İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME DOKTORA PROGRAMI

YENİ KURULAN İŞLETMELERDE GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİN ORTAYA ÇIKMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Doktora Tezi

Emine Banu Bilgiseven

100039823

İstanbul, 2020

İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME DOKTORA PROGRAMI

YENİ KURULAN İŞLETMELERDE GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİN ORTAYA ÇIKMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Doktora Tezi

Emine Banu Bilgiseven

100039823

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Murat Kasımoğlu

İstanbul, 2020

T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ ONAY FORMU

İşletme Bölümü Doktora programı öğrencisi Emine Banu Bilgiseven'in "Yeni Kurulan İşletmelerde Girişimcilik Niyetinin Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörlerin Analizi: Ampirik Bir Çalışma" başlıklı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulu **23.06.2020** tarih ve **2020-510/03** sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından **oybirliği/oyçokluğu** ile Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

	UNVANI, ADI SOYADI	ÜNİVERSİTE
TEZ DANIŞMANI	: Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU	İstanbul Ticaret Üniversitesi
JÜRİ ÜYESİ	: Prof. Dr. Ahu Tuğba KARABULUT	İstanbul Ticaret Üniversitesi
JÜRİ ÜYESİ	: Prof. Dr. Muhteşem BARAN	İstanbul Üniversitesi
JÜRİ ÜYESİ	: Prof. Dr. Yonca Deniz GÜROL	Yıldız Teknik Üniversitesi
JÜRİ ÜYESİ	: Doç. Dr. Pınar BAŞAR	İstanbul Ticaret Üniversitesi

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Emine Banu BİLGİSEVEN

ÖZET

Girişimcilik; son yüzyılda küresel rekabet, teknolojik değişimler ve pazar ekonomisindeki gelişmeler nedeniyle araştırmacıların ve yönetimlerin ilgisini çeken ve hızla büyüyen bir alan olmuştur. Niyet kavramı ise, girişimcilik davranışının en önemli öncüllerindendir. Neden bazı insanlar kurumsal bir yapı içinde çalışmayı tercih ederken, bazıları ise girişimciliği tercih etmektedirler sorusu araştırmacıları girişimcilik üzerinde etkili olan faktörleri incelemeye yönlendirmiştir. İlk dönem araştırmalarında girişimciliği etkileyen kişilik faktörleri ağırlıklı olarak incelenirken, sonra ki dönemlerde ise ağırlıklı olarak bilişsel faktörler girişimcilik araştırmalarına dahil edilmiştir.

Bu çalışmada, teknoloji yoğun start up girişimlerde girişimcilik niyetine ve girişimciliğe yönelik tutumlara etki eden faktörlerin tespiti amaçlanmış; bu amaçla, risk alma eğilimi ve girişimcilik niyeti üzerinde en etkili bilişsel faktör olan girişimciliğe yönelik tutum kavramları ele alınarak söz konusu kavramların girişimcilik niyetine etkisi, gerçek girişimciler üzerinde incelenerek, hangi faktörlerin (kişilik faktörleri ve bilişsel faktörler) girişimcilik niyetinin oluşmasında ki süreçte daha etkili olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca duygusal zekâ ve girişimci öz yeterlilik kavramlarının girişimciliğe yönelik tutum üzerindeki etkisi irdelenerek, bu kavramların bilişsel faktörler üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu inceleme konusu yapılmıştır.

İstanbul'da ki teknoparklar arasından seçilmiş belirli sayıdaki teknopark ve girişimcilik platformu bünyesinde bulunan start up girişimcilerden tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 344 girişimci araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Nicel araştırma yöntemi ve yapısal eşitlik modelinin kullanıldığı bu araştırma sonucunda; girişimci öz yeterliliğin girişimciliğe yönelik tutumu, girişimciliğe yönelik tutumun ise girişimcilik niyetini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusu elde edilmiştir. Elde edilen diğer bulgular ise, duygusal zekâ ile girişimciliğe yönelik tutum arasında; risk alma eğilimi ile de girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin var olmadığı yönündedir.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Zekâ, Girişimci Öz Yeterlilik, Risk Alma Eğilimi, Girişimciliğe Yönelik Tutum, Girişimcilik Niyeti, Start up girişimler.*

ABSTRACT

Entrepreneurship has recently become a rapidly growing area attracting the attention of researchers and management as a result of increasing global competition, technological changes and developments in the market economy in the last century. The concept of intent is one of the most important premises of entrepreneurial behavior. The question of "why some people prefer to work in an institutional structure, while others prefer entrepreneurship" has directed researchers to examine the factors affecting entrepreneurship. While personality factors affecting entrepreneurship were the ones investigated initially, the cognitive factors were included in the research on entrepreneurship in the following years. This study, aims to investigate the factors affecting entrepreneurial intentions and attitudes towards entrepreneurship in technology-intensive start-up initiatives; to this end, examining the concept of attitude towards entrepreneurship, the cognitive factor most effective on Risk-Taking Propensity and Entrepreneurship Intention of real entrepreneurs, the effect of these concepts on entrepreneurial intent and factors (personel and cognitive factors) more effective in the process of establisment of entrepreneurial intent were identified. In addition, examination of the effects of emotional intelligence and entrepreneurial self-efficacy on attitudes towards entrepreneurship helped to understand cognitive factors, as well as the effect of these concepts on cognitive factors.

The sample consisted ofis 344 entrepreneurs from the start-up entrepreneurs within the technoparks and entrepreneurship platforms selected among the technoparks in İstanbul.

At the end of this study where quantitative research method and structural equation model were used, it has been found that entrepreneurial self-efficacy positively affects attitude towards entrepreneurship and attitude towards entrepreneurship, has a positive effect on the intention of entrepreneurship. Other findings are between emotional intelligence and attitude towards entrepreneurship; there is no significant relationship between risk-taking propensity and entrepreneurship intent.

Key Words: *Emotional Intelligence, Entrepreneurial Self-Efficacy, Risk-Taking Propensity, Attitudes Towards Entrepreneurship, Entrepreneurship Intent, Start Up Initiatives.*

İÇİNDEKİLER

ÖZET iv
ABSTRACT v
İÇİNDEKİLER vi
TABLO LİSTESİ ix
ŞEKİL LİSTESİ x
KISALTMALAR xi
GİRİŞ 1
1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÇALIŞMALARININ TEORİK ARKAPLANI 4
1.1. Girişimcilik Kavramının Gelişimi 4
1.2. Girişimcilik Niyeti Modelinin Gelişimi 9
1.3. Girişimcilik Niyeti Modellerinin Çok Boyutlu Analizi 17
1.3.1. Girişimci Olay Modeli 19
1.3.2. Bird'in Girişimci Niyet Modeli (Girişimci Niyet İçeriği) 21
1.3.3. Planlı Davranış Modeli 23
1.3.4. Niyet Modeli, Girişimci Planlı Davranış Modeli 27
1.3.5. Potansiyel Girişimci Modeli 29
1.3.6. Boyd ve Vozikis'in Girişimci Niyet Modeli (Girişimci Niyet İçeriği) 30
1.3.7. Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi 32
1.4. Girişimcilik Niyetine Etki Eden Faktörler 32
1.4.1. Kişilik Faktörleri 33
1.4.1.1. Başarma İhtiyacı 35
1.4.1.2. Kontrol Odağı 36
1.4.1.3. Kendine Güven (Özgüven) 37
1.4.1.4. Yenilikçilik ve Yaratıcılık 38
1.4.2. Sosyal Faktörler 39
1.4.2.1. Tecrübe ve İş Deneyimi 39
1.4.2.2. Eğitim Durumu 39
1.4.2.3. Girişimci Aile Geçmişi ve Rol Modeller 40
1.4.2.4. Sosyal Ağlar 41

1.4.3. Çevresel Faktörler 41
1.4.4. Bilişsel Faktörler 43
1.4.5. Demografik Faktörler 46
2. GİRİŞİMSEL YETKİNLİKLERİ YÖNLENDİREN FAKTÖRLERİN ANALİZİ .. 49
2.1. Öz Yeterlilik ve Girişimci Özyeterliliğin Kavramsal Analizi 49
2.1.1. Öz Yeterlilik, Girişimci Öz Yeterlilik ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi..... 53
2.2. Duygusal Zekânın Kavramsal Analizi..... 58
2.2.1. Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi 60
2.2.2. Duygusal Zekâ Modelleri..... 65
2.2.2.1. Reuvan Bar-On'un Duygusal Zekâ Modeli 67
2.2.2.2. Goleman'ın Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli..... 67
2.2.2.3. Robert K. Cooper ve Ayman Sawaf'ın Duygusal Zekâ Modeli 70
2.2.2.4. Peter Salovey ve John. D. Mayer'in Duygusal Zekâ Modeli..... 71
2.3. Risk Alma Eğiliminin Kavramsal Analizi 72
2.3.1. Risk Alma Eğilimi ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi..... 73
2.4. Girişimciliğe Yönelik Tutumun Kavramsal Analizi..... 78
2.4.1. Girişimciliğe Yönelik Tutum ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi 80
2.5. Yeni Girişimler (Start Up Girişimler) ve Teknoparklar..... 82
2.5.1. Yeni Girişimler (Start Up Girişimler) ve Yeni Girişimlerin (Start Up Girişimlerin) Başarı Faktörlerinin Analizi 82
2.5.2. Yeni Girişimlerin Gelişmesinde Teknopark Ekosisteminin Rolü..... 86
2.5.3. Türkiye'deki Yeni Girişimler (Start up Girişimler) ve Teknoparkların Gelişim Süreci 88
3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE YÖNETİMİ..... 92
3.1. Araştırmanın Amaç ve Önemi 92
3.2. Araştırmanın Sorunsalı..... 93
3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri..... 94
3.4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler 98
3.5. Pilot Araştırma..... 100
3.6. Araştırmanın Örneklem Yapısı ve Veri Toplama Süreci 101
3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları..... 108
3.8. Araştırmanın Analizi ve Bulguları 109
3.8.1. Demografik Özellikler..... 109

3.8.2. Açıklayıcı Faktör Analizi 116
3.8.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi 123
3.8.4. Korelasyon ve Güvenilirlik Analizi 130
3.8.5. Yapısal Eşitlik Modeli Analizi 131
3.9. Sonuç ve Öneriler 134
KAYNAKÇA 145
EKLER 173

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Girişimcilik Teorilerine Yapılan Katkılar..... 9
Tablo 2. Niyet Modellerinin Karşılaştırılması..... 43
Tablo 3. Niyet Modelleri ile İlgili Yapılmış Çalışmalar..... 45
Tablo 4. Pilot Araştırma Güvenilirlik Analizi..... 100
Tablo 5. Pilot Araştırma Geçerlilik Analizi..... 100
Tablo 6. KMO ve Bartlett Testi..... 116
Tablo 7. Duygusal Zekâ Ölçeği Faktör Yapısı..... 117
Tablo 8. Duygusal Zekâ Ölçeği Faktör Yükleri..... 118
Tablo 9. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Yapısı..... 119
Tablo 10. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Yükleri..... 120
Tablo 11. Risk Alma Ölçeği Faktör Yapısı..... 121
Tablo 12. Risk Alma Ölçeği Faktör Yükleri..... 121
Tablo 13. Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Faktör Yapısı..... 122
Tablo 14. Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Faktör Yükleri..... 122
Tablo 15. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Faktör Yapısı..... 123
Tablo 16. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Faktör Yükleri..... 123
Tablo 17. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri..... 128
Tablo 18. Güvenilirlik ve Korelasyon Analizi..... 130
Tablo 19. Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği Değerleri..... 132
Tablo 20. Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Ağırlıkları..... 133

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Girişimci Olay Modeli 19
Şekil 2. Bird'in Girişimci Niyet Modeli 22
Şekil 3. Planlı Davranış Modeli 24
Şekil 4. Niyet Modeli 27
Şekil 5. Potansiyel Girişimci Modeli 29
Şekil 6. Boyd ve Vozikis'in Girişimci Niyet Modeli 31
Şekil 7. Duygusal Zekâ Modelleri 65
Şekil 8. Sosyo-Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli 69
Şekil 9. Araştırmanın Modeli 94
Şekil 10. Cinsiyet Dağılımı 110
Şekil 11. Yaş Dağılımı 110
Şekil 12. Eğitim Durumu 111
Şekil 13. Girişimlerin Sektörlere Göre Dağılımı 111
Şekil 14. Girişimlerin Kuruluş Zamanları 112
Şekil 15. Geçmişte Girişimcilikte Bulunma Durumu 113
Şekil 16. Girişimcilik Yapılan Alanların Zamanlaması 113
Şekil 17. Girişimcilerin Geçmişteki Girişimcilik Alanları 114
Şekil 18. Girişimcilerinin Ailelerinin Girişimcilik Yapma Durumları 115
Şekil 19. Girişimcilerin Ailelerinin Uğraştığı Girişimcilik Alanları 115
Şekil 20. Duygusal Zekâ DFA Diyagramı 125
Şekil 21. Girişimci Öz Yeterlilik DFA Diyagramı 126
Şekil 22. Risk Alma Eğilimi DFA Diyagramı 127
Şekil 23. Girişimciliğe Yönelik Tutum DFA Diyagramı 127
Şekil 24. Girişimcilik Niyeti DFA Diyagramı 128
Şekil 25. Yapısal Eşitlik Modeli 132

