öğrencilerinden meydana gelen örneklem grubu üzerinde yapılan bir çalışmada, kültürün bireycilik ve toplulukçuluk boyutlarının bireylerin girişimcilik düzeylerini etkilediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla elde edilen veriler ışığında kültürel değerlerin girişimcilik düzeyi üzerinde önemli etkilerinin olduğu ve kültürel değerlerden bireycilik ve toplulukçuluğun girişimciliğin boyutlarından olan yeni fikirlere açıklık ve yaratıcılık boyutuna etki ettiği sonucuna varılmıştır. Kültürel boyutların

girişimciliği ne şekilde etkilediği incelendiğinde; ilk olarak, bireylerin toplulukçu özellikleri arttıkça mensubu oldukları toplumun değerlerine odaklanmaya ve bu nedenle bireysel olarak yaratıcılık niteliklerini kaybetmeye başladıkları, ikinci olarak, insanları bireycilik düzeyleri yükseldikçe yeniliklere ve yeni düşüncelere daha açık hale geldikleri tespit edilmiştir (Çarıkcı ve Koyuncu, 2010).

Yapılan literatür çalışması sonucunda, kültürün de en az kişilik özellikleri kadar girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Tablo 6 göz önünde bulundurulduğunda; girişimcilik seviyesinin yüksek ve etkin olabilmesi için toplumları oluşturan bireylerin belirsizlikten kaçınma seviyeleri ve güç mesafeleri düşük olmalı, ayrıca bireycilik ve erillik özellikleri ile uzun zaman oryantasyonu algısının da yüksek olması gerektiği görülmektedir.

Tablo 6:Hofstede'nin Kültürel Değerler Modelinin Girişimciliğe Etkisi

Boyut	Girişimcilik İçin Gerekli Seviye	
	Düşük	Yüksek
Güç Mesafesi	X	
Belirsizlikten Kaçınma	X	
Bireycilik		X
Erillik		X
Uzun Zaman Oryantasyonu		X

Kaynak: Geert Hofstede (1980) ve Sargut (2001)'dan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Yapılan çalışmalar doğrultusunda, girişimcilik bir niyetle başlar ve bu niyet içsel bir istek sonucunda ortaya çıktığı ve bu girişimciliğin niyeti de tutum, öznel norm ve algılanan kontrol gibi unsurların etkisiyle harekete geçtiği söylenebilir. Girişimcilik niyetinin artmasında ailenin tutum, davranışları ve toplum kültürünün kazandırdığı değerlerin etkisi yadsınamaz bir gerçek olduğu gözlenmiştir (Alparlan, Taş ve

Yastioğlu, 2017). Bu doğrultuda girişimcilik, daha çok bireyci/özgürlükçü sosyo-kültürel yapının hâkim olduğu toplumlarda gelişmek için uygun koşullar bulmaktadır. Söz konusu yapılarda sosyal baskının az ve özgür girişim kültürü oturmuş olduğundan, bireyler kendilerini rahat bir şekilde ifade etme fırsatı bularak kişisel potansiyellerini geliştirme imkânı yakalarlar. Buradan, toplumun yapısal ve kültürel özelliklerinin girişimciliği olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebileceği sonucuna varılabilir (Aytaç, 2006).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın bu bölümünde; araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın modeli, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizinde kullanılan istatistiksel teknikler ile ilgili açıklamalar bulunmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın temel amacı; teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik düzeyini ölçmek, proaktif kişilik özelliklerinin ve kültürel boyutların girişimcilik düzeyine etkisini belirlemektir. Konu ile ilgili ulusal literatür incelendiğinde, çalışmaların genellikle öğrencilerin girişimcilik eğilim ve niyetleri ile okullarda girişimcilik eğitimi üzerine yapıldığı görülmüştür. Bu araştırma ile öncelikle teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik düzeylerinin ne seviyede olduğu tespit edilecektir. Bununla birlikte, bu girişimcilerin proaktif kişilik özellikleri ile kültürel değerlerinin girişimcilik seviyeleri üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

Girişimcilik ekonomik kalkınmanın devamlılığının ve istihdamın sağlanmasında etkin rol oynamaktadır. Dolayısıyla toplumsal refahın sürdürülebilir olmasında da önemli faktörlerden biridir. Devletler bu nedenlerle girişimcilik politikaları geliştirmekte ve girişimcileri teşvik etmek amacıyla bir takım vergi muafiyetleri ve maddi yardımlar sağlamaktadırlar. Gelişen teknoloji ve sağladığı avantajlarla birlikte teknoparkların popülerliği her geçen gün artmaktadır. Teknoparklar sayesinde sanayi bilimsel destek alırken, öğrenciler daha mezun olmadan fikirlerini işe dönüştürme imkânına sahip olmaktadır.

3.3. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER

Araştırma modeli literatür taraması temel alınarak oluşturulmuştur. Oluşturulan anket soruları ile teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik seviyesinde proaktif kişilik özellikleri ve kültürel boyutlar kavramlarının etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Proaktif kişilik tek alt boyut (proaktif kişilik) ve kültürel boyutlar beş alt boyut (güç mesafesi, bireycilik-toplulukçuluk, belirsizlikten kaçınma, dişillik-erillik, uzun-kısa zaman oryantasyonu) olarak ele alınmış; bu değişkenlerin girişimciliğin alt boyutlarına (pazar ve ürün odaklılık, çalışanlarla ilişkiler, vizyonerlik ve belirsizlik) olan etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle, bu araştırma tarama çalışması niteliğinde betimsel bir araştırma niteliği taşımaktadır. Tarama modeli araştırmalar, bireylerin tutumlarını, eylemlerini, fikirlerini ve inançlarını belirleme ihtiyacı duyulduğunda tercih edilebilecek bir yöntemdir. Ayrıca tarama araştırması, evrendeki tek bir örneklemeden tutumlar, düşünceler ve inançlar hakkında direkt olarak istatistiksel genellemeler yapmaya ihtiyaç duyulduğunda oldukça yararlıdır (Christensen, Johnson ve Turner, 2015).

Bu kapsamda yapılan bu araştırmada; teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin proaktif kişilik özelliklerinin ve kültürel boyutlarının, girişimcilik seviyeleri üzerindeki etkilerini test etmek amacıyla aşağıda belirtilen hipotezler geliştirilmiştir.

Proaktif kişilik ile girişimcilik arasındaki ilişkiye yönelik hipotezler:

H1: Proaktif kişilik girişimcilik düzeyini pozitif etkilemektedir.

H1a: Proaktif kişilik pazar ve ürün odaklılık düzeyini pozitif etkilemektedir.

H1b: Proaktif kişilik çalışanlar ile ilişkiler düzeyini pozitif etkilemektedir.

H1c: Proaktif kişilik vizyonerlik ve belirsizlik düzeyini pozitif etkilemektedir.

Kültürel değerler ile girişimcilik arasındaki ilişkiye yönelik hipotezler:

H2a: Düşük güç mesafesi girişimcilik düzeyini pozitif etkilemektedir.

H2b: Bireycilik girişimcilik düzeyini pozitif etkilemektedir.

H2c: Düşük belirsizlikten kaçınma girişimcilik düzeyini pozitif etkilemektedir.

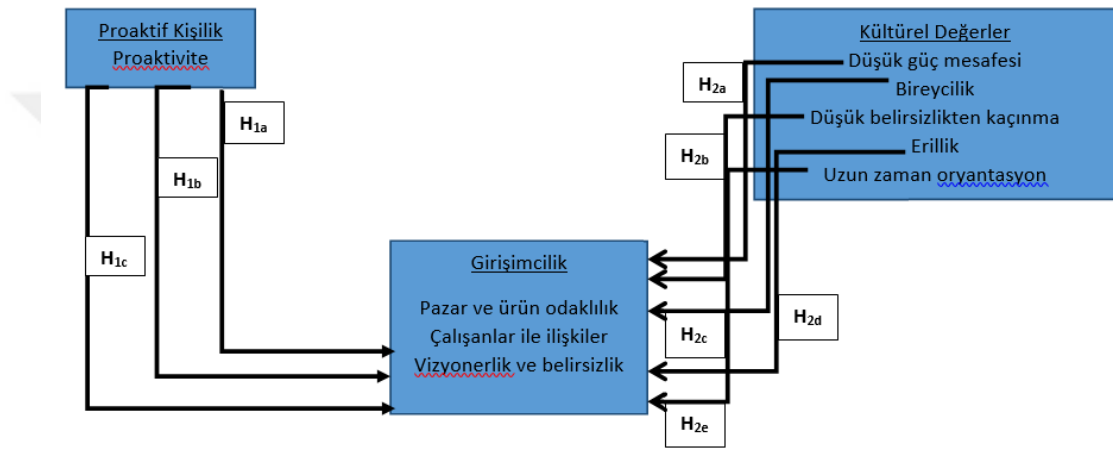
H2d: Erillik girişimcilik düzeyini pozitif etkilemektedir.

H2e: Uzun zaman oryantasyonu girişimcilik düzeyini pozitif etkilemektedir.

3.4. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Proaktif kişilik ve kültürel değerlerin girişimciliğe olan etkisini inceleyen araştırmanın kavramsal modeli Şekil 5’de yer almaktadır.

Şekil 5: Araştırma Modeli



Araştırmanın evrenini Türkiye’deki teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler oluşturmaktadır. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre Mayıs 2017 tarihi itibarıyla Türkiye genelinde 54’ü faaliyette olmak üzere toplam 66 teknopark bulunmaktadır. Bu teknoparklarda toplam 4.510 işletme faaliyet göstermektedir.

Faaliyette olan teknoparklardaki işletmelerin illere göre dağılımı Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7: Faaliyette Olan Teknoparklardaki İşletmelerin İllere Göre Dağılımı

İL	TEKNOPARK SAYISI	İŞLETME SAYISI	%
ANKARA	6	1.054	23,4
İSTANBUL	6	947	21
İZMİR	4	263	5,8
DİĞER	38	2.246	49,8
TOPLAM	54	4.510	100

Araştırmada kullanılan güvenirlilik (z) ve duyarlılık (d) testleri için örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında kullanılan formül aşağıda belirtilmiştir (Arıkan, 2004).

$$n = Nt^2pq/d^2(N-1) + t^2pq$$

Formülde bulunan n, N, t, d, p,q değerleri aşağıda belirtilmektedir:

n: Örneklem büyüklüğü

N: Evren büyüklüğü

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

d: Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen örneklem hatası

p: İncelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı)

q: İncelenen olayın görülmeysi sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı)

Yapılan araştırmada örneklem büyüklüğünü hesaplamak için kabul edilebilir hata payı %5, güvenirlilik seviyesi ise %10 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın evreni için, basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre örneklem büyüklüğü 256 olarak belirlenmiştir. Bu sonuç neticesinde seçilen örneklem evreni temsil edebilmesini sağlayabilmek amacıyla, bu çalışma için hazırlanmış olan anketler Eylül–Kasım 2017 tarihleri arasında elektronik posta ile teknoparklarda faaliyet gösteren işletmelerin sahiplerine iletilmiş olup, çalışmaya katılan 256 işletme sahibi arasından 65’inin anket sorularını tamamlamamış olması nedeniyle bu girişimcilere ait anketler analiz dışında bırakılmıştır. Tablo 8’de örneklem kapsamında yer alan 191 işletme sahibinin faaliyet gösterdiği teknoparklar ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Anket uygulaması sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesi için tanımlayıcı istatistikler, faktör ortalamaları, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Tablo 8’de de gösterildiği üzere birden fazla teknoparkın bulunduğu illerden katılım sağlayan girişimcilerin %44,3’ü Ankara'daki teknoparklarda, %16,2’si İstanbul'daki teknoparklarda, %5,2’si İzmir'deki teknoparklarda faaliyet göstermektedir.