KISALTMALAR

A.B.D	: Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
BİGG	: Bireysel Genç Girişimci
BTM	: Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi
BZBE	: Beklenmedik Zorluklarla Baş Etmek (Girişimci Öz Yeterlilik Alt Boyutu)
CFI	: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index)
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DZ	: Duygusal Zekâ
E	: Empati (Duygusal Zekâ Alt Boyutu)
EQ	: Emotional Quotient
GFI	: Uyum İyiliği İndeksi (Goodness of Fit Index)
GN	: Girişimcilik Niyeti
GÖ	: Girişimci Öz Yeterlilik
GT	: Girişimciliğe Yönelik Tutum
IQ	: Intelligence Quotient
İM	: İç Motivasyona Sahip Olma (Duygusal Zekâ Alt Boyutu)
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
KB	: Kendini Bilme (Duygusal Zekâ Alt Boyutu)
Kİ	: Kişilerarası İlişkiler (Duygusal Zekâ Alt Boyutu)
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü Ölçüsü
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MSCEIT	: Mayer- Salovey- Caruso Emotional Intellıgence Test
N	: Evrendeki Birey Sayısı
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
P	: Anlamlılık Değeri
PDT	: Planlı Davranış Teorisi
RA	: Risk Alma

RH	: Ruh Halini Ayarlama (Duygusal Zekâ Alt Boyutu)
RMSEA	: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (The Root Mean Square Error of Approximation)
Sd	: Serbestlik Derecesi
Sdt	: Standart
TAT	: Temel Amacı Tanımlamak (Girişimci Öz Yeterlilik Alt Boyutu)
TİK	: Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek (Girişimci Öz Yeterlilik Alt Boyutu)
TLI	: Tucker-Lewis Uyum İndeksi (Tucker-Lewis Fit Index)
TÜBİTAK MAM	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu Marmara Araştırma Merkezi
χ^2	: Ki-Kare
χ^2/s.d.	: Ki-Kare/Serbestlik Derecesi
YÇO	: Yenilikçi Çevre Oluşturmak (Girişimci Öz Yeterlilik Alt Boyutu)
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli
YİB	: Yatırımcılarla İlişki Başlatmak (Girişimci Öz Yeterlilik Alt Boyutu)
YÜP	: Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirmek (Girişimci Öz Yeterlilik Alt Boyutu)

GİRİŞ

Bu çalışmada; teknoparklar bünyesinde faaliyet gösteren teknoloji yoğun start up girişimlerde girişimci bireyin girişimci olmaya karar verme süreci içinde girişimsel niyetin ve girişimciliğe yönelik tutumun oluşumuna etki eden faktörler irdelenmiş, bu bağlamda hem girişimcilerin sahip oldukları kişilik özellikleri, hem de girişimcilik sürecini yönlendiren bilişsel faktörler birlikte ele alınarak, kişinin girişimcilik niyeti ve tutumu üzerinde etkili olan faktörlerin daha sağlıklı olarak tespit edilmesi ve sürecin bir bütün olarak doğru ve gerçekçi olarak değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda sözkonusu araştırma, start up girişimler bünyesindeki gerçek girişimciler ile gerçekleştirilmiş, araştırmada nicel araştırma yöntemi kapsamında veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; girişimcilik ve girişimcilik niyeti çalışmalarının teorik arka planı inceleme konusu yapılmıştır; bu bağlamda girişimcilik ve girişimcilik niyeti kavramları, girişimcilik niyeti kavramını anlaşılır kılmaya yönelik olarak tarihi süreç içinde araştırmacılar tarafından geliştirilmiş olan girişimcilik niyet modelleri, yine yönetim tarihine paralel olarak süreç içerisinde oluşan girişimcilik niyeti yaklaşımları ve bugüne kadar yapılan çalışmalarda ele alınan girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan tüm faktörler (kişilik faktörleri, sosyal faktörler, çevresel faktörler, bilişsel faktörler, demografik faktörler) irdelenmiştir.

İkinci bölümde; girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan tüm faktörler arasından çalışmanın değişkenleri olarak seçilmiş olan özyeterlilik ve girişimci öz yeterlilik, duygusal zekâ, risk alma eğilimi ve girişimciliğe yönelik tutum kavramları ele alınmış; söz konusu kavramların girişimcilik, girişimcilik niyeti ve girişimciliğe yönelik tutum kavramlarıyla olan ilişkisi irdelenerek bu konularda yapılmış olan geçmiş çalışmalara ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu bölümde ayrıca çalışmanın örneklemi olarak seçilen start up girişimler, bu girişimleri bünyesinde bulunduran teknoparklar genel hatlarıyla ele alınmıştır.

Üçüncü ve son bölümde ise; teknoparkların bünyesindeki bulunan, kurulma aşamasında ya da en fazla beş yıllık geçmişe sahip olan, yeni olarak nitelendirebileceğimiz startup şirketlerde bulunan girişimciler ile gerçekleştirilen uygulamaya yer verilmiş, bu

bağlamda araştırmanın amaç ve önemi, araştırmanın sorunsalı, araştırmanın modeli, araştırmada kullanılan ölçekler, pilot araştırma sonuçları, araştırmanın örneklemi, yapısı, veri toplama süreci, araştırmanın sınırlılıkları ve araştırma bulguları hakkında gerekli bilgiler verilerek , araştırma sonuçlarına ilişkin genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Sürekli olarak değişen ve gelişen rekabetçi bir çevre, pazarların küresel boyuta taşınması, hızla değişen teknolojik uygulamalar ve kapitalist düzen, örgütlerin bu yapıda ayakta kalabilmeleri için bazı önlemler almalarını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda risk alabilen, girişimsel faaliyetlerde bulunabilen örgütler varlıklarını başarılı bir şekilde devam ettirebilirler. Girişimci çevrede örgütsel başarı ve performansı arttırabilmek, çalışanların öz yeterlilik algılarının ve duygusal zekâlarının yüksek olmasına bağlı bir durum olarak ifade edilebilir. Bireylerin yaptıkları işle ilgili kendi başarılarına ve kapasitelerine duydukları inanç, bununla birlikte başkalarının duygu ve davranışlarını anlayabilen ve ona uygun davranış sergileyebilen kişiler olmaları, girişimci faaliyetlerde bulunabilmeleri, örgütü başarıya taşıyabilmek açısından avantajlı bir durumdur. Aynı zamanda bu özellikler, yeni bir girişimde bulunmak niyetinde olan girişimciler için de oldukça önemlidir. Kendine güveni ve başarısına inancı yüksek, hem kendi, hem de diğer insanların duygularını anlayıp tanımlayabilen ve doğru davranışlar sergileyebilen kısacası duygusal zekâ düzeyi ve öz yeterlilik algısı yüksek olan bireyler girişimcilik sürecinde daha avantajlıdırlar. Alanyazında, girişimsel faaliyetler ve niyetler üzerinde etkili olduğu çok sayıda araştırma ile ortaya konulan risk alma eğiliminin yüksek olması, girişimcilik sürecinde girişimciye pozitif yönde önemli katkılar sağlayan bir faktördür. Risk alma eğilimi yüksek olan bireylerin, düşük olan bireylerle kıyaslandığında girişimcilik faaliyetinde bulunma olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Girişimcilik araştırmalarında risk kavramının öncelikli olarak akla gelen bir kavram olduğu bilinmekte ve söz konusu bu durum günümüze değin yapılmış olan çok sayıda ampirik çalışma ile de desteklenmektedir. Geçmişte yapılmış olan çalışmalarda ağırlıklı olarak girişimsel niyetlerin oluşma sürecine etki eden kişilik faktörleri üzerine odaklanılmış ve bu doğrultuda girişimci profili oluşturulmaya çalışılmıştır. Sonraki dönemlerde ise, zihinsel faktör ve süreçlerin öneminin anlaşılması ile birlikte girişimcilik niyeti konusunda yapılan araştırmalar bilişsel faktör ve süreçlere kaymıştır.

Artık günümüzde insanlar başkasının rüyası için çalışmak yerine, kendi hayallerinin peşinden koşmayı tercih etmekte ve girişimci olmaktadırlar. Sanayi devrimi ile ivme

kazanan girişimcilik, bilgi çağıyla beraber çok büyük bir ilgi ve destek görmektedir. Girişimcilik faaliyetleri ekonomiye güç kazandırma sürecinde bir nevi lokomotif işlevine sahiptir. Girişimciliğin; kişisel, örgütsel, toplumsal, ekonomik ve sosyolojik olarak sağladığı faydalar da göz ardı edilemez. Bu anlamda hem mikro hem de makro bir kavram olarak ele alınan girişimcilik, sadece kişisel ve örgütsel bir alana hapsedilemez, girişimcilik faaliyetleri aynı zamanda girişimciliğin yeşerebileceği serbest ortamlar oluşturarak girişimcilik ruhunu destekler ve yeni girişimlerin oluşmasına ve bu girişimlerin ülke ve dünya ekonomisine katkı sağlamasına da öncülük eder. Bu duruma paralel olarak son dönemlerde yeni kurulan girişimlerin sayısında ciddi oranda artış gözlenmekte; girişimciliğe giden yolda girişimcilere destek sağlayan gerek üniversiteler bünyesinde kurulan gerekse bağımsız olarak faaliyet gösteren teknoparklar, kuluçka merkezleri diğer taraftan melek yatırımcılar, devlet destekleri ve mikro krediler de giderek önem kazanmaktadır.

1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÇALIŞMALARININ TEORİK ARKAPLANI

Bu başlık altında; girişimcilik kavramı, kavramın gelişim süreci, girişimcilik niyeti, girişimcilik niyeti kavramını açıklamak için geliştirilmiş olan niyet modelleri, yönetim tarihinin gelişimiyle paralellik gösteren girişimcilik niyeti yaklaşımları, girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan tüm faktörler (kişilik faktörleri, sosyal faktörler, çevresel faktörler, bilişsel faktörler, demografik faktörler) anlatılacak, bu faktörlerden alanyazında en çok araştırma konusu olan faktörler ise genel hatlarıyla ele alınacaktır.

1.1. Girişimcilik Kavramının Gelişimi

Girişimcilik kavramının tarihine bakıldığı zaman kavramın, fazla eski bir geçmişi olmadığı görülmektedir. Girişimcilik; sanayi devrimiyle birlikte artan bir öneme sahip olmuştur, diğer taraftan ekonominin yeniden inşaasına önemli katkılar sağlamıştır. Bilgi çağı girişimciliğe; psikolojik, sosyolojik, ekonomik, teknolojik perspektifler kazandırmış, aynı zamanda girişimcilik çok yönlü bir çalışma alanı olmuştur. Girişimcilik, genel olarak global zorluklar ile baş edebilmenin bir yolu olarak ifade edilmekte, kişilerin girişimci olarak ne yönde gelişim göstermeleri gerektiğini anlamamızı da kolaylaştırmaktadır. Girişimcilik faaliyetindeki artışlar, son dönemlerde araştırmacıları ağırlıklı olarak bu konuda çalışma yapmaya yöneltmiştir. Evrensel anlamda girişimcilik, girişimde bulunma faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Daha geniş anlamda ele alındığında ise kavramın kişisel, örgütsel, toplumsal ve uluslararası alanlarda sosyolojik, kültürel ve ekonomik faydalar sağlayan bir kavram olduğu görülmektedir. Araştırmacılar da son yıllarda fırsat, tehdit, organize etme, yenilik, yaratıcılık ve risk alma gibi girişimcilik ile ilgili faktörler üzerinde çalışmaktadırlar.

Girişimcilik; yakın bir tarihe kadar kişilerin kendi sermayeleri ile kendi işlerini kurmaları olarak algılanırken, son yüz yılda yaşanan gelişmeler girişimciliğe olan bakış açısını da değiştirmiş, girişimcilik kavramı artık günümüzde çok farklı bir nitelik kazanmıştır. Kazanmış olduğu bu nitelik ile birlikte girişimcinin ekonomik ve toplumsal değeri de artış göstermiştir (Morris ve diğ., 1996, s. 60). Girişimcilik faaliyeti; kişinin öncelikle kendisine, sonra toplumsal gelişmeye, ekonomik refah ve kalkınmaya, teknolojik

ilerlemeye katkı sağlayan bir disiplin olarak ifade edilebilir. Toplumların gelişmişlik düzeylerinin artması, ekonomik anlamda gelişmesi, girişimcilik faaliyetlerindeki artışla paralellik göstermektedir. Girişimcilik, ekonomik kalkınmanın bir nevi lokomotif gücü olarak görülebilir. Mevcut ve yeni kurulacak olan girişimlerin ayrıca ekonomiyi canlandırma, gelir düzeyini arttırma, istihdam sağlama, işsizliği önleme, teknoloji yaratma ve sürdürme, yenilik oluşturma, yoksulluğu önleyerek refahı arttırma, rekabetin gelişmesine katkıda bulunma, sosyalleşmeyi sağlama gibi oldukça önemli görevleri vardır.

Girişimcilik alanında çok sayıda yayın bulunmasına rağmen, herkes tarafından kabul gören bir kişilik teorisi bulunmamaktadır (Gartner, 2001, s. 28), aynı zamanda konuyla ilgili olarak araştırmacılar arasında bir görüş birliği de mevcut değildir (Gartner, 1988, s. 31; Hoy ve Verser, 1994, s. 17). Girişimcilik konusunda her disiplin kendine özgü bir bakış açısına sahiptir, bu alanda disiplinler arası çoklu bir bakış açısından ziyade tek disiplinli bakış açıları söz konusudur (Gartner, 2001, s. 28). Girişimcilik; bilimsel olarak ilk olarak Fransız bilim insanlarınca ele alınmıştır. Fransız yazar John Baptise Say ise kavramı ilk defa kullananan araştırmacı olmuştur. Girişimcilik kelimesi, Fransızca "entreprendre" sözcüğünden gelmektedir. John Baptise Say dışında İrlandalı ekonomist Cantillon da girişimcilik kelimesini çalışmalarında kullanmıştır (Top, 2012, s.4). 18. yy'ın başında Cantillon (1725) ekonomik faktörleri; üç sınıf olarak tanımlamıştır; bu sınıflar, toprak sahibi, girişimci ve ücretli çalışandır. Girişimci, toprak sahibi ile ücretli çalışan arasındaki aracı olarak ifade edilmiştir. Aynı zamanda girişimci, toprak sahibinin taleplerini karşılamak için üretimden ve üretilen malların ekonomik yapı içindeki mübadelesinden sorumlu kişidir (Hebert ve Link, 2006, s. 589). Cantillon (1725)'a göre girişimcinin kârı Alada (2001) tarafından bilinen maliyet ile bilinmeyen fiyat arasında bir kesinti olarak tanımlanmış, böylelikle Cantillon (1725) girişimcilerin risk alma özelliklerinin altını çizmiştir. Winata (2008)'ya göre ise Cantillon (1725) riski, spakülatif bir girişimin belirsizlikleri değil, girişim faaliyetinin sonunda elde edilecek olan bilinmeyen getiriler olarak ifade etmektedir (Er, 2012, s.13-14). İrlandalı ekonomist Cantillon (1725) girişimciliği, *" Girişimcilik, henüz belirlenmemiş bir fiyat ile üretim girdilerini satın almak ve üretmektir"* şeklinde tanımlamıştır (Yüksel ve diğ., 2015, s.146). Girişimcilik konusunda Cantillon (1725)'un özellikle altını çizdiği kavram, görüldüğü üzere risk kavramı olmuştur.

Cantillon (1725) dan sonra yine bir ekonomist olan ve tarihte ilk defa girişimcilik kelimesini kullanan John Baptise Say, girişimcilik konusu ile ilgili gerçekleştirdiği çalışmalar ile alanyazına önemli katkılar sağlamıştır. Fillion (1997)'a göre Say (1803), ekonomik gelişmenin girişimin icad edilmesinin bir sonucu olduğunu ifade etmiş, aynı zamanda Cantillon (1725) ve Say (1803) girişimciyi kendi paralarına yatırım yapmalarından dolayı "risk alan kişi" olarak tanımlamışlardır (s. 2). Say (1803), Smith'in görüşünün aksine girişimci ile sermaye sahibi arasında fark olduğunu belirterek, girişimcilik kavramını inovasyon kavramı ile ilişkilendirmiştir ve ona göre girişimci bir değişim ajanıdır. Winata (2008)'ya göre ise Say (1803), girişimciyi üretimin faktörlerini bir araya getirerek koordine edebilen ve az rastlanan bir fenomen olarak tanımlamıştır; diğer bir ifade ile Say (1803)'a göre girişimci; ekonomik kaynakların düşük verimli alanlardan yüksek verimli alanlara doğru yönünü değiştiren ve ekonomide değer yaratan kişidir (Er, 2012, s.22). Say (1803)'ın girişimcilik kavramına kazandırdıkları, özellikle kavramı inovasyon kavramı ile ilişkilendirerek girişimciyi değer yaratan kişi olarak ifade etmesi, aynı zamanda değişim ve yaratıcılık kavramlarına yaptığı vurgudur.

Girişimcilik konusuna önemli katkılar sağlayan ve farklı bir bakış açısı getiren kişi ise daha sonraki yıllarda Schumpeter (1934) olmuştur. Schumpeter (1934), "Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi" adlı eserinde yalnızca kapitalizmin mevcut yapıyı nasıl yönettiğini değil, yapıyı nasıl oluşturduğunu ve yıktığını da anlatmıştır. Schumpeter (1934) tarafından "yıkıcı yenilik" olarak tanımlanan bu süreç, bir anlamda ekonomik gelişmenin de özünü oluşturmaktadır. Diğer bir anlatım ile gelişme, bu dairesel akışın karmaşasıdır; sadece tüketimde değil, endüstriyel ve ticari hayatta da gerçekleşmektedir. Bu süreç, üretimde yeni kombinasyonların uygulanması şeklinde tanımlanmıştır, bu durumu sağlayanlar ise girişimcilerdir (Hebert ve Link, 1989, s. 44). Schumpeter (1934) girişimciliği; *" Ürün ve süreçler geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni hammadde ve yarı mamul arz kaynakları meydana getirme ya da yeni bir örgüt yapısı kurma"* olarak ifade etmiştir (Müftüoğlu ve diğ., 2005, s. 4). Schumpeter'e göre girişimcilik ve inovasyon; doğal ekonominin önemli unsurları olarak ifade edilmiştir, ayrıca Schumpeter (1934) girişimcileri yaratıcı yıkımın güçleri olarak görmektedir. Eğer inovasyon, girişim ve girişimci başarılı olamaz ise, sermaye sahipleri ne kar elde edebilir, ne de ileriye doğru bir ilerleme kaydedebilir (Er, 2012, s. 76). Özellikle inovasyona vurgu yapan Schumpeter

(1934) ise "yıkıcı yenilik" kavramı ile girişimcilik alanyazınına önemli katkılar sağlamış, aynı zamanda girişimciliğe farklı bir bakış açısı da kazandırmıştır.

Girişimcilik kavramı ile ilgili Say (1803) ve Schumpeter (1934) ile beraber farklı disiplinlerde de örneğin; ekonomi, psikoloji, sosyoloji ve ekonomik antropoloji alanlarında da çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010, s. 6). Hisrich ve Peters (2002)'e göre girişimcilik; finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenmeyi göze alarak, gerekli olan çaba ve zamanı harcayarak, maddi getirilere ulaşarak ve aynı zamanda da çalışan tatminini sağlayarak yeni birtakım değerler yaratma sürecidir (Henry ve diğ., 2003, s. 11; Ozaralli ve Rivenburg, 2016, s.2). Girişimcilik; insanlık tarihinin bütün dönemleri boyunca modern uygarlığın önemli bir fonksiyonu olarak sunulmuştur. Kapitalizmin temel ve dürtüsel gücü olarak girişimcilik, ekonomistlerin ilgisini çekmiştir fakat iş yaşamının globalleşmesi ile birlikte diğer bir çok disiplin için de temel araştırma alanı olmuştur. Kapitalist düzen içinde globalleşme ile birlikte küçük ve orta boy girişimlerin desteklenmesi, sınırlamalara ilişkin sürekli değişimler, teşvik tedbirleri, niş marketlerin kurulması, yeni iş fırsatları; bilgi teknolojisinden, yüksek teknolojinin yardımıyla küçük ölçekli firmaların pazarının lokal olarak tamamen global ölçeğe doğru ilerlemesinden etkilenmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000, s. 217-220). Girişimcilik olgusu; Brockhaus (1982), Sexton ve Bowman-Upton (1988), Hisrich (1988), Stevenson ve Harmelin (1990), Bygrave ve Hofer (1991), Blenker (1992), Hornaday (1992), Bowman ve Steyaert (1992), Johannisson (1992), Veciana (1999), Genesca ve diğ. (2003) Nueno (2005)'ya göre son yüz yılda araştırmalarda gerek sayısal olarak gerekse düşünce olarak artan bir şekilde önem kazanmıştır. Sözkonusu bu ilgi ise; Audretsch ve Thurik (2001), Appelbaum ve diğ. (2011), Bonet ve diğ. (2011), Cambra-Fierro ve diğ. (2011), Dabic ve diğ. (2011), Goktan ve Miles (2011), Hotho ve Champion (2011), Huarng ve Yu (2011), Mainardes ve diğ. (2011), Naranjo- Valencia ve diğ. (2011), Parnell (2011), Rowley ve diğ. (2011), Schiavone (2011) tarafından ekonomik büyüme, üretken yapının modernizasyonu, yaratıcı (inovatif) sürecin dinamizasyonu, istihdamın oluşmasının da katkılarıyla artış gösterdiği ifade edilmiştir (Guzma´n-Alfonso ve Guzma´n-Cuevas, 2012, s.721). Onuoha (2007)'ya göre ise girişimcilik, yeni bir örgüt başlatmak veya olgun bir örgüte yeniden hayat aşılamaktır; özel olarak yeni iş kurmak, genel olarak ise tanımlanmış fırsatlara cevap vermektir. Morrison (2000) girişimciliği "ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde, daha bütünsel manalar ve eylemler içeren bir

olgu; maddi olan ya da olmayan çeşitli unsurlarla, fikirsel ve pratik faaliyetlerin bir toplamı" olarak ifade ederken; Top (2012) ise, "öncelikli olarak zihni algılama ile başlayan sezgisel bir yolculuk, sonrasında güven, rol model olma ve izlenim ile sosyal bir anlam kazanan başarı, psikolojik olarak ise girişimcinin sahip olduğu özellikler ile birleşen bilinçli bir duygusallık, başarı odaklı davranışlar ile tüm diğer davranışları işle uyumlu olarak bir araya getiren ve şekillendiren özel bir yaklaşım" olarak tanımlamaktadır. Diğer taraftan girişimcilik; iş bağlamında sahip olunan tehditler üzerinden fırsatlara vurgu yapan düşünce ve zihniyet yolu olarak da ifade edilmiştir (Krueger ve diğ. 2000). Rae ve Carswell (2001) ise; fırsatlardan faydalanmak için kaynakları bir araya getiren, girişimi şekillendirmek, değer yaratmak ve piyasaya sunmak amacıyla fırsatları tanımlayan bir süreç olarak ifade etmektedirler. Başka bir tanıma göre ise girişimcilik; *"Devredilebilir ya da devredilemez kontrol altında tutulan kaynaklara ilişkin, değer yaratmak maksadıyla, fırsatları tanıma ve aynı zamanda takip etme süreci"* dir (Chell, 2007, s. 18). Girişimcilik ile ilgili yapılan tanımlardan hareketle Timuroğlu ve Çakır (2014, s.121) girişimcilik kavramını; piyasada mevcut olan fırsatları takip ederek kâr sağlamak, yeniliklere öncülük yapmak, saygınlık kazanmak ve büyümek için riskleri de dikkate alarak, insanlar için gerekli olan ürün ve hizmetleri üreterek çevrede meydana gelen değişimlere çabuk cevap verebilen, esnek işletmelerin oluşturulması hedeflenerek mevcut üretim faktörlerinin bir araya toplanması süreci, aynı zamanda da üretim süreçlerinde farklılaşarak yenilik oluşturabilme olarak ifade etmişlerdir.