Tablo 8: Araştırmaya Katılım Sağlayan Girişimcilerin Faaliyet Gösterdikleri Teknoparklar

İl	Teknopark	n	%
Ankara	ODTÜ Teknokent	20	10,5
	Hacettepe Teknokent	30	15,7
	Gazi Teknopark	12	6,4
	Ankara	9	4,7
	Bilkent Cyberpark	13	6,8
İstanbul	İstanbul Üniversitesi	6	3,1
	İTÜ Arı Teknokent	3	1,6
	Marmara	1	,5
	Teknopark İstanbul	8	4,2
	Yıldız Teknik	13	6,8
İzmir	Ege Teknopark	6	3,1
	Dokuz Eylül	4	2,1
Diğer		66	34,5
Toplam		191	100,0

3.5. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI VE TEKNİKLERİ

Araştırmada veri toplama aracı olarak dört bölümden oluşan soru formu kullanılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan soru formunun (Ek-2) birinci bölümünde, katılımcıların demografik özellikleri, mesleği ve işletmesi ile ilgili konumunu değerlendirmek üzere sorular yer almaktadır. Araştırmaya katılan girişimcilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, mesleği, işletmesinin kuruluş yılı ve çalışan sayısı, işletmesinin faaliyet gösterdiği sektör, işletmedeki statüsü çalıştıkları ve ailesinde kendi işini kuran yakını olup olmadığı gibi bilgilerine ilişkin 11 soru bulunmaktadır.

İkinci bölümde, teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik seviyelerini ölçmek amaçlanmıştır. Bu nedenle bu bölümde Cici (2013) tarafından, girişimcilerin girişimcilik yeteneklerini ölçmek amacıyla hazırlanan ve 14 sorudan oluşan girişimcilik yeteneği ölçeği kullanılmıştır. Cici'nin (2013) yapmış olduğu ankete katılan girişimciler tarafından girişimciliğin 3 alt boyutta algılandığı tespit edilmiştir. "1" "kesinlikle katılmıyorum", "5" "kesinlikle katılıyorum" olmak üzere Likert tipi olarak yapılandırılmış ölçeğin toplam varyansı %70,187 olarak hesaplanmıştır. Faktörler sırası ile Pazar ve Ürün Odaklılık (3 madde), Çalışanlarla İlişkiler (5 madde) ve Vizyonerlik ve Belirsizlik (6 madde) olarak belirlenmiştir. Bu faktörlerin girişimcilik yeteneğini açıklamadaki katkıları sırasıyla %15,084, %27,848 ve %27,255 olmuştur. Faktörlerin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında; soruların toplamdaki güvenilirlik seviyelerini göstermekte olan Cronbach Alpha katsayısı değerlerinden yararlanılmıştır. Girişimcilik yeteneği boyutlarına ilişkin Cronbach Alpha değerleri sırasıyla Pazar ve Ürün Odaklılık için %73,7, Çalışanlarla İlişkiler için %89,5 ve Vizyonerlik ve Belirsizlik için %81,4 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler %70'in üstünde yer aldığı için her bir faktörün iyi düzeyde güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Cici, 2013). Bu kapsamda söz konusu ölçek daha önce hâlihazırda girişimci olan insanların girişimcilik düzeylerini ölçmek için kullanıldığından dolayı bu araştırma için tercih edilmiştir.

Üçüncü bölümde; teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin proaktif kişilik seviyelerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Akın ve Özcan (2015) tarafından "Turkish Version of Proactive Scale: A study of validity and reliability"

isimli çalışmada geliştirdikleri "Proaktif Kişilik" ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek toplam 10 maddeden oluşmaktadır. "1" "kesinlikle katılmıyorum", "7" "kesinlikle katılıyorum" olmak üzere Likert tipi olarak yapılandırılmış ölçek, bu çalışma için "1" "bana hiç uygun değil", "5" "bana tamamen uygun" olmak üzere Likert tipi olarak yeniden yapılandırılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0,86 olarak saptanmıştır (Akın ve Özcan, 2015). Dolayısıyla bu ölçeğin Türkiye’de yapılacak araştırmalar için kullanılabilmesi değerlendirilmektedir.

Dördüncü bölümde ise; teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin kültürel değerlerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle Büber (2011) tarafından, Cabar (2006), Emre (2007) ile Erbatu’nun (2008) çalışmalarından faydalanılarak geliştirilen ve girişimcilerin Hofstede’nin Kültürel Boyutlar Modeli ile ilgili ifadelerle katılım derecelerini ölçen 14 soruluk kültürel değerler boyutu ölçeği kullanılmıştır. Faktörler sırasıyla Güç Mesafesi (3 madde), Bireycilik-Toplulukçuluk (3 madde), Belirsizlikten Kaçınma (3 madde), Dişillik-Erillik (3 madde), Uzun-Kısa Zamanlı Oryantasyon (2 madde) olarak belirlenmiştir. Faktörlerin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında; soruların toplamdaki güvenilirlik seviyelerini göstermekte olan Cronbach Alpha katsayısı değerlerinden yararlanılmıştır. Kültürel değerler ölçeği “1” “hiç katılmıyorum”, “5” “kesinlikle katılıyorum” olmak üzere Likert tipi olarak yapılandırılmış olup, Cronbach Alpha değeri %73,1 olarak hesaplanmıştır. Bu değer %70’in üstünde yer aldığı için kültürel değerler boyutu ölçeğinin iyi düzeyde güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda söz konusu ölçeğin Türkiye’de geliştirilmiş olması hususunun, bu çalışmada girişimcilerin kültürel değerlerini ölçmek için faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

3.6. GÜVENİRLİK ANALİZİ

Bu araştırma da kullanılan girişimcilik, proaktif kişilik, kültürel değerler ölçeklerinin güvenilirlik ve geçerlikleri konusunda bu çalışmada bahsedilen sonuçlara ek olarak, ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin çıktılar, ölçek maddeleri arasındaki korelasyonun ortalamasına dayanan bir iç tutarlılık modeli olan Cronbach Alfa katsayısı verileri sonucunda ele alınmıştır. Özdamar’a (1999) göre, Cronbach Alpha güvenilirlik değerinin 0,60-0,80 arasında olması kabul edilebilir düzeyde güvenilir

olduğu, 0,80-0,90 arasında olması yüksek düzeyde güvenilir olduğu ve 0,90-1,00 arasında çok yüksek düzeyde güvenilir olduğunu ifade etmektedir.

Bu araştırmada girişimcilik ölçeğinin Cronbach Alfa değeri 0,855, proaktif kişilik ölçeğinin 0,860, kültürel değerler ölçeğinin 0,731 olarak bulunmuştur. Kullanılan ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin Cronbach Alpha güvenilirlik sonuçları Tablo 9’da belirtilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değerlerinin 0,7’den büyük olması, ölçek güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 9: Kullanılan Ölçeklerin Alt Boyutlarına İlişkin Güvenirlik Sonuçları

Değişkenin Adı	Cronbach Alpha
Girişimcilik	0,855
Proaktif Kişilik	0,860
Kültürel Değerler	0,731

3.7. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 21 paket programında analiz edilmiştir. Öncelikle girişimcilik, proaktif kişilik ve kültürel değerler boyutu ölçeklerinden alınan verilere ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre girişimcilik, proaktif kişilik ve kültürel değerler ölçek verilerine ilişkin karşılaştırmalar yapılmış, bağımsız örneklemler için “t” testi kullanılmıştır. Bu teknik iki gruba ait verilerin ortalamalarını karşılaştırmaya yarayan parametrik bir tekniktir. Değişkenler arasındaki ilişkileri ölçmek için ise korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. İstatistikî analizlerde 0,05 hata payı kabul edilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.1. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde Girişimcilik, Proaktif Kişilik ve Kültürel Değerler ölçeklerinden elde edilen verilere ilişkin betimsel istatistiklere, veri analizi sonucunda elde edilen bulgulara ve bu bulgulara dayalı olarak yapılan yorumlara yer verilmiştir. Ortaya çıkan korelasyonlar tablolar şeklinde hazırlanmıştır. Katılımcıların demografik verileri ile ilgili bilgiler özetlendikten sonra hipotezlerin testi ile elde edilen bulgular ve bu bulgular ile ilgili yorumlar sunulmuştur.

4.2. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde anketin birinci bölümünde yer alan demografik sorulara ilişkin frekans analizi sonuçları verilmiştir. Demografik özellikler bağlamında cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, meslek, işletmenin çalışan sayısı, işletmenin kuruluş yılı, sektör, mevcut işletmeden önce kurulan işletme sayısı, işletmedeki statü ve ailede kendi işini kuran yakını olup olmadığına göre ankete katılan girişimcilerin dağılım sonuçları aşağıda sırayla gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan girişimcilerin cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde; örneklemin %78,5'i erkeklerden, %21,5'i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %60,7'si evli, %39,3'ü ise bekârdır. Katılımcıların eğitim seviyelerine göre dağılımları incelendiğinde; %7,4'ü doktora, %45,6 yüksek lisans, %42,9'u lisans, %3,1'i yüksekokul ve %1'i lise eğitimine sahiptir. Bu sonuçlara göre; araştırmaya katılan girişimcilerin büyük bir çoğunluğu erkek, evli ve üniversite/yüksek lisans mezunu oldukları ortaya çıkmaktadır. Araştırmaya katılan girişimcilerin demografik değişkenlere göre dağılımı Tablo-10'da yer almaktadır.