Girişimcilik son yıllarda özellikle işletme ve ekonomi alanındaki araştırmacıların ilgisini çeken bir konu olmuştur; girişimcilikle ilgili yenilik ve risk alma isteklerinin dünyanın değişiminde taşıdığı önem göz önüne alınırsa, söz konusu ilginin artarak süreceği son derece açıktır (Debarliev ve diğ., 2015, s. 143). Görüldüğü üzere yapılan çok sayıda girişimcilik tanımı ile girişimciliğin farklı yönlerine ve özelliklerine vurgu yapılmıştır, üzerinde tam olarak fikir birliğine varılan bir girişimcilik tanımı sözkonusu değildir, bu sebeple girişimcilik kavramı anlamlandırılırken, bütün tanımlardaki öne çıkan özellikler dikkate alınarak genel bir değerlendirme yapılmalıdır. Çok sayıda teorisyen, girişimci ve girişimcilik kavramlarını farklı açılardan ele alarak irdelemişler, farklı yönlerine vurgu yapmışlar ve yapmış olduklar çalışmalar sayesinde söz konusu kavramlara oldukça önemli katkılar sağlamışlardır. Girişimci ve girişimcilik kavramları çok farklı boyutlara sahip, sürekli olarak gelişme kaydeden güncel kavramlardır. Konuyla ilgili alanyazında

karşımıza en çok çıkan teorisyenler ve söz konusu kavramlara sağladıkları katkılar tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1. Girişimcilik Teorilerine Yapılan Katkılar

Katkı Yapan Teorisyenler	Yapılan Katkılar
Cantillon (1725)	Girişimciler, sermayenin sahiplerinden daha farklı bir risk alırlar.
Beaudeau (1797)	Girişimciler; hem işin sahibi, hem de planlayıcısı, örgütleyicisi ve gözlemleyicisi olarak riske katlanırlar.
Say (1803)	Girişimcinin elde ettiği kâr, yeteneklerinin bir karşılığıdır ve aynı zamanda sermayeden elde edilen kazançtan farklıdır.
Walker (1876)	Girişimcilerin kazançları, aldıkları yönetim riskinin bir karşılığıdır ve bu yönü ile paralarını kiraya verme karşılığında faiz alanların kazançlarından farklıdır.
Schumpeter (1934)	Girişimciler, yenilikçidir ve değişimin önemli aktörüdür. Girişimciler bu bağlamda yeni teknoloji geliştirenlerdir.
Mcmclellad (1961)	Girişimciler; enerjik bir kişiliğe sahiptir, almış oldukları risk, tartılı risktir.
Drucker (1964)	Girişimciler, fırsatları görerek onları maksimize eden kişilerdir.
Kirzner (1973)	Girişimcilik, pazardaki eksikliklerin tahmin edilmesi ve fırsatların keşfedilmesidir.
Shapero (1975)	Girişimciler, hem ekonomik, hem de sosyal mekanizmaların yardımı ile insiyatif alan ve aynı zaman da başarısızlık riskini de üstlenen kişilerdir.
Vesper (1980)	Girişimcilerin ekonomik olarak iş adamlarından, siyasetçilerden, psikologlardan ve ekonomistlerden farkı vardır.
Pinchot (1983)	İç girişimci, işletme yapısı içinde söz konusu olan türde bir girişimcidir.
Ronstadt (1984)	Girişimcilik, sürekli olarak artan zenginliğin dinamik bir sürecidir.
Hisrich (1985)	Girişimciler; finansal, psikolojik ve sosyal risk alan, zaman ve emek karşılığında değer yaratan kişilerdir.
Stevenson, Roberts ve Gousbeck (1985)	Girişimcilik, kişilerin sahip oldukları örgüt içinde kendi kontrollerindeki kaynakların dışındaki fırsatların peşinde koşmalarıdır.
Stevenson ve Salman (1989)	Girişimcilik, kişilerin mevcut kaynakları dışındaki fırsatların arkasından koşması olarak tanımlanır.
Shane ve Venkataraman (2000)	Girişimcilik, kar sağlayacak fırsatların varlığı ile girişimci kişlerin varlığı arasındaki mevcut ilişki olarak ifade edilir.

Kaynak: Top (2012, s. 52) ve Bernstein (2011), Akt: Kılıç ve diğ. (2012, s. 425).

1.2. Girişimcilik Niyeti Modelinin Gelişimi

Girişimcilik niyeti kavramı; girişimcilik alanyazınında oldukça önem arz eden bir kavramdır, aynı zamanda girişimcilik davranışı ve girişimcilik davranışına etki eden

faktörler ile ilgili olarak yapılan araştırmalarda da sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Özellikle seksenli yıllardan sonra girişimcilik alanyazını "girişimcilik niyeti" kavramına odaklanmış ve dolayısıyla girişimcilik, niyete dayalı bir kavram olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

Son yıllarda ülkelerin gelişmişlik seviyeleri girişimcilik kriterleri tarafından belirlenmekte, ülkenin refah ve büyümesi yani diğer bir anlatımla ülkelerin gelişmişlikleri, bireylerin kendi işlerini kurma niyetlerinin gücü ile ölçülmektedir (Autio ve diğ., 1997). Söz konusu bu durum, girişimciliğin en önemli göstergesi olarak ifade edilen girişimcilik niyetinin ve bu alanda yapılan araştırmaların önemini de arttırmaktadır. Niyet; yapılan bir işin arzu edilebilirliği ile ilgili bir kavramdır, yeni bir işe başlarken girişimci adayının duyduğu heyecanı ifade etmektedir (Krueger ve diğ, 2000, s. 411). Girişimsel niyetler, girişimciliğe giden sürecin doğru anlaşılabilmesi için oldukça büyük önem taşımaktadır, çünkü niyet yeni bir işletme kurma sürecinde kapıyı açan anahtar faktördür (Bird, 1988; Krueger,1993, s. 6). Niyet, planlı bir davranışa dikkat çekmektedir, kişinin yeni bir örgüt meydana getirmeye niyet etmesi öncelikle plan yapmaya başlaması anlamına gelmektedir (Hmieleski ve Corbett, 2006, s. 59). Niyet kavramı, şirketin oluşum sürecinde işe başlamanın ilk adımı olarak dikkate alınmıştır (Lee ve Wong, 2004), ayrıca Şeşen ve Basım (2012, s. 21) tarafından, kişilerin kendi işlerini kurmak hedefiyle girişimcilik yönünde çaba göstermeye yönelik eylemlere olan bağlılığı olarak da ifade edilmektedir.

Niyetler, kişilerin içinde bulundukları fiziksel ve sosyal çevrelerine ilişkin sahip oldukları algılarına göre şekil alır; bireylerin algıladığı çevresel koşullar, beklentileri, tutumları ve inançları, aynı zamanda tercihleri niyetler üzerinde oldukça etkilidir ve diğer taraftan bu algılar kişinin öz geçmişinden de etkilenmektedir (Boyd ve Vozikis, 1994, s. 68-69). Niyet olgusu; duygusal, teknolojik, sosyal ve bilişsel bir alandır, girişimcilik ise bu yapı üzerine inşa edilmektedir, kişinin davranışı, o davranışı yapmak ya da yapmamak yönünde sahip olduğu niyet tarafından belirlenir (Miranda ve diğ., 2017/ a, s 114). Konuyla ilgili Miranda ve diğ., (2017/a)'nin çalışması; kişisel ve bağlamsal faktörlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini araştırmış, araştırmanın sonucuna göre girişimcilik niyetini en çok etkileyen kişisel bir faktör olan girişimciliğe yönelik tutum, tutumu en çok etkileyen faktörler ise yine kişisel faktörler olan algılanan fayda ve yaratıcılık olmuştur. Kişisel faktörlerin niyet üzerindeki etkisi bağlamsal faktörlerden daha fazladır.

Girişimcilik konusundaki araştırmalar Ajzen (1987)'e göre son elli yılda iki farklı aşamada ele alınabilir. Altmışlı yıllarda; Mc Clelland (1961)'in "The Achieving Society" isimli eserinden sonra araştırmacılar girişimcilerin kişisel özelliklerinin girişimci davranış üzerindeki etkisine odaklanmışlardır, seksenler ve doksanlardan sonra ise araştırmacılar ilgilerini kişisel girişimcilik niyetinin girişimci davranış üzerindeki etkisine çevirmişlerdir, aynı zamanda bu dönemde girişimcilik niyeti ve etkileri konusundaki çalışmaların sayısı da artış göstermiştir. Bazı araştırmacılar karakter özellikleri ile karşılaştırıldığında, kişisel girişimcilik niyetinin girişimciliğe yönelik davranışların öngörülmesinde daha etkin ve güçlü bir açıklayıcılığa sahip olduğu iddiasındadırlar (Peng ve diğ., 2012, s.95). Girişimcilik niyetiyle ilgili olarak önem taşıyan nokta Ajzen (1991)'e göre, eğer girişimcinin niyete yönelik tutumu pozitif ise, sosyal normlar iyi ve pozitif bir durumdaysa ayrıca girişimcinin algıladığı kendi davranışsal kontrolü de olumlu yönde ise, girişimciliğe yönelik niyeti de o ölçüde güçlü olacaktır. Davranışlar da önemli bir niyet göstergesidir; niyet, Ajzen (1991) tarafından davranışları açıklamak için kullanılan, irade dahilindeki başka bir davranış olarak ifade edilmiştir (Ajzen, 1991, s. 181). Girişimcilik niyeti, hedeflenen amaca ulaşmak için faaliyette bulunan bilinçli bir zihinsel durum olarak ifade edilir (Ferreira ve diğ., 2012, s. 428). Krueger ve Carsrud (1993), Kolvereid (1996), Van Gelderen ve diğ. (2008)'ne göre ise girişimcilik niyeti kavramı alanyazında, seksenlerin son yıllarından itibaren yer bulmaya başlamıştır.

Krueger ve Brazeal (1994) özellikle davranışların nadir, zor gözlenebilen ve öngörülemeyen gecikmelerin olduğu durumlarda niyetin, kişisel davranışların en kuvvetli göstergesi olduğunu ifade etmişlerdir. Niyet konusundaki literatür özellikle iki kritik noktaya vurgu yapmaktadır. Birincisi; kişinin hedef davranışa yönelik ilgisi davranışının en iyi öncülüdür, tutumlar ve inançlar niyeti ön görmektedir. İkincisi ise; anahtar role sahip olan tutumlar ve niyetler algıya dayalıdır, öğrenilebilir bir özelliğe sahiptir, kişiye ve duruma göre değişkenlik gösterir (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 93). Bu durumla birlikte Krueger ve diğ. (2000); girişimci bir davranışı gerçekleştirmek için bireylerin nasıl yoğun olarak hazırlandıkları ve efor sarfettiklerini de girişimcilik niyetinin bir işareti olarak görmüşlerdir. Kişiler önemli bir potansiyele sahip olsalar dahi, eğer niyetleri konusunda bir eksiklik var ise, girişimden kaçınma davranışı sergilemektedirler. Bird (1988) ise, girişimci olmak için karar sürecinde en yakın

göstergenin girişimcilik niyeti olduğunu özellikle ifade etmiştir. Bunun yanı sıra Bird (1988) tarafından girişimcilik niyeti, yeni bir girişim kurmaya niyet eden ve gelecekte yapılacakları planlayan kişilerin bilinçli bir farkındalığı ve inancı olarak tanımlanmıştır. Farklı bir tanımlama ise Alhaj ve diğ. (2011) tarafından yapılmıştır; bu tanımlamaya göre girişimcilik niyeti, kişinin hayatı içinde üzerine aldığı sorumlulukları yerine getirirken, yüksek düzeyde başarılı olacağına ilişkin olarak sahip olduğu yeteneklere duyduğu inançtır; girişimcilik niyeti, kişinin kendini kontrol etmesine fırsat verir, aynı zamanda girişimcilik ruhunu besleyen önemli bir kaynaktır. Girişimcilik araştırmaları iki temel yapı etrafında toplanmıştır; bunlar bireysel (kişilik, demografik ve bilişsel) özellikler ve yeni kurulan işletmenin çevresel özellikleridir. Bireysel özellikler ve demografik özellikler üzerine yoğunlaşmış olan önceki yaklaşım, girişimcilik niyeti ve davranışını açıklama konusunda başarılı olamamıştır (Krueger ve diğ., 2000). Girişimcilik niyeti, demografik ve bireysel faktörler ile kıyaslandığı zaman girişimcilik davranışının en iyi göstergesi olarak kabul edilir (Sabah, 2016, s. 88). Girişimcilik çalışmalarının ilk dönemlerinde bireysel özelliklere ve durumsal değişkenlere odaklanan araştırmaların fazlalığı dikkat çekmektedir (Xu ve diğ., 2016, s. 626); sonraki yıllarda ise Carsrud ve Braanback (2011), araştırmacıların dikkatlerini daha çok yöneticileri, lider ve girişimcilerden ayıran araştırmalara yönlendirdiklerini; girişimci süreçlere ve faaliyetlere yoğunluk verdiklerini ifade etmişlerdir (s. 10). Yaşanan bu süreç; girişimcilik niyeti kavramını ön plana çıkarmış, böylelikle girişimci davranışın oluşum sürecinde bilişsel faktörlerin ve girişimcilik niyetinin önemi de artış göstermiştir. Girişimcilik faaliyeti, Naktiyok ve Timuroğlu (2009)'na göre kişilerin istekleri doğrultusunda meydana gelmektedir, niyet ile gerçekleştirilen planlı bir davranış olarak tanımlanır (s.85). Yapılan bütün girişimcilik niyeti tanımlarında dikkat çeken nokta, niyetin planlı bir faaliyet olarak ifade edilmesidir. Bütün bu tanımlamalardan hareketle girişimcilik niyetini; alt yapısında kişilik özellikleri barındıran ve bu özelliklerin yanı sıra duygusal ve sosyal faktörler tarafından desteklenen, kişinin kendi yeteneklerine duyduğu inancı da içeren, zihinsel bir boyuta sahip olan, girişimcileri girişimciliğe giden yolda içsel bir motivasyon sağlayarak destekleyen güçlü bir yapı olarak ifade etmek mümkündür.

Girişimcilik niyeti ile ilgili yaklaşımlar alanyazında genellikle üç farklı temel başlık altında incelenmekte, bu yaklaşımlar; psikolojik yaklaşım, davranışsal yaklaşım ve bilişsel yaklaşım olarak ele alınmaktadır.

Psikolojik Yaklaşım, girişimcilik niyeti ile ilgili yaklaşımlardan psikolojik yaklaşım, girişimcilerin sahip olduğu kişilik özelliklerini esas almakta ve araştırmalarda bu özellikler üzerine odaklanmaktadır. Kişilik özelliklerine odaklanan psikoloji okuluna göre girişimci kişiler, benzersiz bir çok özelliğe sahiptir, sahip oldukları bu özellikler onları girişimci olmayan kişilerden ayırmaktadır, Cunningham ve Lischeron (1991, s. 48), ayrıca sahip oldukları kişilik özelliklerinden dolayı da girişimciliğe yönelmektedirler.

McClelland (1961), Brockhaus (1980) ve Krueger ve diğ. (2000)'ne göre yeni bir iş kurma kararı ile ilgili ilk çalışmalar kişilik özellikleri üzerine odaklanmıştır. Mitton (1989) girişimciyi, belirli kişisel özelliklere sahip olan kişi olarak tanımlarken, Krauss ve Frese (2005) kişilik özelliklerini, girişimcilik oryantasyonunun öngöstergesi olarak ifade etmiştir. Alanyazında kişilik özelliklerine odaklı çok sayıda teorik ve ampirik çalışma mevcuttur (Kennedy ve diğ., 2003; Brice, 2004; Bhandari, 2006; Li 2006; Hmieleski ve Corbett, 2006; Florin ve diğ., 2007), örneğin; Bygrave (1989) çalışmasında girişimcilik niyetini etkileyen kişilik özellikleri olarak başarma ihtiyacı, iç kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans ve risk alma eğilimini içeren bir model sunarken; Robinson ve diğ. (1991) araştırmasında başarı, yenilikçilik, kontrol odağı ve kendine güven kavramları üzerinde durmaktadır (Ferreira ve diğ., 2012, s. 426; Myers, 2014, s. 14). Kişilik özelliklerinin girişimcilik araştırmalarında taşıdığı önemle ilgili alanyazında çok sayıda eleştiri mevcuttur. Gartner (1985), girişimci için belli bir kişilik profilinin belirlenemeyeceği ve bu sebepten girişimcilik araştırmalarında girişimcinin davranışlarına odaklanmanın kişiliğine odaklanmaktan daha fazla fayda sağlayacağını ifade etmekte; benzer bir düşünce ile Low ve McMillan (1988) da kişilik özellikleri üzerine temellendirilmiş çalışmaların girişimcilik araştırmalarında devam ettirilmemesi gerektiğini ileri sürmektedirler. Bu çalışmalar, kişilik özelliklerinin yeniden gündeme gelmesine ve girişimcilik araştırmalarında dikkate alınmasına ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır (Çetin ve Varoğlu, 2009, s. 54-55). Stewart ve Roth (2001), 1980 ve 1999 yılları arasında yapılmış olan risk alma eğilimiyle ilgili 12 çalışmayı inceleyerek bir meta analiz çalışması uygulamış, çalışma sonucunda girişimcilerin risk alma eğilimlerinin yöneticilerin risk alma eğilimlerinden daha yüksek olduğu bulgusunu elde etmiştir, yapılan meta analiz çalışmaları özellikle risk alma eğilimi ve başarma ihtiyacı değişkenlerinin girişimcilikle doğrudan ilişkili olduğu yönünde sonuçlara sahiptir. Diğer taraftan, Miner ve Raju (2004), farklı 14 çalışmada meta analizi uygulayarak, tam tersi girişimcilerin yöneticilere

göre daha çok riskten kaçma davranışı gösterdiklerini bulgulamışlardır. Krueger ve diğ. (2000) ise, erken dönem kişilik özellikleri çalışmalarının yetersiz tanımlayıcı sonuçlar elde ettiğini iddia etmişlerdir. Kişilik özellikleri ve psikolojik yaklaşımın girişimcilik niyetini açıklamada yetersiz kalması, zaman içinde davranışsal yaklaşımın doğmasına yol açmıştır.

Davranışsal Yaklaşım, girişimcilik niyeti ile ilgili bir diğer yaklaşım, davranışsal yaklaşımdır ve bu yaklaşım psikolojik yaklaşımdan daha sonraki dönemlerde ortaya çıkmıştır. Davranışsal yaklaşım; girişimcilik niyeti açıklamada bireysel faktörlere odaklanan psikolojik yaklaşımın yetersiz kaldığını ifade ederek, girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan farklı faktörlerin varlığından söz etmiştir. Davranışsal yaklaşım Ajzen (1987, 1991)'e göre, niyet kavramını sonradan ortaya çıkan faaliyetlerle birleştiren, iyi kurulmuş bir literatür yapısından yararlanmaktadır (Ajzen, 1991). Aynı zamanda Shapero (1982) ve Honig (2004) tarafından bir çok kez girişimcilik davranışının en iyi göstergesi olarak ifade edilmiştir (Ferreira ve diğ., 2012, s. 428). Davranışsal yaklaşım, girişimcilerin davranışlarına odaklı bir yaklaşımdır. Mc Stay (2008), girişimcilerin davranışlarını anlamak için araştırmalarda üç esaslı temanın hakim olduğunu ifade etmiştir. Bunlar; girişimcilerin girişimcilik sürecindeki rollerini tanımlamak, davranışları açısından başarılı ve başarısız girişimciler arasındaki farkları tanımlamak, girişimciler ve yöneticiler arasındaki farkları tanımlamaktır (Myers, 2014, s. 15-16). Diğer taraftan Mitchell ve diğ. (2007) ise, davranışsal yaklaşımın girişimcilik alanyazınında önemli bir yere sahip olmasına rağmen, gelecekteki girişimcilerden ziyade gerçek girişimciler ile yapılmış çalışmaların daha sınırlı olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar kişisel olarak girişimcileri anlamanın, girişimcilerin gözlenemeyen davranışlarıyla ilgili çalışmalar sayesinde geliştirilebileceğine inanmaktadırlar. Kişilik özellikleri ile ilgili tutarsız çalışmalar ve davranışsal yaklaşımın girişimcilik niyeti kavramını açıklama konusunda yetersiz kalması, daha sonraki dönemlerde ise temel mantığı kişilerin her faaliyetinin zihinsel süreçlerden etkilendiği görüşüne dayalı olan, bilişsel yaklaşımın doğmasına neden olmuştur.

Bilişsel yaklaşım, girişimcilik niyeti üzerinde bilişsel süreçlerin etkilerine odaklanan bilişsel yaklaşım bu süreci ve sürecin etkilerini literatürde farklı niyet modelleri ile açıklama yoluna gitmiştir. Girişimcilik bilişselliği; Mitchell ve diğ. (2002) tarafından girişimin oluşumu ve büyümesini de içeren, insanların değerlendirme yapmak ve karar

vermek için kullandıkları bir bilgi yapısı olarak tanımlanmıştır (Mitchell ve diğ. 2002, s. 97). Feder ve Nitu-Antonie (2017), girişimcilik niyetinin bilişsel ve bağlamsal faktörlerce tespit edildiğinin önceki çalışmalar tarafından bulunduğunu, bu faktörlerin girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ya da negatif yönde bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir (s. 89). Bilişsel yaklaşım; girişimcilik alanındaki olayları, trendleri ve deneyimleri anlamak için önemli bir yaklaşımdır (Mitchell ve diğ., 2007). Gartner (1985)'a göre ise bilişsel yaklaşım tarafından desteklenen bilişsel modeller, daha önceki yaklaşımlardan daha kuvvetli bir tahmin gücüne sahiptirler (Myers, 2014, s. 16). Kolverid (1996), bir kişinin algılanan davranışsal kontrolü ne kadar yüksek olursa o kişinin o kadar fazla girişimcilik niyetinin olacağını; dolayısıyla algılanan kontrolün, özyeterliliğin anahtar faktörü olan algılanan yapılabilirlik kavramına tekabül ettiğini belirtmiştir. Kickul ve diğ. (2009) ise, özyeterliliğin girişimcilik davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu; öğrencilerin girişimcilik konusundaki özyeterliliklerinin desteklenmesinin, öğrencilerdeki girişimcilik niyetini arttıran çok önemli bir araç olduğunu vurgulamışlardır. Bilişsel yaklaşımın niyeti Mc Stay (2008)' e göre, girişimcinin mental sürecinin ve düşünce kalıbının anlaşılmasını geliştirmektir fakat aynı zamanda bu yaklaşım, girişimcilerin inanç ve tutum gibi bilişsel faktörleri kullanmalarını da onaylar (Myers, 2014, s. 16). Mitchell ve diğ. (2002)'ne göre ise bu yaklaşım, girişimci olanlar ile girişimci olmayanların mental süreç ve düşünce kalıplarını birbirinden farklı olduğunu ileri sürer Bilişsel yaklaşıma göre, kişilerin düşündüğü, ifade ettiği ve uygulamaya koyduğu her faaliyet zihinsel süreçlerin etkisi altındadır (Baron, 2004, s. 221). Girişimciliğe yönelik bilişsel bir yaklaşım, girişimcilerin yeni bir işletme kurmak için ihtiyaç duyduğu kaynak, ürün ve hizmetleri belirlemesine yardım eden ve aynı zamanda bağımsız enformasyon birimlerinin bir araya gelmesini kolaylaştıran zihinsel modellerin, nasıl kullanıldıkları ile ilgili bir durumdur. Diğer bir ifadeyle girişimsel bilişi, kişilerin fırsatları değerlendirerek karar alma ve girişimi meydana getirme süreçlerinde kullanmış oldukları bilgi yapıları olarak da ifade etmek mümkündür (Mitchell, ve diğ., 2002, s. 97). Kişiler, girişimcilik aşamasında fırsat ve riskleri zihinsel olarak kurgulamaktadırlar ve bu aşamada algı, oldukça kritik bir öneme sahiptir, bilişsel araştırmaları anlayabilmek için bilişsel yapının ve bilişsel sürecin iyi anlaşılması gerekmektedir (Keh ve diğ., 2002, s. 125-126), girişimciliğin ortaya çıkmasına olanak sağlayacak ya da engelleyecek koşulları anlamak demek, fırsat kavramının girişimcilerin zihninde nasıl kurgulandığını ve bu süreçte etkin olan algıların rolünü idrak edebilmek

demektir. Fırsatların algılanmasını iki önemli faktör etkilemektedir; birincisi fırsatı tanımlayabilmek için sahip olunması gerekli bilgiye sahip olmak, diğeri ise bilgiyi kullanabilmek için ihtiyaç duyulan bilişsel yapılardır (Mitchell, ve diğ., 2002, 94). Bu süreçte şemalar ise, girişimcilere neden-sonuç ilişkilerini tanımlayarak fikir geliştirmeleri yönünde bir çerçeve oluşturmaktadır. Şemalar Daft ve Weick (1984)'e göre, belli kural ve inançlardan oluşan bilişsel yapılardır; bilgi sağlamak, ilişki belirlemek, çıkarımlarda bulunmak suretiyle sonuca vararak davranışı başlatmaktadırlar (Busenitz ve Lau, 1996, s. 29). Diğer bir ifadeyle; girişimcilik sürecinin başlangıç aşamasında fırsatları algılamak oldukça önemlidir, çünkü girişimciler yeni bir girişim meydana getirirken öncelikli olarak algıladıkları fırsatlara dayanmaktadırlar (Baron, 2004, s. 226). Fırsatları doğru algılayan ve değerlendiren girişimciler girişimciliğe giden yolda oldukça avantajlı bir duruma sahip olmaktadırlar.

Girişimciliğe yönelik bilişsel bir yaklaşımın bir diğer konusu da bilişsel süreçlerdir; bilişsel süreçler bilgiye ulaşma ve kullanma yöntemine vurgu yapmaktadır (Schneider ve Angelmar, 1993, s. 351). Bilişsel süreçler, kısayollar olarak da ifade edilmektedir (Busenitz ve Lau, 1996, s. 29); kısayollar, özellikle belirsiz durumlarda hızlı bir şekilde karar alınması gerektiğinde, kişileri etkin bir şekilde karar almaya yönlendirmektedir (Zacharakis ve Shepherd, 2001, s. 313), bilişsel eğilimler ise kısayolları kullanarak karar alma da meydana gelebilecek sistematik hatalardır (Haley ve Stumpf, 1989, 481). Girişimciler, girişime başlama kararının belirsizliğini aza indirmek için farkında olmadan bilgi işlem süreçlerini basite indirgemektedirler (Duhaime ve Schwenk, 1985, s. 287-288). Eğer kısayollar ve eğilimler kişlerin risk algısında bir azalmaya neden oluyorsa ve yeni bir durumla meydana çıkıyorsa; girişime başlama kararı üzerinde etkili olmaktadırlar (Simon ve diğ., 2000, s. 117). Sonuç olarak; kısayollar ve eğilimlerin girişimciliğe karar verme sürecindeki etkilerinin incelenmesinin, girişimcilik araştırmalarında girişimcilik kariyerinin tercih edilme sebeplerinin doğru anlaşılabilmesi açısından taşıdığı önem büyüktür diyebiliriz.

Girişimcilik niyeti yaklaşımları tarihi bir süreç içinde gelişme göstermiş ve bu süreç içinde çok sayıda araştırmada kullanılmıştır. Başlangıçta sadece girişimcilerin sahip olduğu kişilik özellikleri üzerine odaklanan araştırmalar, zamanla girişimcinin davranışlarını ve nihayetinde girişimcinin bilişsel ve zihinsel sürecini dikkate almış, bu yönde gerçekleştirilen çalışmalar girişimcilik sürecinin daha iyi anlaşılmasını ve bu

süreçte girişimciliğe etki eden faktörlerin daha sağlıklı olarak tespit edilmesini sağlamıştır.