Tablo 10: Araştırmaya Katılan Girişimcilerin Demografik Bilgileri

Değişkenler	Kategoriler	n	%
Cinsiyet	Kadın	41	21,5
	Erkek	150	78,5
Medeni Durum	Evli	116	60,7
	Bekâr	75	39,3
Eğitim Seviyesi	Lise	2	1,0
	Yüksek Okul	6	3,1
	Üniversite	82	42,9
	Yüksek Lisans	87	45,6
	Doktora	14	7,4
Toplam		191	100

Araştırma kapsamındaki girişimcilerin yaş aralığı 22 ile 66 yaş arasında değişmektedir. Katılımcıların yaş ortalaması yaklaşık 36'dır. Tablo 11'de katılımcıların yaş bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Yaş Bilgileri

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama(M)	Standart Sapma(σ)
Yaş	191	22	66	36,08	8,295

Araştırmaya katılan girişimcilerin meslekleri değerlendirildiğinde, %17,3'ünün bilgisayar mühendisi, %14,7'sinin elektrikveelektronik mühendisi, %13,2'sinin makine mühendisi, %11,5'inin yazılım mühendisi, %19,4'ünün diğer mühendisliklerden,

%12,5'inin işletmeci, %4,2'sinin sağlık sektörü ile ilgili mesleklerde, %3,6'sının öğretim üyesi ve %3,6'sının diğer mesleklerden olduğu tespit edilmiştir. Tablo-12'de katılımcıların meslek bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 12: Katılımcıların Meslek Bilgileri

Meslek	n	%
Bilgisayar Mühendisi	33	17,3
Elektrik ve Elektronik Mühendisi	28	14,7
Makine Mühendisi	25	13,2
Yazılım Mühendisi	22	11,5
Diğer Mühendislikler*	37	19,4
İşletmeci	24	12,5
Sağlık**	8	4,2
Öğretim Üyesi	7	3,6
Diğer	7	3,6
Toplam	191	100,0

* Kimya, bilişim, genetik, çevre, endüstri, enerji, fizik, gıda, inşaat, mekatronik ve petrol mühendisliği

** Biyolog, eczacı, veteriner hekim

Araştırmaya katılan girişimcilerin işletmelerinin %2,6'sı 1981-2001 tarihleri arasında, %12,1'i 2001-2009 tarihleri arasında, %85,3'ü 2009-2017 tarihleri arasında kurulduğu tespit edilmiştir. Tablo 13'de katılımcıların işletmelerinin kuruluş yılı bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 13: Katılımcıların İşletmelerinin Kuruluş Yılı Bilgileri

İşletmenin Kuruluş Yılı	n	%
1981-2001*	5	2,6
2001-2009	23	12,1
2009-2017	163	85,3

* 4691 numaralı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'nun 2001 yılında yayınlanmasından sonra teknoparkların kurulması kanuni bir altyapıya oturtulmuştur. Dolayısıyla 2001 yılından itibaren teknoparkların kurulma hızı her yıl artarak devam etmiştir.

Araştırmaya katılan girişimcilerin işletmelerindeki çalışan sayısı incelendiğinde; %0,5'inin hiç çalışanı olmadığı, %57,1'inin 5 veya daha az çalışanının olduğu, %20,9'unun 6 ile 10 arasında çalışanı olduğu, %20,4'ünün 11 ile 50 arasında çalışanı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar KOSGEB'in yapmış olduğu tanımlara göre değerlendirildiğinde; işletmelerin %78,5'i mikro işletme, %21,5'i ise küçük işletmedir. Tablo 14'de katılımcıların işletmelerinin çalışan sayısı bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 14: Katılımcıların İşletmelerindeki Çalışan Sayısı Bilgileri

Çalışan Sayısı	Ortalama	Std. Sapma
	N	%
0	1	,5
5 den az	109	57,1
6-10	40	20,9
11-50	39	20,5
50 den fazla	2	1,0
Toplam	191	100,0

Araştırmaya katılan girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde; %20,5'inin yazılım, %15,3'ünün bilgisayar teknolojileri, %10,9'unun teknoloji, %10,9'unun savunma sanayi, %7,4'ünün e-ticaret, 5,72'sinin sağlık, %4,2'sinin telekomünikasyon, %4,2'sinin enerji, %4,2'sinin otomotiv ve %16,7'sinin diğer sektörlerde faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Tablo 15'de katılımcıların işletmelerinin faaliyet gösterdiği sektör bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 15: Katılımcıların İşletmelerinin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler

Sektör	n	%
Yazılım	39	20,5
Bilgisayar Teknolojileri	29	15,3
Teknoloji	21	10,9
Savunma Sanayi	21	10,9
E-Ticaret	14	7,4
Sağlık	11	5,7
Telekomünikasyon	8	4,2
Enerji	8	4,2
Otomotiv	8	4,2
Diğer	32	16,7
Toplam	191	100,0

Araştırmaya katılan girişimcilerin mevcut işletmelerinden önce kurulan işletme sayıları incelendiğinde; %60,2'sinin daha önce işletme kurmadığı, %24,2'sinin daha önce bir işletme kurduğu, %9,9'unun daha önce üç işletme kurduğu, %1'i ise daha önce üç işletmeden fazla işletme kurduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda; Tablo 13'den ve Tablo 11'den de anlaşılacağı üzere 2009 yılından itibaren teknoparkların popülerliğinin artmaya başlaması ve bu oluşumun içerisine birçok yeni genç girişimcinin dâhil olması, katılımcıların %84,4'ünün mevcut

işletmelerinden önce 0 ile 1 işletme kurmuş olmalarını açıklamaktadır. Tablo 16’da katılımcıların mevcut işletmelerinden önce kurulan işletme sayısı bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 16: Katılımcıların Mevcut İşletmelerinden Önce kurulan İşletme Sayısı Bilgileri

Kurulan İşletme Sayısı	n	%
0	115	60,2
1	46	24,2
2	19	9,9
3	9	4,7
4	1	,5
6	1	,5
Toplam	191	100,0

Araştırmaya katılan girişimcilerin, %53,4’ünün işletme sahibi, %46,6’sının işletme ortağı olduğu tespit edilmiştir. Tablo 17’de katılımcıların işletmelerindeki statü bilgileri gösterilmiştir.

Tablo 17: Katılımcıların İşletmelerindeki Statü Bilgileri

İşletmedeki Statü	n	%
İşletme Sahibi	102	53,4
İşletme Ortağı	89	46,6
Toplam	191	100,0

Araştırmaya katılan girişimcilerin, %58,1’inin 1. ve 2. derece yakınlarında kendilerinden başka girişimci varken, %41,9’unun 1. ve 2. derece yakınlarında kendilerinden başka girişimci yoktur. 1. ve 2. derece yakınlarında kendilerinden başka girişimci bulunan katılımcıların ise; %68,4’ünün 1. derece yakının, %14,5’inin 1. ve

2. derece yakınının ve %17,1'inin 2. derece yakınının girişimci olduğu tespit edilmiştir. 1. derece yakınlar; anne, baba, abla, abi, kardeş, eş ve çocuğu; 2. derece yakınlar ise; amca, teyze, yeğen, enişte, hala, dayı, kuzeni içermektedir. Tablo 18'de katılımcıların girişimci olan 1. ve 2. derece yakınları ile ilgili bilgiler gösterilmiştir.

Tablo 18: Katılımcıların 1. ve 2. Derece Yakını Bilgileri

Ailede Girişimci Olan Yakınlar	n	%
Yok	80	41,9
Var	111	58,1
Toplam	191	100,0
Girişimci Yakınlar	n	%
1. Derece Yakın	76	68,4
1. ve 2. Derece Yakın	16	14,5
2. Derece Yakın	19	17,1
Toplam	111	100,0

4.3. GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK, PROAKTİF KİŞİLİK VE KÜLTÜREL DEĞERLER SEVİYELERİNE AİT BULGULAR

Örnekleme kapsamındaki katılımcı girişimcilerin proaktif kişilik seviyeleri ortalamanın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik alt boyutları değerlendirildiğinde ise; girişimcilerin pazar ve ürün odaklılık alt boyutu algı seviyeleri diğer alt boyutlara göre daha yüksektir. Vizyonerlik ve belirsizlik alt boyutu ortalama düzeyinde iken, çalışanlar ile ilişkiler ve pazar ve ürün odaklılık alt boyutları ortalama düzeyin üstündedir.

Örnekleme kapsamındaki girişimcilerin kültürel değerler boyutları değerlendirildiğinde; dişillik boyutunun diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu

ortaya çıkmıştır. Belirsizlikten kaçınma ve uzun zamanlı oryantasyon boyutları ortalama düzeyin üstündedir. Toplulukçuluk alt boyutu ortalama düzeyde iken, yüksek güç mesafesi alt boyutu ortalama düzeyin altındadır. Katılımcıların kültürel değerlerine ait bulgular Tablo 19'da belirtilmiştir.

Tablo 19: Girişimcilerin Girişimcilik, Proaktif Kişilik ve Kültürel Değerler Seviyeleri

Girişimcilik	Ortalama	Std. Sapma
Pazar ve Ürün Odaklılık	4,17	,705
Çalışanlar ile İlişkiler	4,09	,609
Vizyonerlik ve Belirsizlik	3,95	,587
Proaktif Kişilik	Ortalama	Std. Sapma
Proaktivite	4,12	,508
Kültürel Değerler	Ortalama	Std. Sapma
Yüksek Güç mesafesi	2,94	,899
Toplulukçuluk	3,10	,780
Yüksek Belirsizlikten Kaçınma	3,46	,726
Erillik	4,02	,566
Uzun Zamanlı Oryantasyon	3,49	,642

4.4. KATILIMCILARIN GİRİŞİMCİLİK, PROAKTİF KİŞİLİK VE KÜLTÜREL DEĞERLER BOYUTLARI PUANLARININ CİNSİYETE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASINA İLİŞKİN BULGULAR

Bu bölümde girişimcilik, proaktif kişilik ve kültürel değerler boyutları puanlarının katılımcıların cinsiyetleri açısından karşılaştırılması amacıyla "Bağımsız Örneklem t-Testi" uygulanmıştır. Analize ilişkin değerler Tablo 20'de gösterilmiştir.

Tablo 20: Girişimcilik, Proaktif Kişilik ve Kültürel Değerler Alt Boyutları Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Girişimcilik	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	4,17	,469	1,705	,090
Erkek	150	4,02	,537		
Proaktif-Kişilik	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	4,20	,368	1,197	,233
Erkek	150	4,10	,539		
Yüksek Güç Mesafesi	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	2,61	,951	-2,688	,008
Erkek	150	3,03	,866		
Toplulukçuluk	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	2,82	,824	-2,599	,010
Erkek	150	3,17	,754		
Yüksek Belirsizlikten Kaçınma	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	3,41	,767	-0,423	,673
Erkek	150	3,47	,716		
Erillik	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	3,97	,623	-0,659	,511
Erkek	150	4,03	,551		
UzunZamanlı Oryantasyon	n	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Kadın	41	3,32	,545	-1,987	,048
Erkek	150	3,54	,659		

Katılımcıların girişimcilik, proaktif kişilik ve kültürel değerlerin alt boyutlarından olan belirsizlikten kaçınma (yüksek) ve erillik puanlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan t-testine göre; katılımcıların girişimcilik, proaktif kişilik, belirsizlikten kaçınma ve erillik puanlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$).

Katılımcıların kültürel değerlerin alt boyutlarından olan güç mesafesi, bireycilik ve kısa zamanlı oryantasyon puanlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip

göstermediğini test etmek amacıyla yapılan t-testine göre; katılımcıların yüksek güç mesafesi, bireycilik ve kısa zamanlı oryantasyon puanlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Erkeklerin güç mesafesi, bireycilik ve kısa zamanlı oryantasyon puanları kadınların puanlarından daha yüksektir.

4.5. GİRİŞİMCİLİK PUANLARININ YORDANMASINA İLİŞKİN REGRESYON ANALİZİ

Bu bölümde ilk olarak regresyon analizi sürecine dâhil edilen değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Daha sonra katılımcıların girişimcilik puanlarının yordanmasına ilişkin regresyon analizi bulgularına yer verilmiştir.

4.5.1. Değişkenler Arasındaki İlişkiler ile İlgili Korelasyon Analizi

Araştırmaya dâhil edilen değişkenler (pazar ve ürün odaklılık, çalışanlar ile ilişkiler, vizyonerlik ve belirsizlik, güç mesafesi, bireycilik, belirsizlikten kaçınma, erillik, kısa zaman oryantasyonu ve proaktif kişilik) arasındaki ilişkileri incelemek için Pearson korelasyon katsayıları Tablo 21’de sunulmuştur.

Girişimciliğin alt boyutları, kültürel değerler boyutları ve proaktif kişilik arasındaki ilişkiye ait Korelasyon Analizi Sonuçları incelendiğinde, Tablo 21’de görüldüğü üzere araştırmanın yordanan değişkeni olan girişimcilik toplam puanı ile alt boyutları olan pazar ve ürün odaklılık ($r=0,77$, $p<0,01$), çalışanlar ile ilişkiler ($r=0,87$, $p<0,01$) ve vizyonerlik ve belirsizlik ($r=0,86$, $p<0,01$) arasında olumlu yönde anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara paralel olarak; girişimcilik toplam puanı ile kültürel değerler alt boyutlarından olan erillik ($r=0,20$, $p<0,01$) ve proaktif kişilik ($r=0,61$, $p<0,01$) arasında olumlu yönde anlamlı düzeyde ilişki bulunurken, kültürel değerlerin alt boyutlarından olan yüksek güç mesafesi, bireycilik, yüksek belirsizlikten kaçınma ve kısa zaman oryantasyonu arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunamamıştır.

Araştırmanın yordayıcı değişkeni olan proaktif kişilik puanı ile girişimcilik toplam puanı ($r=0,61$, $p<0,01$), girişimciliğin alt boyutları olan pazar ve ürün odaklılık ($r=0,52$, $p<0,01$), çalışanlar ile ilişkiler ($r=0,50$, $p<0,01$), vizyonerlik ve belirsizlik

($r=0,52$, $p<0,01$) ve kültürel değerler alt boyutlarından olan kısa zaman oryantasyonu ($r=0,77$, $p<0,01$) arasında olumlu yönde anlamlı düzeyde ilişki bulunurken, kültürel değerlerin alt boyutlarından olan yüksek güç mesafesi, bireycilik, yüksek belirsizlikten kaçınma ve erillik arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunamamıştır.

Girişimcilik alt boyutları ile kültürel değerler alt boyutları arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise; Pearson Kolerasyon Katsayıları'nın $0,87$ ile $0,005$ arasında değiştiği görülmektedir. Değişkenler arasındaki anlamlı düzeyde en yüksek ilişkinin çalışanlar ile ilişkiler ile girişimcilik ($r=0,87$, $p<0,01$) arasında olduğu, en düşük anlamlı ilişkinin ise girişimcilik ile bireycilik ($r=0,005$, $p>0,01$) arasında olduğu tespit edilmiştir.



Tablo 21: Araştırmada Yer Alan Değişkenler Arasındaki İlişkiler

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(1) Girişimcilik	$\alpha=0,855$									
(2) Pazar ve Ürün Odaklılık	,778**	$\alpha=0,752$								
(3) Çalışanlar ile İlişkiler	,876**	,621**	$\alpha=0,731$							
(4) Vizyonerlik ve Belirsizlik	,865**	,490**	,594**	$\alpha=0,707$						
(5) Yüksek Güç Mesafesi	-,055	-,037	-,008	-,086	$\alpha=0,605$					
(6) Toplulukçuluk	,005	-,039	,060	-,018	,536**	$\alpha=0,641$				
(7) Yüksek Belirsizlikten Kaçınma	,020	-,029	,054	,013	,500**	,469**	$\alpha=0,587$			
(8) Erillik	,206**	,093	,196**	,204**	,302**	,251**	,351**	$\alpha=0,520$		
(9) Uzun Zaman Oryantasyonu	,123	,166*	,142*	,035	,189**	,198**	,102	,208**	$\alpha=0,564$	
(10) Proaktif Kişilik	,615**	,524**	,506**	,524**	-,024	,060	,021	,127	,201**	$\alpha=0,828$

N = 191, ** $p < ,01$, * $p < ,05$

4.5.2. Girişimcilik Puanlarının Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

Katılımcıların Proaktif Kişilik Ölçeğinden alınan puanın ve Kültürel Değerler Ölçeğinin alt boyutlarından (güç mesafesi, bireycilik, belirsizlikten kaçınma, erillik ve uzun zaman oryantasyonu) alınan puanlarının girişimcilik toplam puanını yordama düzeyini belirlemek için yapılan basit regresyon analizi sonuçları Tablo 22’de verilmiştir.

Proaktif kişiliğın ve kültürel değerler alt boyutlarının; girişimcilik düzeyine olan etkisinin belirlenebilmesi için kavramlar arasında regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; proaktif kişiliğın girişimciliğı ($\beta = 0,597^{**}$; $p < 0,05$) pozitif yönde orta düzeyde etkilediğı tespit edilmiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde "**H1**" Hipotezi "**KABUL**" edilmiştir. Kültürel değerler boyutlarının; girişimcilik düzeyine olan etkisi incelendiğinde ise; erillik alt boyutunun girişimciliğı ($\beta = 0,161^*$; $p < 0,05$) pozitif yönde düşük seviyede etkilediğı tespit edilirken; diğeri boyutların (güç mesafesi, bireycilik, belirsizlikten kaçınma, kısa zaman oryantasyonu) girişimciliğı etkilemediğı tespit edilmiştir (Tablo 22). Bu kapsamda değerlendirildiğinde "**H2d**" Hipotezi "**KABUL**", "**H2a**", "**H2b**", "**H2c**" ve "**H2e**" Hipotezleri "**RED**" edilmiştir.

Tablo 22: Kültürel Değerler Alt Boyutlarının Girişimciliğie Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler				
	Güç Mesafesi	Bireycilik	Belirsizlikten Kaçınma	Erillik	Uzun Zaman Oryantasyonu
Girişimcilik					
β	-,071	-,032	,003	,161*	-,011
T	-,982	-,452	,039	2,561	-,183

$R^2 = 0,403$ * $p < ,05$ ** $p < ,01$

Proaktif kişiliğin; girişimcilik alt boyutlarına (pazar ve ürün odaklılık, çalışanlar ile ilişkiler, vizyonerlik ve belirsizlik) olan etkisinin belirlenebilmesi için kavramlar arasında regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; proaktif kişiliğin pazar ve ürün odaklılık alt boyutunu ($\beta = 0,511^{**}$; $p < 0,05$), çalışanlar ile ilişkiler alt boyutunu ($\beta = 0,481^{**}$; $p < 0,05$) ve vizyonerlik ve belirsizlik alt boyutunu ($\beta = 0,527^{**}$; $p < 0,05$), pozitif yönde orta düzeyde etkilediği tespit edilmiştir (Tablo 23). Bu kapsamda değerlendirildiğinde "**H1a**", "**H1b**" ve "**H1c**" Hipotezleri "**KABUL**" edilmiştir.

Tablo 23:Proaktif Kişiliğin Girişimcilik Alt Boyutlarına Olan Etkisi

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişken Proaktif Kişilik		
	β	T	R ²
Pazar ve Ürün Odaklılık	,511**	7,960	0,287
Çalışanlar ile İlişkiler	,481**	7,433	0,276
Vizyonerlik ve Belirsizlik	,527**	8,447	0,327
* $p < ,05$ ** $p < ,01$			

Yapılan analizler sonucunda, araştırma hipotezlerinin kabul ve red durumları ile ilgili bilgiler Tablo-24'de yer almaktadır.

Tablo 24: Araştırma Hipotezlerinin Kabul ve Red Durumları

Hipotezler	Sonuç
H1: Proaktif kişilik girişimcilik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	KABUL
H1a: Proaktif kişilik pazar ve ürün odaklılık düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	KABUL
H1b: Proaktif kişilik çalışanlar ile ilişkiler düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	KABUL
H1c: Proaktif kişilik vizyonerlik ve belirsizlik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	KABUL
H2a: Düşük güç mesafesi girişimcilik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	RED
H2b: Bireycilik girişimcilik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	RED
H2c: Düşük belirsizlikten kaçınma girişimcilik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	RED
H2d: Erillik girişimcilik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	KABUL
H2e: Uzun zaman oryantasyonu girişimcilik düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.	RED

BEŞİNCİ BÖLÜM

5.1. SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik; sebep olduğu değişim ve akımlarla ekonomik açıdan, yeni iş imkânları yaratması ve sermayenin tabana yayılmasına imkân sağlamasından dolayı toplumsal açıdan ve devletlerin toplumsal refahın sürdürülebilirliğini sağlamak için politikalar geliştirmek zorunda kalmasından dolayı da politik açıdan önem arz etmektedir. Dolayısıyla globalleşen dünyada girişimciliğin devletler için olan önemi her geçen gün katlanarak artmaktadır. Bu gelişmeler girişimcilik kavramını ekonomik, politik ve toplumsal dinamiklerin temel taşı haline getirmiştir. Girişimciliğin, toplumların kültürel yapıları ve toplumları oluşturan bireylerin kişilik özellikleri ile yakından ilişkisi vardır. Bu nedenle girişimcilik kavramı, ülkeden ülkeye ve hatta bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir.

Geçmişten günümüze yaşanmakta olan ekonomik ve teknolojik gelişmeler; emek yoğun girişimciliğin popülerliğinin azalmasına, teknolojiye dayalı girişimciliğin popülerliğinin artmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler doğrultusunda; üniversite-sanayi ortaklığı ile kurulmaya başlanan ve hızla teknolojiye dayalı üretimin merkezi haline gelen teknoparklar girişimciler için cazibe merkezi haline gelmiştir. Bu noktadan hareket ile proaktif kişilik özelliklerinin ve kültürel değerlerin teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik düzeyleri üzerindeki etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Girişimcilik kavramının uluslararası yazında birçok farklı açıdan ele alındığı ve birtakım değişkenlerle incelendiği tespit edilmiştir. Konu ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar irdelendiğinde; yoğun olarak kültür ve kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine olan etkilerinin, öğrenciler ve organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren girişimciler evreninde araştırıldığı belirlenmiştir. Özellikle proaktif kişiliğin ve kültürel değerlerin girişimciliğe olan etkisinin, Türkiye'de bulunan teknoparklarda faaliyet gösteren girişimciler evreninde ele alınması bu çalışmayı önemli kıldığı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında değişkenler arasında kurulan hipotezler, örnekleme oluşturan 256 girişimci üzerinde test edilmesi amaçlanmıştır. Ancak belirlenen örnek sayısına ulaşmak amacıyla bu çalışma için hazırlanmış ve elektronik posta ile teknoparklarda faaliyet gösteren işletmelerin sahiplerine iletilmiş olan anketlerden yalnızca 191'i analiz kapsamına dâhil edilmiştir.