1.3. Girişimcilik Niyeti Modellerinin Çok Boyutlu Analizi

Girişimcilik niyeti üzerinde sadece kişilik faktörlerinin etkili olmadığı ve kişilik faktörlerine odaklı olarak yapılan araştırmaların konuyu aydınlatmada yetersiz kaldığı zaman içinde yapılan çalışmalar ile anlaşılmış, Shapero ve Sokol (1982), Bird (1988), Katz ve Gartner (1988) tarafından yayınlanan makalelerle birlikte çalışmalar zamanla bilişsel faktörlere doğru kaymaya başlamıştır. Alanyazında bilişsel faktörleri dikkate alarak girişimcilik niyetini açıklamaya çalışan çok sayıda model geliştirilmiş ve bu modelleri esas alan çalışmalar yapılmıştır. Bu modellerde niyet, yeni bir girişim sürecini anlamak için oldukça önem taşıyan anahtar bir faktör olarak nitelendirilmekte; girişimciliğe giden süreçte, girişimcilik davranışının oluşmasında çok etkili bir öncül olarak değerlendirilmektedir. Girişimcilik araştırmalarının zamanla kişilik faktörlerinden bilişsel faktörlere doğru yer değiştirmesi bilişsel faktörleri ve süreci esas alan girişimcilik niyet modellerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır, böylelikle tarihi süreç içinde girişimcilik sürecini daha gerçekçi ve sağlıklı olarak anlatabilmeyi hedefleyen çok sayıda niyet modeli geliştirilmiştir.

Girişimcilikle ilgili alanyazına bakıldığında niyet modelleriyle birlikte gerçekleştirilen bilişsel araştırmaların popülerliğini hala devam ettirdiği görülmektedir (Liñán ve diğ., 2011, s. 195). Wagner ve Ziltener (2008) ise bu modellere göre girişimcilik sürecinin girişimcilik niyetinin gelişmesi ile başladığını, fırsatların aranması ve keşfi ile de devam ettiğini ifade etmişlerdir. Girişimcilik davranışını tahmin etmek ve açıklamak için oldukça önem taşıyan bu modellerin bilişsel yaklaşımın uygulanması konusunda da son derece faydalı olduğu söylenmektedir. Niyet temelli modellerin bir diğer önemli özelliği ise, davranışın öncüllerini ele almasıdır. Davranışlar, niyetler tarafından tahmin edilir, niyetleri şekillendiren ise tutumlardır. Girişimciliğe yönelik davranışlar, tutumların yanı sıra bireysel, durumsal ve dış kaynaklı faktörler sayesinde ön görülebilirler (Bahadır, 2018, s. 28-29). Yapılan bu çalışmaların yoğunluğu dikkate alınarak bazı modeller özellikle ön plana çıkmıştır. Alanyazındaki çalışmalar incelediğinde belli başlı modeller ile ilgili daha fazla sayıda çalışmanın var olduğunu görmekteyiz. Geliştirilen bu modelleri; “Theory of Reasoned Action” Mantıksal Eylem Modeli (Fishbein ve Ajzen,

1975), "The Entrepreneurial Event Model" Girişimci Olay Modeli (Shapero ve Sokol, 1982), "The Entrepreneurial Intention Model" Girişimci Niyet Modeli-Girişimci Niyet İçeriği (Bird, 1988), "Implementing Entrepreneurial Ideas" Girişimci Fikirleri Uygulama Modeli (Bird,1988), "The Theory of Planned Behavior" Planlı Davranış Modeli (Ajzen,1991), "Entrepreneurial Attitude Orientation Model" Girişimci Tutum Oryantasyon Modeli (Robinson, Stimpson, Huefner ve Hunt, 1991), "The Theory of Planned Behavior Entrepreneurial Model" Girişimci Planlı Davranış Modeli (Krueger ve Carsrud, 1993), "Entrepreneurial Potential Model" Potansiyel Girişimci Modeli (Krueger ve Brazeal, 1994), "The Entrepreneurial Intention Model" Bird'in Revize Edilmiş Girişimci Niyet Modeli- Girişimci Niyet İçeriği (Boy ve Vozikis, 1994), "The Social Cognitive Career Theory" Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi (Lent, Brown ve Hackett, 1994, 2000) şeklinde kronolojik olarak sıralayabiliriz.

Bütün niyet modellerinin temel ilkesi; niyetin tutumlar tarafından belirlenmesidir, davranışın öncesinde niyet ortaya çıkar, niyet üzerinde etkili olan tutum da dış faktörlerden (kişilik, demografik ve durumsal) etkilenmektedir (Shapero ve Sokol, 1982; Ajzen, 1991; Krueger ve diğ., 2000). Girişimcilik araştırmalarında Krueger ve diğ., (2000)'e göre sadece kişilik faktörleri ve durumsal faktörleri ele alarak modelleme yapmak girişimcilik faaliyetlerini açıklamak konusunda az bir öngörülebilirlik sağlamakta, niyet modelleri bu aşamada bize girişimci faaliyeti anlama ve tahmin etme konusunda oldukça önemli fırsatlar sunmaktadır. Krueger ve arkadaşları yapmış oldukları ampirik çalışmalarında Ajzen'in "Planlı Davranış Modeli" ile Shapero'nun "Girişimci Olay Modeli"ni karşılaştırmışlar, girişimcilik niyeti modelleri ile ilgili oldukça önemli bilgiler vermişlerdir (Krueger ve diğ., 2000, s. 412):

- Niyet, planlı davranışların tek ve en iyi tahmincisidir, girişimcilik de planlı bir davranıştır. Tutumlar niyetler üzerinde etkilidir, bu etki sayesinde tutumlar niyetleri etkilemektedir; niyetler ve tutumlar kişisel olduğu için, niyet modelleri davranışları tahmin etme konusunda çok başarılıdır.
- Kişisel tutumlar ve durum değişkenleri kilit tutumları ve motivasyonu etkiler, böylelikle girişimcilik üzerinde etkiye sahip olur, bu etki dolaylı bir etkidir. Örneğin, rol modeller ancak algılanan öz yeterlilik gibi tutumları ve inançları değiştirdiği zaman girişimcilik niyetini etkileyebilecektir. Niyet modelleri dış

etkenlerin niyetleri ne şekilde değiştirdiğini ortaya koyar, sonuç olarak bir girişim meydana getirmeyi hedefler.

- Niyet modellerinin çok yönlü bir yapıya sahip olması, girişimcilik araştırmalarında süreç modellerinin daha geniş alanlarda kullanımını sağlamaktadır. Niyetleri anlamak araştırmacıların davranışları anlamalarına katkı sağlar.
- Girişimci eğitimin niyetleri ne şekilde şekillendirdiğini anlayabilmek, niyet modelleri sayesinde olmaktadır. Niyet modelleri stratejik kararlara uygulanabilir, önemli paydaşların niyetini modelleyebilir. Araştırmacılar niyet ve fırsat arasındaki çakışmaları yine bu modeller ile keşfedebilirler.

1.3.1. Girişimci Olay Modeli

Bu model 1982 yılında Shapero ve Sokol tarafından literatüre kazandırılmıştır. Shapero ve Sokol (1982); kişilerin kendi değerlendirmelerini yapmada sosyal, kültürel faktörlerin önemli olduğunu ayrıca bu faktörlerin öz yeterliliklerin (inanç) oluşumunda da önem taşıdığını ifade etmişler, böylece iş formasyonunda en çok hissedilen faktörün değer sistemleri olduğunu ileri sürmüşlerdir. Kısacası yüksek değerli bir sosyal sistem insana, yolunu çizmesi konusunda daha çok olanak sağlayacaktır (Shapero ve Sokol, 1982, s. 83).



Şekil 1. Girişimci Olay Modeli

Kaynak: Shapero ve Sokol (1982), Akt: Ahuja vediğ. (2019, s. 9).

Bu teoriye göre kişilerin yeni bir işe başlama niyetleri başlıca iki faktör tarafından etkilenmektedir. Söz konusu bu faktörleri algılanan çekicilik- arzu edilebilirlik ve algılanan uygulanabilirlik-yapılabilirlik olarak ifade edebiliriz (Shapero ve Sokol, 1982; Türker ve Selçuk, 2009, s.146; Guzma´n-Alfonso ve Guzma´n-Cuevas, 2012, s.723; Khuong ve An; 2016, s.106; Tran ve Korflesch, 2016, s.21). Algılanan arzu edilebilirlik, kişi için yeni bir işe başlamanın cazibesi olarak tanımlanırken; algılanan yapılabilirlik ise, girişimci olabilmek için kişinin sahip olduğu kapasiteye ilişkin algı olarak ifade edilir. Shapero ve Sokol (1982)' a göre tetikleyici olaylar, arzu edilebilirlik ve yapılabilirliği etkileyerek, yeni bir girişime başlamada önem kazanır; özellikle de yazarlar sosyal baskının girişimin çekiciliğini etkileyerek, yeni bir girişime başlama niyeti üzerinde de etki gösterdiği fikrine sahiptirler (Shapero ve Sokol, 1982). Bunlara ilaveten yeni bir girişim oluşturmak için gerekli olan niyet, istekler harekete geçmedikçe oluşmaz. Shapero (1975)'ya göre insan hayatında bir takım tetikleyici olaylar olduğu zaman girişim niyeti de artmaktadır; bu olaylar; pozitif (mükemmel bir fırsatın ele geçirilmesi), negatif (yangın), ya da nötr (çalışmaların bitirilmesi) olaylar olabilir. Bu gibi durumlar kişinin girişimci faaliyeti, diğer alternatiflere göre daha çekici ve daha uygulanabilir olarak görmesine neden olur. Ayrıca Shapero (1975), aile üyelerinin girişimci olmasının güvenilirliği ve arzu edilebilirliği arttırarak girişimcilik niyeti süreci üzerindeki etkisine de dikkat çekmiştir (Guzman-Alfonso ve Guzman-Cuevas, 2012, s.723). Arzu edilebilirlik, iki yönde ele alınabilir. Lee ve diğ. (2011, s. 125)' ne göre nisbi anlamda arzu edilebilirlik; kişisel olarak yeniliğe yönelimli olma, öz çıkar/ öz yeterlilik, örgütsel yenilik iklimi, iş tatmini ve teknik anlamda mükemmelliğin teşviki olarak açıklanır. İş tatmininin düşük olması, yenilik boyutu açısından uyumsuzluğa neden olur ve bu durum kişileri kendi işlerini kurma konusunda cesaretlendirir; diğer yönden örgütsel düzeyde yenilik iklimindeki sınırlılık da iş tatminini etkiler. İkinci çekicilik ise Top (2017, s. 92)' a göre daha çok öz yeterlilikle ilgili bir durumdur; bu durum kişilerin bireysel deneyimleriyle alakalı olarak girişimcilik konusunda geliştirdikleri tutumla ilgilidir; girişimcilik, rol modellerden ve geçmiş deneyimlerden etkilenir. Spesifik bir girişimci hareketi; kişinin alışkanlık ve doğuştan sahip olduğu özellikler yerine, faaliyete geçirmek için direkt olarak kişinin davranışlarını tetikler (Tran ve Korflesch, 2016, s.21), dış faktörler ise modele göre girişimcilik niyetini direk olarak etkilememektedir (Khuong ve An, 2016, s. 106). Dış çevre koşulları; olumlu değişimler yaratan çevre, olumsuz değişimler yaratan çevre ve kararsızlık yaratan çevre olmak üzere üç boyutta ele alınır.

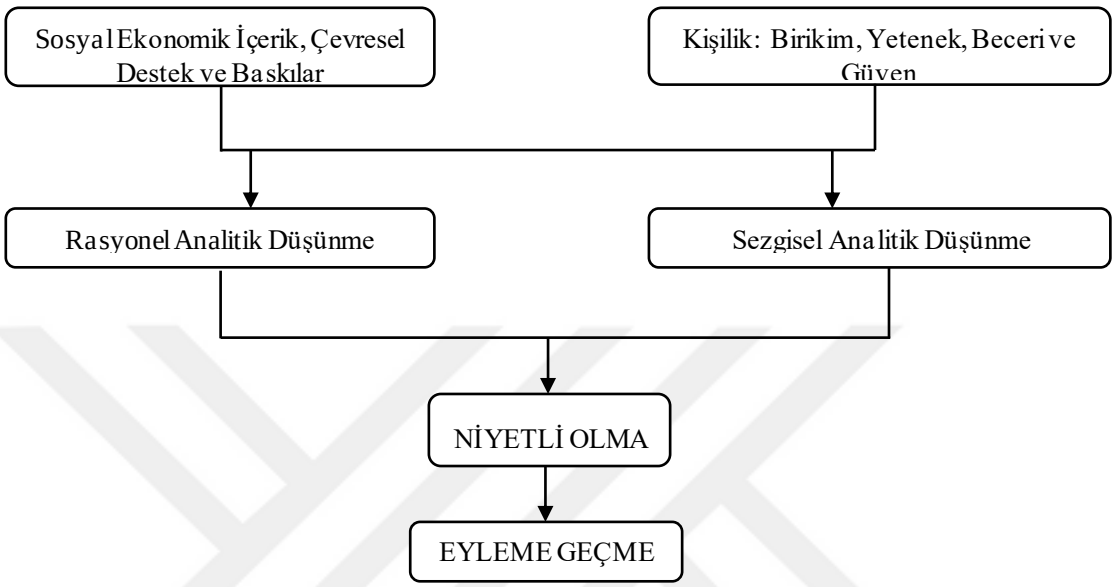
Olumlu değişimler yaratan çevre koşulları; kişilerin arkadaş, dost, ortak, yatırımcı ve danışmanlarından gelen olumlu algılardır. Olumsuz değişimler yaratan çevre koşulları; kişilerin işten çıkarılma, boşanma, huzursuzluk, orta yaşa gelme, hakaret gibi kişiyi olumsuz yönde etkileyen faktörlerdir. Kararsızlık yaratan çevre koşulları ise; kişinin örneğin, askerden döndükten, hapisten çıktıktan sonra ya da okul mezuniyeti sonrası geleceğe ilişkin düşüncelerinin net olmadığı durumlar olarak ifade edilebilir (Elfving ve diğ. 2009, s. 24). Shapero ve Sokol'un modelinde kişileri olumsuz etkileyen koşulların ve sosyal olayların ters motivasyonla girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu görmekteyiz (Top, 2017, s. 89). Bütün bu koşulların varlığı kişiyi o güne kadar yapmadığı farklı işler yapmaya iten faktörler olarak değerlendirilir. Algılanan arzu edilebilirlik ve algılanan yapılabilirlik faktörlerinin niyet üzerindeki etkisine odaklanmış olan bu model, en eski ve en çok bilinen niyet modellerindendir; günümüze kadar yapılmış olan çok sayıda girişimcilik araştırmasında da kullanılmıştır. Olumlu, olumsuz ve kararsız çevre faktörlerinden etkilenen arzu edilebilirlik ve yapılabilirlik algısı, girişimcilik niyetinin oluşumuna ve girişimin şekillenmesine yol açar. Modelin en önemli özelliklerinden biri ise, girişimcilik üzerinde geçmiş deneyim ve rol modellerin etkisine ve önemine dikkat çekmesidir.