Araştırma kapsamında, araştırma katılımcılarının girişimcilik seviyelerinin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında; katılımcıların girişimcilik seviyeleri arasında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazında bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; söz konusu çalışmaların bulgularında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bilge ve Bal (2012), Yılmaz ve Sünbül (2009) ve Avşar (2007), üniversite öğrencileri üzerinde yapmış oldukları araştırmalarda; öğrencilerin girişimcilik seviyelerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşmışlardır. Cansız (2007) tarafından, Üniversite öğrencileri üzerinde yapılmış olan araştırmaya göre ise öğrencilerin girişimcilik seviyelerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, analiz sonucunda katılımcıların proaktif kişilik düzeyleri arasında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazında bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; söz konusu çalışmaların bulgularında benzerlik olduğu tespit edilmiştir. Duygulu (2008), üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu araştırmada; öğrencilerin proaktif kişilik düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada katılımcıların kültürel değerlerinin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde ise; erkeklerin kadınlara göre güç mesafesi, toplulukçuluk ve uzun zamanlı oryantasyon değerlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmışken, belirsizlikten kaçınma ve erillik değerlerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazında bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; söz konusu çalışmaların bulgularında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Öncül ve diğerlerinin (2016), mesleki gelişim kurslarına katılan çalışanlar üzerinde yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre erkeklerin kadınlara göre daha fazla belirsizlikten kaçınma eğiliminde oldukları, kadınların erkeklere göre daha fazla dişil özellikler sergiledikleri, kadınların erkeklere göre daha fazla kısa zamanlı

olaylara göre kararlarını şekillendirdikleri ve kadınların erkeklere göre daha fazla bireyci oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca kadınlarla erkekler arasında güç mesafesine ilişkin anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Alparslan ve diğerlerinin (2017), öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmanın sonuçları incelendiğinde; katılımcıların kültürel değerlerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmanın amacı proaktif kişiliğin girişimciliğin geneline ve alt boyutlarına (pazar ve ürün odaklılık, çalışanlar ile ilişkiler ve vizyonerlik ve belirsizlik) olan etkisinin ölçülmesidir. Bu kavramlar arasında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre; proaktif kişiliğin girişimciliğin alt boyutlarını pozitif yönde orta düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. Alanyazında bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; söz konusu çalışmaların bulgularında benzerlik olduğu tespit edilmiştir. Duygulu (2008), üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu araştırmada; proaktif kişiliğin iş kurma tutumunu (girişimcilik niyetini) pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Konaklıoğlu ve Kızanlıklının (2011), üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada da proaktif kişiliğin girişimciliği pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmadan ve alan yazında proaktif kişiliğin girişimciliğe olan etkisi ile ilgili araştırmalardan anlaşılacağı üzere; proaktif kişiliğin girişimciliği pozitif etkilediği ve proaktif kişiliğe sahip bireylerin diğerlerine göre daha fazla girişimcilik faaliyeti gösterdiği tespit edilmiştir. Bu durumun nedenleri araştırıldığında ise girişimcilik özelliklerinden olan kabul edilebilir riskler alma ve değişim odaklı olmanın, proaktif kişiliğe sahip bireylerin de en önemli özellikleri olduğu görülmüştür.

Bu araştırmanın başka bir amacı da kültürel değerlerin boyutlarının (güç mesafesi, bireycilik-toplulukçuluk, belirsizlikten kaçınma, erillik-dişillik ve uzun-kısa zaman oryantasyonu) girişimciliğe olan etkisinin ölçülmesidir. Bu amaçla yapılan regresyon analizinde yalnızca erillik boyutunun girişimciliği pozitif yönde düşük düzeyde etkilediği ve diğer alt boyutların girişimciliği etkilemediği tespit edilmiştir. Alan yazında bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; söz konusu çalışmaların bulgularında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ülgen (2017) ve Fiş ve Wasti (2009), girişimciler üzerinde yapmış oldukları araştırmalarda; güç mesafesi düzeyinin

girişimcilik eğilimini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çarıkcı ve Koyuncu (2010), üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu araştırmada; toplulukçuluk düzeyinin girişimcilik eğilimini negatif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Güler ve diğerleri (2016), girişimciler üzerinde yaptığı araştırmada; uzun zaman oryantasyonu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kültürel değerler göz önünde bulundurulduğunda girişimcilik için en uygun özellikleri Sargut (2001), düşük güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma ile yüksek bireycilik, erillik ve uzun zaman oryantasyonu olarak tanımlamaktadır.

Hofstede (1980) yapmış olduğu araştırmada Türk Toplumunun kültürel özelliklerinin; yüksek toplulukçuluk, yüksek güç mesafesi, yüksek belirsizlikten kaçınma ve yüksek dişillik olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı doğrultuda Türk araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda da Türkiye'nin toplumsal kültürünün (Basım, 2000; Erdem, 2001; Kabasakal ve Bodur, 2002; Köse, Tetik, ve Ercan, 2001; Sargut, 1994, 2001; Turan ve diğerleri, 2005; Wasti, 1995) yüksek güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma, toplulukçu ve dişil değerleri benimseyen yönde olduğu tespit edilmiştir (Öncül, Deniz ve İnce, 2016). Dolayısıyla Türk Toplumunun kültürel değerleri Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Modeli'ne göre değerlendirildiğinde; Türk Toplumunun kültürel yapısının girişimcilik için uygun olmadığı sonucuna varılmaktadır. Ancak bu durum Türk Toplumunu oluşturan bireylerin girişimcilik faaliyetleri göstermelerini engellememektedir.

Bu bilgiler ışığında; teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcilerin proaktif kişilik özelliklerinin ve kültürel değerlerinin girişimciliğe etkisini değerlendirecek olursak; kültürel değerlerin erillik alt boyutu haricinde girişimciliği etkilemediği sonucuna varılmıştır. Diğer kültürel değerler ile ilgili istatistiksel olarak anlamlı bulguların elde edilememesinin bir nedeni araştırma için kullanılan ölçüm aracının Hofstede'nin kültürel boyutlarını ölçmede yeterli olmaması ile ilgili olabileceği düşünölmektedir. Ayrıca proaktif kişilik açısından değerlendirildiğinde; proaktif kişiliğin girişimciliği ve alt boyutlarını pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Bu durumun; katılımcıların Türkiye'de bilime yön veren, değişim odaklı yenilikçi

teknolojilerin geliştirildiği teknoparklarda hâlihazırda faaliyet gösteren girişimciler olmalarından ve proaktif kişilik düzeylerinin yüksek olmasından kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Bu araştırmanın;

1. Daha sonra yapılacak çalışmalarda ulusal literatüre katkı sağlamak amacıyla girişimciliğin diğer değişkenlerle incelenmesinde fayda sağlayacağı ve bu sayede toplumlar için hayati öneme sahip olan girişimciliğin geliştirilmesinde rol oynayacağı,
2. Sadece teknoparklarda faaliyet gösteren girişimcileri kapsadığı için, araştırma değişkenleri ile ilgili yapılacak bundan sonraki çalışmaların diğer girişimcileri de kapsamı ve girişimciler arasında karşılaştırma yapılmasını sağlayarak alan yazınına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Proaktif kişiliğin ve kültürel değerlerin girişimciliğe olan etkisinin tespiti amacıyla yapılan bu araştırmanın sonuçları ışığında geliştirilen öneriler aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

1. Uygulanmakta olan yaygın eğitim programlarının potansiyel girişimcilerin girişimcilik özelliklerini geliştirecek şekilde düzenlenerek, uygun yöntem ve tekniklerle desteklenmesi ve öğrencilerin projeler geliştirerek eğitimini tamamlamadan girişimciliğe teşvik edilmesi sağlanmalıdır.
2. Girişimci bireylerin hem kişilik hem de kültürel özelliklerinin gelişiminde önemli bir yere sahip olan aile yapısına toplum ve devlet olarak gerekli özenin gösterilmelidir. Bu doğrultuda aile olgusunun gelişmesine destek sağlayacak projelerin hayata geçirilmesine önem verilmelidir.
3. Katılımcıların demografik özelliklerinden de anlaşılacağı üzere kadın girişimci sayısının artırılması sağlanmalıdır. Bu nedenle devlet tarafından kadın girişimcilere pozitif ayrımcılık uygulanarak erkek girişimcilere nazaran daha fazla muafiyet sağlanmalıdır.
4. Ekonomik kalkınmanın sürdürülebilirliğini sağlamak için özellikle az gelişmiş

bölgelerde girişimcilere daha fazla olanaklar sağlanmalıdır.

5. Yazılı ve görsel basını kullanarak toplumun girişimciliğe karşı olan algısının ve bilgisinin arttırılması sağlanmalıdır.



KAYNAKÇA

- Aidis, R. (2003). Entrepreneurship and Economic Transition. Tinbergen Institute Discussion Paper No. 2003-015/2.
- Akın, A. and Özcan, N. A. (2015). Short Turkish Version of Proactive Scale: A Study of Validity and Reliability. *Mevlana International Journal of Education (MIJE)*, 5(1), 165-172.
- Akın, H. (2003). Türkiye’de Girişimcilik ve Memurluk Üzerine Mustafa Suphi ve Prens Sabahattin’den Mülhem Bir Analiz. *Piyasa*, 6-7, 29-51.
- Akpınar, S. (2011). *Girişimciliğin Temel Bilgileri (2 Ed.)*. Kocaeli: Umuttepe Kitabevi.
- Aksan, E. (2012). Ülkemizde ve Dünyada Teknopark Yaklaşımları. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, 286, 24.
- Aktürk, E. (2012). *Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi: Düzce Üniversitesi'nde Bir Araştırma. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)*. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Alaybeyoğlu Küçük, K. (2014). *Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)*, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Albaum, G. and Duerr, E. (2008). *International Marketing and Export Management: Pearson Education*.
- Alparslan, A. M., Taş, M. A. ve Yastıoğlu, S. (2017). Girişimcilik Niyeti Eğitimle mi Artar Yoksa Kültürel Değerlerle mi Açıklanır? Does Intention of Entrepreneurship Increase with Education or Is It Explained By Cultural Values? *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 148-161.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama: Asil Yayın Dağıtım*.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular (Entrepreneurship, Fundamental Conception and Topical Subjects)*. Siyasi Kitapevi, Ankara.

- Arslantaş, C. C. (2001). Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, 12(38), 17-23.
- Artar, A. (2002). Esnaf ve Sanatkarlarımızın 21. Yüzyıl Açısından Geleceği.
- Arthur, W. and Graziano, W. G. (1996). The FiveFactor Model, Conscientiousness, and Driving Accident Involvement. Journal of Personality, 64(3), 593-618.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6(2), 55-72.
- Ataman, B. C. (2008). Teknoparklarda Yatırımın İstihdam Yaratma Kapasitesi ve İstihdam Yapısı: Ankara İli Örneğinde Bir Analiz. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 3(2), 37-48.
- Ataman, G. (2009). İşletme Yönetimi: Temel Kavramlar, Yeni Yaklaşımlar: Türkmen Kitabevi.
- Audretsch, D. B. (2003). Entrepreneurship: A Survey of The Literature: Office For Official Publications of The European Communities Luxembourg.
- Avşar, M. (2007). Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Çukurova Üniversitesi'nde Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Aydemir, M., Demirci, M. K. (2007). İşletmelerin Küreselleşme Stratejileri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(1), 139-160.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18, 101-120.
- Bakan, İ. ve Büyükbeşe, T. (2004). Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7, 1-30.
- Barrick, M. R. and Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A MetaAnalysis. Personnel Psychology, 44(1), 1-26.
- Barutçu, E. ve İrmış, A. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 26(2), 1-25.

- Basım, N. (2000). Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Kültürel Boyutları Bağlamında Asker Yöneticiler Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 2, 33-53.
- Başalp, A. (2010). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nin Türkiye Ekonomisine Yönelik Katkılarının Yeni Bir Model Çerçevesinde Analizi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Başol, O., Dursun, S. ve Aytaç, S. (2011). Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama, 13(4), 7-22.
- Bateman, T. S. and Crant, J. M. (1993). The Proactive Component of Organizational Behavior: A Measure and Correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Bateman, T. S. and Crant, J. M. (1999). Proactive Behavior: Meaning, Impact, Recommendations. *Business Horizons*, 42(3), 63-70.
- Bengisu, M. ve Özeti, B. (2005). Türkiye'deki Teknoloji Geliştirme Merkezleri ve Teknoparkların Teknolojik Yeniliğe Katkısı ve Başarı Etkenleri.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 16(2), 131-145.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi, 95-111.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 33-56 .
- Bozkurt, Ö. Ç. ve Alparslan, A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 1(15), 230-247.
- Börü, D. (2006). Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bridge, S. and O'Neill, K. (2012). *Understanding Enterprise: Entrepreneurship and Small Business*: Palgra ve Macmillan.

- Brockhaus, R. and Horowitz, P. (1986). The Psychology of The Entrepreneur in Sexton D. and Smilor R., The Art and Science of Entrepreneurship. Ballinger, Cambridge MA.
- Brockhaus, R. H. and Horowitz, P. (1986). The Psychology of The Entrepreneur. Entrepreneurship: Critical Perspectives On Business and Management, 2, 260-283.
- Büber, R. (2011). Girişimcilik Açısından Kültür ve Kişilik Özelliklerinin Analizi : Ostim Organize Sanayi Bölgesi'nde Bir Alan Araştırması. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Cabar, H. (2006). Türkiye'de Girişimcilik Kültürünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Camgöz, S. (2009). Kişilik Özellikleri ile Finansal Performans Arasındaki İlişkiler: A-Tipi Yatırım Fonu Yöneticileri Üzerinde Bir Değerlendirme. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 157-174.
- Cansız, E. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Christensen, L. B., Johnson, B. and Turner, L. A. (2015). Araştırma Yöntemleri: Desen ve Analiz: Anı Yayınevi.
- Cici, E. N. (2013). Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Costa, P. T., McCrae, R. R. and Dye, D. A. (1991). Facet Scales For Agreeableness and Conscientiousness: A Revision of The NEO Personality Inventory. Personality and Individual Differences, 12(9), 887-898.
- Covey, S. (2010). Etkili İnsanların 7 Alışkanlığı (D. Tekin, Trans. 37. Baskı). İstanbul: Varlık Yayınları.

- Crant, J. M. (2000). Proactive Behavior in Organizations. *Journal of Management*, 26(3), 435-462.
- Cüceloğlu, D. (1995). İyi Düşün Doğru Karar Ver. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Çarıkçı, İ. H. ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci-Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 1-18.
- Çelik, İ. (2001). Düşüşteki Taylorizm ve Yükselişteki Ohnoizm Karşısında Türk Yönetici Elitinin Durduğu Yer. (Yayımlanmış Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Çetin, C. (1996). Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi. *Der Yayınları*, İstanbul.
- Çetin, F. ve Varoğlu, A. K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2), 51-66.
- Çetindamar, D. (2002). Türkiye’de Girişimcilik, *Tüsiad Yayınları*.
- Danışık, S. A. (2001). Türkiye’deki Girişimci Profili. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Demirel, E. T. (2003). Girişimcilik Kültürü. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Digman, J. M. (1990). Personality Structure: Emergence of The Five-Factor Model. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 417-440.
- Doğan, N. (2013). Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. (Yayımlanmış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dolgun, U. (2003). Girişimcilik, Alfa Basım Dağıtım: İstanbul.
- Dulupçu, M. A. ve Özkul, G. (2007). Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 67-92.
- Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Duygulu, E. (2008). Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 95-120.

- Dündar, S. ve Ağca, V. (2014). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25/19, 121-142.
- Emre, S. (2007). Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Erbatu, G. (2008). Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Ercan, Ü. ve Sığırı, Ü. (2015). Kültürel Değerlerin Liderlik Özelliklerine Etkisi: Türk ve Amerikalı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma. Amme İdaresi Dergisi, 48(3), 95-126.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 43-61.
- Erdoğan, İ. (2007). İşletmelerde Davranış, Malatyalı İş Adamları Derneği Yönetim Yayınları Dizisi-1: İstanbul.
- Ersoy, E. (2009). Yöneticilerin Dönüştürücü ve İşe Yönelik Liderlik Eğilimleri ile Kişilik Özelliklerinin İlişkisi: Bir Örnek Olay. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Avrupa Komisyonu (2003). Avrupa'da Girişimcilik, Yeşil Kitap, Brüksel.
- Figueredo, A. J., Wolf, P. S. A., Olderbak, S. G., Gladden, P. R., Fernandes, H. B. F., Wenner, C. and Jacobs, W. J. (2014). The Psychometric Assessment of Human Life History Strategy: A Meta-Analytic Construct Validation: Educational Publishing Foundation, 8(3), 148-185.
- Fiş, A. M. ve Wasti, S. A. (2009). Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi, 1. METU Studies in Development, 35 (özel Sayı), 127-164.
- Fuller, B. and Marler, L. E. (2009). Change Driven By Nature: A Meta-Analytic Review of The Proactive Personality Literature. Journal of Vocational Behavior, 75(3), 329-345.
- Gödek, D. (1994). Türkiye'de Küçük Girişimci Profili ve OSTİM Örneğinde Küçük Girişimcinin Değerlendirilmesi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.

- Görkemli, H. N. (2011). Bölgesel Kalkınmada Teknoparkların Önemi ve Konya Teknokent Örneği. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Gül, İ. İ. (2009). İnovasyon, Teknoparklar ve Savunma Sanayi Sektörü: ODTÜ Teknokent Örneği. Savunma Sanayi Gündemi, 3, 55-59.
- Gülbaş, S. Y. (2011). İnovasyon: Teknopark Modeli. Ankem Dergisi, 25, 139-145.
- Güler, Y. B., Bozacı, İ. ve Karakaya, E. (2016). Kültür ile Girişimcilik Eğilimi ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(2), 23-33.
- Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(18), 62-86.
- Gürbüz, A. K. (2006). Analitik Yaklaşımın Teori Üretme Kapasitesi: Girişimcilik ve Refah Teorisi Örneği. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10(2), 113-125.
- Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights For Entrepreneurship Education and Training In Turkey. Education and Training, 48(1), 25-38.
- Halıcı, E. (2005). Girişimcilik ve Teknoparklar: Girişimciliğin Eski ve Yeni Yüzü.
- Hannafey, F. T. (2003). Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review. Journal of Business Ethics, 46(2), 99-110.
- Harmancı, M. ve Önen, M. O. (1999). Dünyada ve Türkiye’de Teknopark ve Teknokent Uygulamaları. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayınları GA/99-2-4, Araştırma Müdürlüğü, Ankara.
- Hirsch, R. D. and Peters, M. P. (1989). Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing A New Enterprise. Illinois USA, PIP Irwin Homewood.
- Hisrich, R. and Peters, M. (1998). Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing A New Venture: Irwin-Mcgraw-Hill, Chicago.
- Hisrich, R., Peters, M. and Shepherd, D. (2002). Entrepreneurship, Mcgraw-Hill.
- Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1992). Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing A New Enterprise: Mcgraw-Hill/Irwin.

- Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing A New Enterprise*. Bs., Irwin Inc, USA.
- Hofstede, G. (1980). *Culture and Organizations*. *International Studies of Management and Organization*, 10(4), 15-41.
- Hofstede, G. (1980). *Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad?* *Organizational Dynamics*, 9(1), 42-63.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences In Work-Related Values* (Vol. 5).
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of The Mind*. McGraw-Hill, London.
- Hofstede, G. (1993). *Cultural Constraints In Management Theories*. *The Academy Of Management Executive*, 7(1), 81-94.
- Hofstede, G. (1994). *Management Scientists Are Human*. *Management Science*, 40(1), 4-13.
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and Organizations: Software of The Mind, Intercultural Co-Operation and Its Implications For Survival*: McGraw Hill, USA.
- Hofstede, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model In Context*. *Online Readings In Psychology and Culture*, 2(1), 1-26.
- İbicioğlu, H., Özdağlı, K. ve Alparslan, A. M. (2009). *Girişimci Özellikle ve Girişimcilik Türü Tercihini Üzerinde Ebeveyn Etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması*. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 12(1-2), 521-538.
- İGİAD, Ö. İ. (2008). *Girişimcilik Raporu*. İstanbul: İktisadî Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD).
- İlhan, S. (2003). *Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler*. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 61-79.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). *İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri*. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(10), 13-27.
- İrmiş, A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü: Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*: Ekin Yayınevi.

- Isır, T. (2006). Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek Personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Kabasakal, H. and Bodur, M. (2002). Arabic Cluster: A Bridge Between East and West. *Journal of World Business*, 37(1), 40-54.
- Kahraman, K. (2006). Anadolu Aslanlarının Doğuşu. İktisat, Tarih ve Zihniyet Dünyamız içinde, 221-235, İstanbul, Bige Matbaacılık.
- Karabulut, A. T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 331-356.
- Karaca, M. (2015). Girişimciliği Belirleyen Kişilik Özellikleri. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. and Bushmarin, N. V. (1995). Locus Of Control and Entrepreneurship In The Russian Republic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20, 43-56.
- Keleş, M. K. ve Tunca, M. Z. (2010). Türkiye'deki Teknokentlerin Mevcut Durumun İncelenmesi. *Journal of Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 1-22.
- Kılıç, R., Keklik, B. ve Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 423-435.
- Kızılkaya, E. (2004). Friedrich Nietzsche'nin Joseph A. Schumpeter'in İktisat Düşüncesi Üzerindeki Etkisine Dair Bir Not. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5(2), 197-212.
- Konaklıoğlu, E. ve Kızanlıklılı, M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Proaktif Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* 1(2), 72-92.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 209-226.

- Köse, S., Tetik, S. ve Ercan, C. (2001). Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler. Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1), 219-242.
- Kumral, N. (1993). Bölgesel Gelişme Politikası Aracı Olarak Ekonomik Kalkınma Ajansları ve Girişimciliğin Teşviki. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial Leadership In The 21st Century: Guest Editor's Perspective. Journal of Leadership ve Organizational Studies, 13(4), 1-11.
- Kuvan, H. (2007). Türk Girişimcilerin Yaşam ve Çalışma Değerleri: Malatya'lı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Lee, S. M. and Peterson, S. J. (2001). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. Journal of World Business, 35(4), 401-416.
- Löckenhoff, C. E., Duberstein, P. R., Friedman, B. and Costa Jr, P. T. (2011). Five-Factor Personality Traits and Subjective Health Among Caregivers: The Role Of Caregiver Strain and Self-Efficacy. Psychology and Aging, 26(3), 592-604.
- Macko, A. and Tyszka, T. (2009). Entrepreneurship and Risk Taking. Applied Psychology, 58(3), 469-487.
- Marangoz, M. (2016). Girişimcilik, Genişletilmiş ve Güncellenmiş 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- McClelland, D. C. (1961). The Achievement Society. Princenton, NJ: Von Nostrand.
- Mccrae, R. R. and Costa Jr, P. T. (1985). Openness To Experience. Perspectives In Personality, 1, 145-172.
- Mccrae, R. R. and Costa, P. T. (1987). Validation of The Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. Journal of Personality and Social Psychology, 52(1), 81-90.
- Mccrae, R. R. and Costa, P. T. (1995). Trait Explanations In Personality Psychology. European Journal of Personality, 9(4), 231-252.
- Mccrae, R. R. and John, O. P. (1992). An Introduction To The FiveFactor Model and Its Applications. Journal of Personality, 60(2), 175-215.
- Mitton, D. (1989). The Complete Entrepreneur. Entrepreneurship: Theory and Practice, 13(3), 9-19.