1.3.2. Bird'in Girişimci Niyet Modeli (Girişimci Niyet İçeriği)

Bu model Bird (1988) tarafından geliştirilmiştir, özellikle girişimcilik niyetine etki eden inanç ve tutumlar üzerine odaklanmış bir model olma özelliği ile dikat çekmektedir.

Bird (1988)'in girişimci niyet modeli, insanların davranışlarını tahmin etmek için kullanılan bir davranış teorisinden yola çıkılarak geliştirilmiş bir modeldir; modelde niyetler, sıralı davranışlar ile inanç arasında bir bağlantı olarak ifade edilir. Girişimcilik alanında yapılan çalışmalar seksenli yıllara kadar daha çok betimleyici ve tanımlayıcı araştırmalar olarak görülür; Bird ise, yeni bir girişimin oluşma sürecinin bilinçli ve planlı bir eylem olduğunu ileri sürererk girişimcilik niyetinin anlaşılmasını kolaylaştırmıştır. Bu modelde çevresel faktörlerin etkilerine verilen tepkiler iki boyut olarak ele alınır, bunlar; sezgisel ve rasyonel düşünmedir. Çevrenin algılanması sezgisel ve rasyonel düşünme yoluyla olur; sosyal, kültürel, siyasi ve ekonomik değişkenler ise bilişsel süreçler içinde değerlendirilir. Girişimcilik niyetleri ise bu iki düşünme şeklinin sentezinin yapılabilir olması sonucunu meydana getirir. Niyet hem sezgisel hem de rasyonel düşünceyi birlikte

kapsayan bir süreçtir, bu sürecin altında ise fırsat analizleri ve amaca yönelik olan davranışların yer aldığı iş planları yatar (Boyd ve Vozikis, 1994, s. 64; Scheiner, 2009, s. 10). Bu model 1994 yılında Boyd ve Vozikis tarafından geliştirilererek modele öz yeterlilik boyutu ilave edilmiş ve model daha kapsamlı bir hale gelmiştir.



Şekil 2. Bird'in Girişimci Niyet Modeli

Kaynak: Boyd ve Vozikis (1994, s. 6).

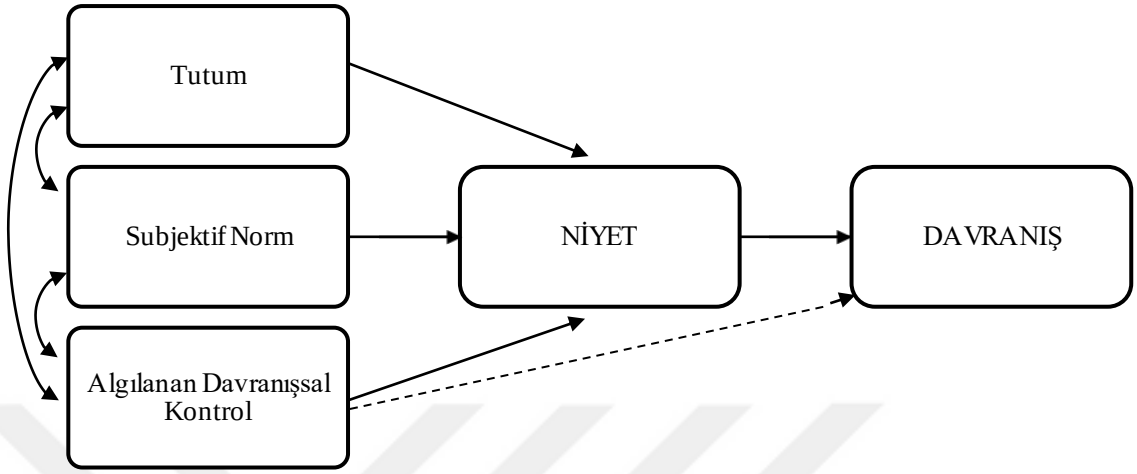
Modelde kişilerin iki farklı düşünce şekline (sezgisel ve rasyonel) sahip olmalarından hareketle söz konusu bu iki fikrin sentezinin yapılması tavsiye edilir. Farklı iki düşünce sisteminin sentezi ile çevre dinamiklerinin anlaşılması ve fırsatlara karşı gösterilecek tepkilerin etkileşimine özellikle dikkat çekilmektedir (Top, 2017, s. 83). Model, sezgisel algısal düşünme ile çevrenin algılanmasını içermekte; fırsat, teşvik, kamu düzenlemeleri gibi destekleyici unsurlar ile diğer taraftan engelleyici unsurların etkileşimini göstermektedir (Boyd ve Vozikis, 1994, s.63). Şekildeki içerikler; ekonomik çevreden kaynaklı tehdit ve fırsatlar, aynı zamanda sosyal çevreden kaynaklı baskı ve destekler ile kişinin deneyim, yetenek ve bilgi gibi sahip olduğu niteliklerinin fırsatlar dahilinde yapılabilirliğinin değerlendirmesi olarak ifade edilebilir. Diğer taraftan bu durum rasyonel düşünce ile yapılabilirliği, sezgisel düşünce ile de arzu edilebilirliği test eden bir yaklaşımdır. Rasyonel analitik düşünme fırsatın ve riskin gerçeklerini anlama ve yönetme biçimi iken, sezgisel algısal düşünme ise heyecan, hırs ve ödül gibi daha çok duygusal bilişselliğe dayalı bir davranış meydana getirmedir (Top, 2017, s. 83-84). Kısacası Boyd ve Vozikis (1994)'e göre girişimcilik niyeti, bu iki düşünce şeklinin sentezi sonucu

oluşur, yani niyet bu düşünceleri kapsayan bir süreçtir ve bu sürecin altında amaca yönelik davranış ve fırsatların bulunduğu iş planları yer almaktadır (s. 63). Rasyonel düşüncenin ve sezgisel düşüncenin Shapero ve Sokol (1982)'un modelindeki yapılabilirlik ve arzu edilebilirlik yapılarını test etmesi, iki model arasındaki benzerliği ve kavramlar arasındaki bağlantıyı ortaya koymaktadır. Fırsat ve riskleri anlayabilen ve yönetebilen rasyonel bir düşünce tarzı girişimciliğin yapılabilirliğini desteklerken, duygusal bilişselliğe dayalı sezgisel düşünce ise girişimciliğin çekiciliğini ortaya koymaktadır.

1.3.3. Planlı Davranış Modeli

Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Modeli, Kolvereid (1996), Alexei ve Kolvereid (1999), Autio ve diğ. (2001), Krueger ve diğ. (2000), Summers (2000), Linan (2004), Moriano (2005), Van Gelderen (2006)'e göre, girişimcilik niyeti ile ilgili çalışmalarda geniş yer bulan ve hatta en fazla kullanılan bir yaklaşımdır. Bu model, Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından geliştirilen Mantıksal Eylem Modelinden hareketle oluşturulmuş bir modeldir (Leon ve diğ., 2008, s. 25; Guzman-Alfonso ve Guzman-Cuevas, 2012, s. 724; Sabah, 2016, s. 88). Bilişsel modeller ve özellikle de "Planlı Davranış Modeli", Krueger ve diğ. (2000)'ne göre girişimciliğe yönelik niyet ve davranışı daha başarılı bir şekilde tahmin eden modellerdir. Ajzen (1991) tarafından geliştirilmiş olan bu model; Ajzen ve Driver (1992)'a göre, kişilerin davranışa yönelik niyetlerini açıklamak için kullanılır. Niyet, belli bir davranışı göstermek için insanların denemeye karşı istekli olmalarının ne kadar zor olduğunun ve bunu planlamak için ne kadar güç sarfettiklerinin bir göstergesidir. Model, Ajzen ve Driver (1992), Krueger ve diğ. (2000)' e göre belirli bir davranışa olan niyeti başarılı bir şekilde açıklamaktadır. Modelin, Ajzen (1987), Ajzen ve Driver (1992), Mathieson (1991), Taylor ve Todd (1995), Cooke ve French (2008) tarafından ise sağlık, psikoloji, sosyoloji, bilgi teknolojisi gibi farklı alanlarda kullanıldığı ifade edilmektedir. Model, niyeti açıklamak için çok sayıda çalışmada kullanılmıştır (Ariff ve diğ., 2010, s. 3). Krueger ve Carsrud (1993), Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modelini" girişimcilik literatüründe ilk kullanan araştırmacılardır; model, girişimcilik alanyazınına önemli katkılar sağlamıştır, girişimcilik niyetiyle ilgili teori temelli araştırmaları destekleyen belkide en iyi model olduğu söylenebilir (Sun ve diğ., 2017, s. 1373). Ayrıca modelin,

girişimcilik niyet ve kararını anlamada en çok gelecek vaat eden model olduğu uluslararası araştırmalar ile de ortaya konmuştur (Feder ve Nitu-Antonie, 2017, s. 89).



Şekil 3. Planlı Davranış Modeli

Kaynak: Ajzen (1991, s. 182).

Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli" ne göre, girişimcilik niyetini etkileyen üç önemli faktör vardır, bu faktörler; davranışa yönelik tutum (girişimcilik davranışını sergilemeye yönelik tutum), subjektif norm (sosyal norm) ve algılanan davranışsal kontroldür (Ajzen, 1991, s.188).

Ajzen (1991) davranışa sergilemeye yönelik tutumları, yeni bir girişime başlama hakkındaki pozitif değerlerin sürdürülmesi; subjektif normları, girişimci olmak isteyenlere toplumdan gelen sosyal baskı ve onaylama; algılanan davranışsal kontrolü ise, girişimci olmak için algılanan kolaylık ve zorluklar olarak ifade etmiştir. Algılanan davranışsal kontrol sadece özyetkinlik hissi değil, aynı zamanda girişimci davranışın yönetilebilirliğine ilişkin bir algıdır. Bir davranış ile ilgili algılanan davranışsal kontrol ne kadar büyükse, kişinin davranışı gerçekleştirmeye yönelik niyeti de o kadar güçlüdür. Davranışa yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol niyetleri tahmin etme noktasında göreceli bir öneme sahiptir (Ajzen, 1991, s. 188). Girişimcilik alanyazınında daha önce yapılan çalışmalar bu üç faktörün niyetteki değişimi %30-45 oranında açıkladığını desteklemektedir (Saeed ve diğ., 2014). Bu üç teorik öncüllerin (davranışa yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) niyeti öngörmek için yeterli olduğunu fakat hangi faktörün niyet açısından daha fazla önem

taşıdığının ise içinde bulunulan duruma göre değişiklik gösterdiğini Ajzen ve Fishbein (2004) ifade etmişlerdir. Sözkonusu bu model, bize diğer modellerden farklı olarak girişimcilik niyetini anlamak için daha kabul edilebilir bir çerçeve sunmakta, sadece bireysel faktörlere değil, aynı zamanda sosyal faktörlere de odaklanılması gerektiğine vurgu yapmaktadır Ayrıca model, girişimcilik niyeti araştırmalarında, yeni girişimlerin oluşturulma sürecinde, spontane olmayan planlı davranışlarla ilgili olarak da faydalı bir çerçeve oluşturmaktadır. Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli" iki nedenden dolayı yeni girişimlerin oluşturulmasında faydalı bir teorik çerçeve sunar. Birincisi; yeni firma kuruluşuna yol açan karmaşık bilişsel süreci açıklar, aynı zamanda model, kişinin niyetinden direk olarak etkilenen, yeni bir oluşuma yönelik davranışı üzerine odaklanmıştır (Krueger ve diğ, 2000). İkincisi ve daha önemlisi ise, Ajzen (1991)'e göre motivasyonu açıklamanın girişimcilik niyetini açıklamayı kolaylaştırmasıdır. Diğer bir anlatımla, niyet faktörünü daha iyi anlamak için kişilerin girişimci motivasyonunu (davranışa yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) araştırmak önem taşımaktadır (Nabi ve Liñán, 2013, s. 635). Söz konusu modele göre girişimcilik niyeti; kişilerin davranışsal, normatif ve kontrol türü davranışlarından etkilenmektedir. Ancak holistik yaklaşımda bu ilişkiyi arttırabilecek olan kişisel değişkenlerin (cinsiyet, girişimci eğitimi, rol model ve kişilik özellikleri) dikkate alınması gerektiği Ajzen (1991) ve Krueger ve diğ. (2000) tarafından da özellikle belirtilmiştir.