- Morçin, S. E. (2013). Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 167-190.
- Morris, M. H. and Lewis, P. S. (1995). The Determinants of Entrepreneurial Activity: Implications For Marketing. *European Journal of Marketing*, 29(7), 31-48.
- Mueller, S. L. and Thomas, A. S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and İnnovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Mutlu, E. C. (2005). *Uluslararası İşletmecilik: Teori ve Uygulama*: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Müftüoğlu, T. (2000). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*: Gazi Kitabevi.
- Naktiyok, A. ve Bayrak Kök, S. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 77-96.
- Nielsen, R. P., Peters, M. P. and Hisrich, R. D. (1985). Intrapreneurship Strategy For Internal Markets-Corporate, Non-Profit and Government Institution Cases. *Strategic Management Journal*, 6(2), 181-189.
- Nijkamp, P. (2003). Entrepreneurship In A Modern Network Economy. *Regional Studies*, 37(4), 395-405.
- O'Farrell, P. N. (1986). Entrepreneurship and Regional Development: Some Conceptual Issues. *Regional Studies*, 20(6), 565-574.
- Okudan, G. E. and Rzasa, S. E. (2006). A Project-Based Approach To Entrepreneurial Leadership Education. *Technovation*, 26(2), 195-210.
- Öncül, M. S., Deniz, M. ve İnce, A. R. (2016). Hofstede'nin Örgüt Kültürü Modelinin Potansiyel Girişimcilerin Yetiştirdiği Çevresel Özellikler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 255-269.
- Ören, K. ve Biçkes, M. (2011). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 67-86.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Yılmaz, Ö. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 27-47.

- Özdamar, K. (1999). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Özer, P.S. ve Topaloğlu, T. (2007). Girişimci ve Yöneticilerin Öğrenilmiş Gereksinimleri ile Kontrol Odaklarının Kıyaslanmasına Yönelik Bir Araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(2), 439-456.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (1996). Örgütsel Davranış: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Parker, S. K. and Collins, C. G. (2010). Taking Stock: Integrating and Differentiating Multiple Proactive Behaviors. Journal of Management, 36(3), 633-662.
- Philipsen, K. (1998). Entrepreneurship As Organizing. Paper Presented at The DRUID Summer Conference, Bornholm.
- Presbitero, A. (2015). Proactivity In Career Development of Employees: The Roles Of Proactive Personality and Cognitive Complexity. Career Development International, 20(5), 525-538.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized Expectancies For Internal Versus External Control of Reinforcement. Psychological Monographs: General and Applied, 80(1), 1-28.
- Sargut, A. S. (1994). Bireycilik ve Ortaklaşa Davranış İkileminde Yönetim ve Örgüt Kuramları. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, 49(1), 321-332.
- Sargut, A. S. (2001). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim: İmge Kitabevi.
- Seibert, S. E. and Kraimer, M. L. (2001). The Five-Factor Model of Personality and Career Success. Journal of Vocational Behavior, 58(1), 1-21.
- Shane, S., Locke, E. A. and Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial Motivation. Human Resource Management Review, 13(2), 257-279.
- Shane, S. A. (2003). A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus: Edward Elgar Publishing.
- Sığırı, Ü. ve Gürbüz, S. (2014). Örgütsel Davranış. İstanbul: Beta Yayınları.
- Solmuş, T. (2004). İş Yaşamı, Denetim Odağı ve Beş Faktörlük Kişilik Modeli. Türk Psikoloji Bülteni, 10(34-35), 196-205.
- Somer, O. (1998). Türkçe'de Kişilik Özelliği Tanımlayan Sıfatların Yapısı ve Beş Faktör Modeli. Türk Psikoloji Dergisi, 13(42), 17-32.

- Somer, O. and Goldberg, L. R. (1999). The Structure of Turkish Trait-Descriptive Adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3), 431-450.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2011). Kuramdan Uygulamaya Beş Faktör Kişilik Modeli ve Beş Faktör Kişilik Envanteri: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi No:128, s. 45-66, İzmir.
- Sørnes, J.O., Stephens, K.K., Sætre, A.S. and Browning, L.D. (2004). The Reflexivity Between Icts and Business Culture: Applying Hofstede's Theory To Compare Norway and The United States. *Informing Science*, 7(1), 1-30.
- Soydan, M. (2011). Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar. *Girişimcilik ve KOBİler: Teori ve Uygulama*, 1-12, Ekin Yayınları, Bursa.
- Stevens, C. D. and Ash, R. A. (2001). Selecting Employees For Fit: Personality and Preferred Managerial Style. *Journal of Managerial Issues*, 13(4), 500-517.
- Şahin, Ş. (2015). Kişilik Özellikleri, Yaratıcı Düşünce Süreçleri ve Reklam Yaratıcılığı İlişkisi. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Şimşek, M., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2011). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Gazi Kitapevi, 6. Baskı, Ankara, 202.
- Şişman, M. (2007). Örgütler ve Kültürler: Örgüt Kültürü: Pegem A Yayıncılık.
- Tamer, M., Asude, Ö. T. ve Yağmur, A. (1996). Türkiyede Girişimcilik ve KOBİ'ler. *Dış Ticaret Dergisi*.
- Taşkın, E. (2008). Girişimcilik ve Özgüven. *Girişimcilik ve KOBİler, Teori ve Uygulama*, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Tokgöz, E. (2001). Türkiye İktisadi Gelişme Tarihinin Ana Çizgileri (1923-2000). *Türkiye Ekonomisi Sektörel Analiz*, Ankara, Türkiye Ekonomi Kurumu, İmaj Yayıncılık, 3-50.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik: Keşif Süreci*: Beta Yayıncılık.
- Tosun, E. (2012). Proaktif Kişilik ile Satış Performansı Arasındaki İlişki ve Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Turan, S., Durceylan, B. ve Şişman, M. (2005). Üniversite Yöneticilerinin Benimsedikleri İdari ve Kültürel Değerler. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 181-202.

- Mortan, K., Gücelioğlu, Ö., ve Alpaslan, T. (1987). Türkiye'de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümler. Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (Yayın No: TÜSİAD-T/87.10.103), İstanbul.
- Ulucan, S. (2015). Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğrenimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Unutkan, G. A. (1995). İşletmelerin Yönetimi ve Örgüt Kültürü: Türkmen Kitabevi.
- Uygun, M., Mete, S. ve Güner, E. (2012). Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(2), 145-156.
- Ülgen, B. (2017). Kadın Girişimcilerin “Güç Mesafesi” ve “Belirsizlikten Kaçınma” Kültürel Boyutlarına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi, 1(1), 27-71.
- Üngören, E. (2011). Psikolojik Kişilik Kuramı Ekseninde Yöneticilerin Kişilik Özellikleri, Kara Verme Stilleri ve Örgütsel Sonuçlara Yansımaları. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Van Praag, M. (2005). Successful Entrepreneurship: Confronting Economic Theory With Empirical Practice: Edward Elgar Publishing.
- Wasti, A. (1995). Kültürlerarası Farklılaşmanın Örgütsel Yapı ve Davranışa Etkileri: Karşılaştırmalı Bir İnceleme. ODTÜ Gelişme Dergisi, 22(4), 503-529.
- Wayne, J. H., Musisca, N. and Fleeson, W. (2004). Considering The Role of Personality In The Work-Family Experience: Relationships of The Big Five to Work-Family Conflict and Facilitation. Journal of Vocational Behavior, 64(1), 108-130.
- William, G. (1988). Who Is An Entrepreneur? Is The Wrong Question. Entrepreneurship. American journal of small business, 12(4), 11-32.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 196-211.
- Yıldız, S. ve Kapu, H. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesi'nde Bir

Araştırma. Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(3), 39-66.

Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, 195-203.

York, K. L. and John, O. P. (1992). The Four Faces of Eve: A Typological Analysis of Women's Personality At Midlife. Journal of Personality and Social Psychology, 63(3), 494-508.

Yurtsever, G., Atış, C. ve Yurtsever, Ş. (2006). Girişimcilik, Karahan Kitabevi: Adana.

Zhao, H. and Seibert, S. E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review: American Psychological Association.

Zhao, H., Seibert, S. E. and Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality To Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. Journal of Management, 36(2), 381-404.

İnternet Kaynakları:

Karakayalı, H. ve Yanıkkaya, H. (2005). Kurumsal Faktörlerin Ekonomik Büyümeye Etkileri. Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2017, <http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/yazark.php>.

Baltaş, A. (2003). Girişimciliğin Ardındaki İnsan Profili. Erişim Tarihi: 29 Ekim 2017 <http://www.baltasgrubu.com/makaleler/girisimciligin-ardindaki-insan-profil.html>

Kobitek-Teknoloji Geliştirme Merkezleri. (2016). Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2017, <http://kobitek.com/teknoloji-gelistirme-merkezleri-tekmerler>.

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2016 Yılı Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 10 Ekim 2017 <https://strateji.sanayi.gov.tr/dokuman/gethandler.ashx?dokumanid=6a72f168-4986-449a-a0f7-fce8ce2a1f73>

Teknoloji Geliştirme Merkezleri Derneği, Türkiye'de Teknoparklar (2016). Erişim Tarihi; 20 Ağustos 2017 <http://www.tgbd.org.tr/webcontent/webcontent/4707>

Türk Dil Kurumu Resmi Web Sitesi. Erişim Tarihi: 20 Şubat 2017 <http://tdkterim.gov.tr/bts/>

Yockey, D. M. and Rose, W. J. (2006). Entrepreneurial Propensity: Components and Measurement. Erişim Tarihi: 11 Eylöl 2017, http://www.babson.edu/entrep/fer/babson2002/111/111_s9/iii-s9.htm



EKLER

EK.1. ÖZGEÇMİŞ

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

İsim Soyisim : Ali Murat NAKİP
Uyruğu : Türkiye Cumhuriyeti
Doğum Tarihi ve Yeri : 24.04.1984 ANTAKYA
Eposta : muratnakip@gmail.com

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Yılı
Lisans	Deniz Harp Okulu	2007
Lise	Deniz Lisesi	2003

İŞ DENEYİMİ

Sahil Güvenlik Komutanlığının çeşitli birliklerinde branş subayı ve bölüm amiri olarak görev yapmış olup, halen yüzbaşı rütbesinde görev yapmaktadır.

YABANCI DİL:

İngilizce

HOBİLER:

Spor, Kitap Okumak, Müzik Dinlemek, Seyhat Etmek.

EK.2. ANKET FORMU

Cinsiyet	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
Doğum Yılı	19_____
Medeni Durum	<input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Evli
Eğitim Seviyesi (en son tamamlanan derece)	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Yüksekokul (2 yıllık) <input type="checkbox"/> Üniversite (4 yıllık) <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora
Mesleğiniz	
İşletmenin Kuruluş Yılı	_____ yıl
İşletmenin Çalışan Sayısı	
İşletmenin Bulunduğu Teknopark	
İşletmenin Faaliyet gösterdiği Sektör	
Mevcut İşletmeden önce kurulan İşletme sayısı	
İşletmedeki Statü	<input type="checkbox"/> İşletme Sahibi <input type="checkbox"/> İşletme Ortağı (Ortak Sayısı:)
Ailenizde kendi işini kuran yakınınız var mı?	<input type="checkbox"/> Evet (Kim:) (baba, dayı, amca vb) <input type="checkbox"/> Hayır

Bu anket çalışmasında sizinle ilgili ifadeler vardır. Soruları cevaplariken her bir cümle için size en uygun seçeneği işaretleyiniz.

① Kesinlikle Katılmıyorum ② Katılmıyorum ③ Kararsızım ④ Katılıyorum

⑤ Kesinlikle Katılıyorum

	GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ	1	2	3	4	5
1	Potansiyel büyümeye yönelik yeni hedef pazarlar tanımlayabilirim.					
2	Yeni ürün ve hizmetlere yönelik pazar fırsatlarını belirleyebilirim.					
3	Müşterilere yönelik tatmin edilmemiş ihtiyaçları karşılayacak ürünler geliştirebilirim.					
4	Yeni üretim ve pazarlama yöntemleri geliştirebilirim.					
5	Önemli konumdaki çalışanları işe alabilir ve eğitebilirim.					
6	Yönetim ve çalışma takımları belirleyebilir ve oluşturabilirim.					
7	Çalışanların kişisel ve profesyonel hayatları arasındaki çatışmaları engelleyerek onları işletme amaçlarına odaklayabilirim.					
8	Çalışanlara işletmenin vizyonunu ve değerlerini benimsemeleri için ilham verebilirim.					
9	Vizyonumun peşinden gitmek üzere çalışanları ikna edebilirim.					
10	Benim bakış açımı kabul etmeleri için başkalarımı ikna edebilirim.					
11	Belirsizliklere tolerans gösterebilirim.					
12	Belirsizlik durumunda kararlılığımı sürdürebilirim.					
13	Beklenmedik olumsuz değişikliklere çabuk tepki verebilirim.					
14	Sürekli stres, baskı ve çatışma altında üretken bir biçimde çalışabilirim.					

Aşağıda yer alan maddelerde sözü edilen davranışları ne sıklıkla yaptığınızı ilgili kutudaki rakamı işaretleyerek belirtiniz

- ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım ④ Bana Uygun
⑤ Bana Tamamen Uygun

	PROAKTİF KİŞİLİK	1	2	3	4	5
1	Kendi yaşamımı geliştirmek için sürekli yeni yollar araştırırım.					
2	Nerede olursam olayım, yapıcı bir değişim için güçlü bir etkiye sahibim.					
3	Hiçbir şey beni kendi düşüncelerimi gerçeğe dönüştürmekten daha çok heyecanlandıramaz.					
4	Eğer hoşlanmadığım bir şey görürsem, onu düzeltirim.					
5	Ne kadar tuhaf olursa olsun, bir şeye inanırsam onu yaparım.					
6	Diğerlerinin görüşlerine uymasa bile kendi düşüncelerimi savunmayı severim.					
7	Fırsatları saptamada uzmanım.					
8	Her zaman bir şeyin en iyisini yapmanın yollarını ararım.					
9	Eğer bir şeye inanırsam, hiçbir şey onu gerçekleştirmemi engelleyemez.					
10	Olanakları diğer insanlardan daha iyi tespit ederim.					

Aşağıda yer alan soruları cevaplarken her cümleye ne ölçüde katıldığınızı ya da katılmadığınızı belirtiniz, en uygun cevabı işaretleyiniz.

- ① Hiç Katılmıyorum ② Katılmıyorum ③ Kararsızım ④ Katılıyorum
⑤ Kesinlikle Katılıyorum

	KÜLTÜR ÖLÇEĞİ	1	2	3	4	5
1	Başkalarının giyimim hakkında söylediklerini önemserim.					
2	Günlük konuşmalarda sizli / bizli ifadeler kullanırım.					
3	Büyüklerimin söylediklerini sorgulamadan yaparım.					
4	Başarılarımdan en büyük pay aileme aittir.					
5	Topluluk içerisinde konuşmayı değil dinlemeyi tercih ederim.					
6	Grup çalışmalarını bireysel çalışmalara tercih ederim.					
7	Kural ve prosedürleri devamlı takip ederim.					
8	Bu işi yapmasaydım sabit gelirlili bir işte çalışırdım.					
9	Üzerimde her zaman kimliğimi ispat edecek belge taşırım.					
10	Çalışanlarıma karşı alçakgönüllü olmaya çalışırım.					
11	Çalışanlarıma karşı yumuşak başlıyım.					
12	Çalışanlarıma sözümü geçirmeye çalışırım.					
13	Gelecek için her zaman uzun vadeli hedeflerim vardır.					
14	Başarı için planlarımı kısa vadeli yaparım.					

EK-3. FAALİYETTE OLAN TEKNOPARKLAR

No	Bölge Adı	Üniversite	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı
1	ODTÜ Teknokent	Ortadoğu Teknik Üniversitesi	ANKARA	2001
2	TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi	TUBİTAK-TTGV	KOCAELİ	2001
3	Bilkent Cyberpark	Bilkent Üniversitesi	ANKARA	2002
4	Teknopark İzmir	İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü	İZMİR	2002
5	GOSB Teknopark	Sabancı Üniversitesi	KOCAELİ	2002
6	Hacettepe Teknokent	Hacettepe Üniversitesi	ANKARA	2003
7	İTÜ Arı Teknokent	İstanbul Teknik Üniversitesi	İSTANBUL	2003
8	Anadolu Teknoloji Araştırma Parkı	Anadolu Üniversitesi	ESKİŞEHİR	2003
9	Konya Teknokent	Selçuk Üniversitesi	KONYA	2003
10	Kocaeli Üniversitesi Teknopark	Kocaeli Üniversitesi	KOCAELİ	2003
11	Yıldız Teknik Üniversitesi Teknopark	Yıldız Teknik Üniversitesi	İSTANBUL	2003
12	İstanbul Üniversitesi Teknokent	İstanbul Üniversitesi	İSTANBUL	2003
13	Batı Akdeniz Teknokenti	Batı Akdeniz Üniversitesi	ANTALYA	2004
14	Erciyes Teknopark	Erciyes Üniversitesi	KAYSERİ	2004
15	Trabzon Teknokent	Karadeniz Teknik Üniversitesi	TRABZON	2004
16	Çukurova Teknokent	Çukurova Üniversitesi	ADANA	2004
17	Mersin Teknopark	Mersin Üniversitesi	MERSİN	2005
18	Göller Bölgesi Teknokent	Süleyman Demirel Üniversitesi	ISPARTA	2005
19	Ulutek	Uludağ Üniversitesi	BURSA	2005
20	Erzurum Ata Teknokent	Atatürk Üniversitesi	ERZURUM	2005
21	Gaziantep Teknopark	Gaziantep Üniversitesi	GAZİANTEP	2006

EK-3. FAALİYETTE OLAN TEKNOPARKLAR (DEVAM)

No	Bölge Adı	Üniversite	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı
22	Ankara Teknokent	Ankara Üniversitesi	ANKARA	2006
23	Gazi Teknopark	Gazi Üniversitesi	ANKARA	2007
24	Fırat Teknokent	Fırat Üniversitesi	ELAZIĞ	2007
25	Pamukkale Teknokent	Pamukkale Üniversitesi	DENİZLİ	2007
26	Cumhuriyet Teknokent	Cumhuriyet Üniversitesi	SİVAS	2007
27	Dicle Teknokent	Dicle Üniversitesi	DİYARBAKIR	2007
28	Trakya Teknopark	Trakya Üniversitesi	EDİRNE	2008
29	Sakarya Teknokent	Sakarya Üniversitesi	SAKARYA	2008
30	Tokat Teknopark	Gaziosmanpaşa Üniversitesi	TOKAT	2008
31	Boğaziçi Teknopark	Boğaziçi Üniversitesi	İSTANBUL	2009
32	Bolu Teknokent	Abant İzzet Baysal Üniversitesi	BOLU	2009
33	Malatya Teknokent	İnönü Üniversitesi	MALATYA	2009
34	Tasarım Teknokent	Dumlupınar Üniversitesi	KÜTAHYA	2009
35	Teknopark İstanbul	İstanbul Ticaret Üniversitesi	İSTANBUL	2009
36	Samsun Teknopark	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	SAMSUN	2009
37	Düzce Teknopark	Düzce Üniversitesi	DÜZCE	2010
38	Şanlıurfa Teknokent	Harran Üniversitesi	URFA	2010
39	Kahramanmaraş Teknokent	Sütçü İmam Üniversitesi	K.MARAŞ	2011
40	Namık Kemal Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Namık Kemal Üniversitesi	TEKİRDAĞ	2011
41	Çanakkale Teknopark	Onsekiz Mart Üniversitesi	ÇANAKKALE	2011

EK-3. FAALİYETTE OLAN TEKNOPARKLAR (DEVAM)

No	Bölge Adı	Üniversite	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı
42	İzmir Bilimpark	İzmir Ekonomi Üniversitesi	İZMİR	2012
43	YYÜ Teknokent	Yüzüncü Yıl Üniversitesi	VAN	2012
44	Çorum Teknokent	Hitit Üniversitesi	ÇORUM	2012
45	Depark	Dokuz Eylül Üniversitesi	İZMİR	2013
46	Bozok Teknopark	Bozok Üniversitesi	YOZGAT	2013
47	Kırıkkale Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Kırıkkale Üniversitesi	KIRIKKALE	2013
48	Marmara Üniversitesi Teknopark	Marmara Üniversitesi	İSTANBUL	2014
49	Teknopark Ege	Ege Üniversitesi	İZMİR	2014
50	İnnopark	Selçuk- Necmettin Erbakan-Aksaray-Karamanoğlu Mehmet Bey -KTO Karatay	KONYA	2015
51	Zafer Teknopark	Afyon Kocatepe - Uşak Üniversiteleri	AFYONKARAHİSAR-UŞAK	2015
52	Niğde Teknopark	Niğde Üniversitesi	NİĞDE	2013
53	Manisa Teknokent	Celal Bayar Üniversitesi	MANİSA	2012
54	Teknopark Ankara	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	ANKARA	2014

EK-4. ALTYAPI ÇALIŞMALARI DEVAM EDEN TEKNO PARKLAR

No	Bölge Adı	Üniversite	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı
1	ASO Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	ANKARA	2008
2	Muallimköy Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Gebze Teknik Üniversitesi	KOCAELİ	2011
3	MAKÜ-BAKA Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	BURDUR	2013
4	Balıkesir Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Balıkesir Üniversitesi	BALIKESİR	2014
5	OSTİM Ekopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Ankara - Hacettepe - Atılım - Çankaya - Başkent - TOBB Ekonomi ve Teknoloji	ANKARA	2014
6	Hatay Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Mustafa Kemal Üniversitesi	HATAY	2014
7	Finans Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Boğaziçi Üniversitesi	İSTANBUL	2014
8	Karaman Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi	KARAMAN	2015
9	Muğla Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Sıtkı Koçman Üniversitesi	MUĞLA	2015
10	Adnan Menderes Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Adnan Menderes Üniversitesi	AYDIN	2016
11	Batman Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Batman Üniversitesi	BATMAN	2017
12	Osmaniye Teknoloji Geliştirme Bölgesi	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi - Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	OSMANİYE	2017