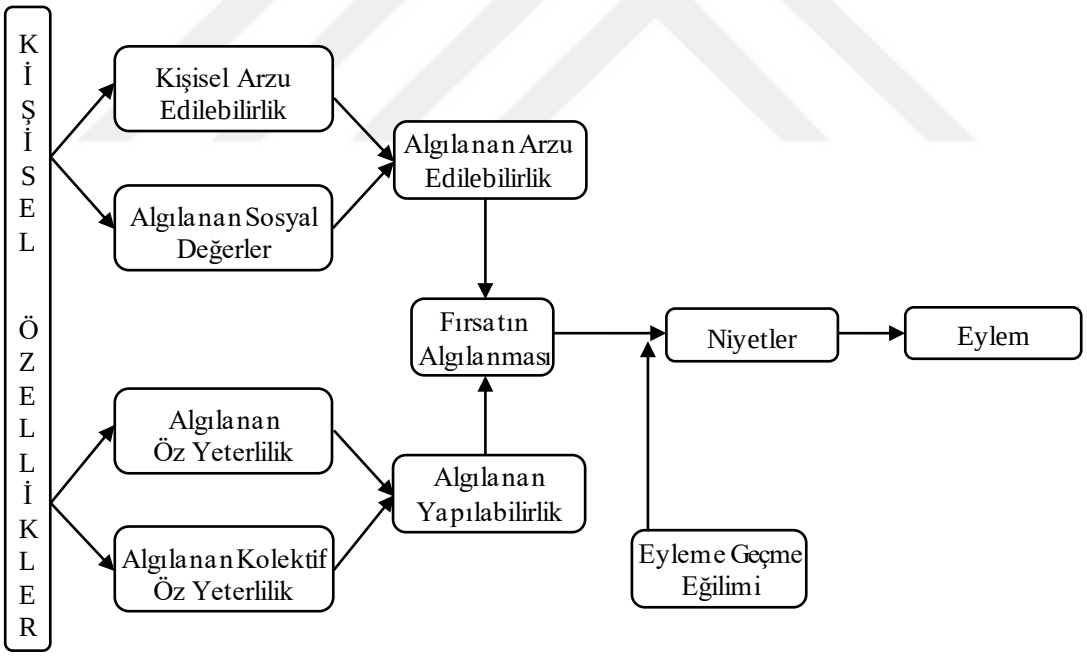
"Planlı Davranış Modeli", sahip olduğu teorik önemin yanı sıra pratikte de oldukça önem taşımaktadır. Ajzen ve diğ. (2009), geçmiş tecrübeler ve bilgi gibi kişisel farklılıkların, niyetin yönünü etkileyebileceği yönünde çok fazla kabul gören bir gerçeği ifade etmişlerdir. Diğer taraftan "Planlı Davranış Modeli", Fayolle ve diğ. (2006), Rodu ve Redien- Collot (2008)'a göre ise öğrenme içeriği ve pedagojik süreç aracılığıyla girişimcilik niyetinin gelişiminde bir araç özelliği taşımaktadır (Ferreira ve diğ., 2012, s. 429). Lortie ve Castogiovanni (2015); planlı davranış modelini içeren, girişimcilik niyeti ve davranışı ile ilgili 42 makaleyi değerlendirdikten sonra, bu modeli kullanmanın farklı yolları arasında anlayış eksiklikleri olduğunu ileri sürmüşlerdir. Çalışmalardaki modellerin hepsi birbirinden farklıdır ve planlı davranış modelinin farklı değişkenlerini ele almaktadırlar, 42 makale arasında sadece bir tanesi Kolvereid ve Isaksen (2006) söz konusu modelin tamamını test ederken, diğer çalışmalar ise modelin sadece bir bölümünü dikkate almaktadırlar. Diğer taraftan Davidson ve Jaccard (1979), davranışa yönelik niyet

ile davranış arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Bagozzi (1981) ise yaptığı ampirik çalışması ile tutumların davranışları ancak niyet vasıtası ile etkilediğini kanıtlamışlardır; böylece planlı davranışın en iyi göstergesinin girişimcilik niyeti olduğu vurgulanmıştır (Krueger ve diğ., 2000). Ajzen (2005), Planlı Davranış Modeline yeni değişkenler ilave ederek modelini geliştirmiştir, bu değişkenler; demografik, kişisel, sosyal ve çevresel faktörlerdir. Bird (1988 (1994)) ise, kişisel ve bilişsel faktörlerin girişimci davranışı tahmin etmedeki rolünü özellikle vurgulamıştır (Ozaralli ve Rivenburg, 2016, s.8). Sözkonusu bu modele göre insan davranışları niyetler tarafından yönlendirilmektedir ve aynı zamanda niyet, planlı bir eylem olarak ifade edilmektedir. Bu durum, kişilerin ileriki zamanlarda girişimci olma konusundaki faaliyetlerinin bugün sahip oldukları niyetler ile tahmin edilebileceğini ifade etmekte ve konuyla ilgili olarak oldukça önemli bir çerçeve ortaya koymaktadır.

Krueger ve Brazeal, Shapero (1982)'nun ve Ajzen (1991)'in modellerini karşılaştırmışlar ve önemli ortak noktalar tespit etmişlerdir. Shapero (1982)'nun modelindeki algılanan yapılabilirlik, Ajzen (1991)'in modelindeki algılanan davranışsal kontrol kavramına karşılık gelmektedir ve söz konusu kavramlar aynı zamanda algılanan öz yeterlilik ile de ilintilidir. Diğer taraftan, Ajzen (1991)'in modelindeki davranışa yönelik tutum ve subjektif normlar da Shapero (1982)'nun modelindeki algılanan arzu edilebilirlik kavramına denk gelmektedir (Krueger , 1993, s. 7). Shapero (1982)'nun modeli, girişimcilik davranışı için geliştirilmiş bir model iken, Ajzen (1991)'in modeli ise önce insan davranışları için geliştirilmiş, sonra girişimciliğe uyarlanarak, girişimcilik araştırmalarında kullanılmış bir modeldir (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 93; Shook ve diğ., 2003, s. 384). Girişimcilik niyetini açıklamada en başarılı model olarak kabul edilen Planlı Davranış Modelinin bu özelliği, yeni bir girişimin oluşum sürecindeki karmaşık bilişsel süreci açıklaması konusundaki başarısından, kişisel farklılıklara dikkat çekerek bu özelliklerin niyet üzerindeki etkisine özellikle vurgu yapmasından ve tutum ile davranış arasındaki ilişkide niyetin vazgeçilmez özelliğini ön plana çıkararak, tutumların davranışları ancak niyet aracılığıyla etkileyebileceğini yapılan araştırmalar ile ortaya koymasından kaynaklanmaktadır. Ajzen'in sonraki yıllarda modele eklediği kişisel, sosyal ve çevresel faktörler ise modelin gücünü ve girişimcilik araştırmalarındaki başarısını arttırmış uygulanabilir bir yapıya sahip olması noktasında modele önemli katkılar sağlamıştır.

1.3.4. Niyet Modeli, Girişimci Planlı Davranış Modeli

Krueger, alanyazında girişimcilik niyeti modellerine oldukça önemli katkı sağlayan yazarlardan biri olarak kabul edilir. Krueger (1993) çalışmalarında, algılanan arzu edilebilirlik ve algılanan yapılabilirlik kavramlarını daha geniş bir perspektif ile inceleme konusu yapmış ve yorumlamıştır. Krueger (1993)'e göre algılanan yapılabilirlik, bireylerin kendi kişisel yeteneklerine duydukları inançlarının isteklilik derecesi olarak ifade edilir; algılanan arzu edilebilirlik ise, bireylerin zihinlerinde oluşturdukları duyguların ve bilişselliğin fırsata dönük olmasıdır. Krueger (1993), Shapero ve Sokol (1982)'un modelindeki algılanan arzu edilebilirlik ve algılanan yapılabilirlik kavramlarına fırsatın algılanması boyutunu ilave etmiştir. Modelde algılanan arzu edilebilirlik; kişisel arzu edilebilirlik ve algılanan sosyal değerler alt boyutları ile modellenirken, algılanan yapılabilirlik kavramı ise; algılanan öz yeterlilik ve algılanan kolektif öz yeterlilik alt boyutları ile modellenmiştir (Krueger, 1993).



Şekil 4. Niyet Modeli

Kaynak: Krueger (2003), Akt: Top (2017, s. 95).

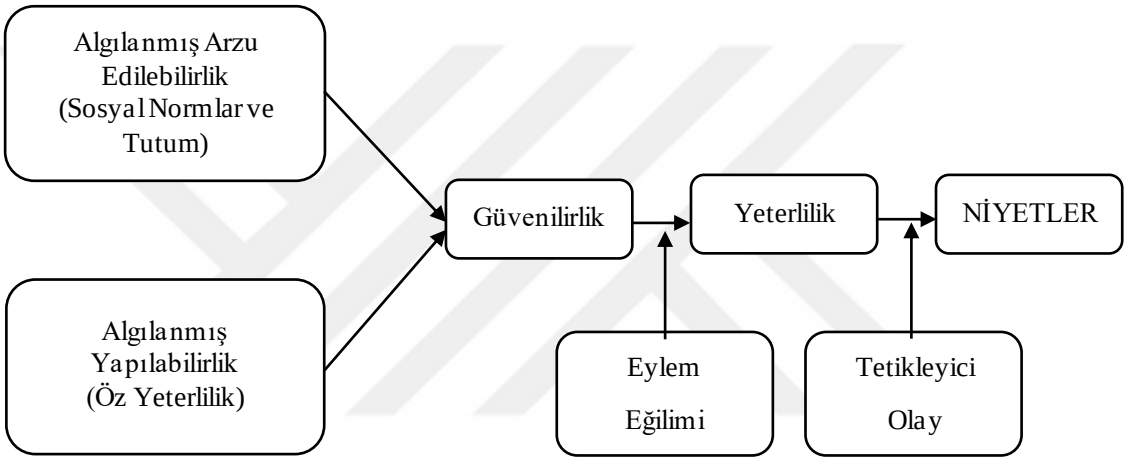
Krueger (1993), modelinde algılanan arzu edilebilirlik ve yapılabilirlik kavramlarını esas alarak ve üzerine fırsatın algılanması kavramını inşa ederek Shapero (1982)'nun modelini geliştirmiştir. Algılanan arzu edilebilirlik kavramını kişisel arzu edilebilirlik ve algılanan

sosyal değerler olarak iki alt boyut ile modellemiş, yine aynı şekilde algılanan yapılabilirlik kavramını da algılanan öz yeterlilik ve algılanan kolektif öz yeterlilik olarak ele almıştır. Aynı zamanda fırsatın algılanması modele dahil edilmiştir, söz konusu kavram algılanan arzu edilebilirlik ve algılanan yapılabilirlik kavramları ile açıklanmaktadır. Diğer bir ifade ile, fırsatın arzu edilebilirliği ve yapılabilirliği ne kadar olumlu algılanırsa, iş kurma eğilimi de o derece yüksek olur ve eyleme geçme eğilimi de niyet üzerinde olumlu bir etki yapar (Top, 2017, s. 96). Krueger ve Carsrud (1993) Girişimci Planlı Davranış Modeli ise, Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli" esas alınarak geliştirilmiştir. Bilindiği üzere planlı davranış modeline göre davranışlar planlı faaliyetlerdir; girişime yönelik tutumlar, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol olmak üzere üç temel faktör tarafından şekillenmektedir. Krueger ve Carsrud (1993)'un "Girişimci Planlı Davranış Modeli" ise üç temel öncülden etkilenen, yeni bir iş kurmanın niyetsel bir süreç olarak görüldüğü bir modeldir. Bu öncüller ise; algılanan çekicilikten geliştirilmiş olan, yeni bir iş kurma oluşumuna yönelik tutum, yeni bir iş kurma sözleşmesi için gerekli olan sosyal normlar ve girişimci davranış için gerekli olan algılanan davranışsal kontrol olarak ifade edilmiştir (Krueger ve Carsrud, 1993).

Krueger (1993) "Niyet Modeli" ile Shapero ve Sokol (1982)'un modelini geliştirmiş, modele fırsat boyutunu ekleyerek, fırsatı algılamanın yapılabilirliği ve arzu edilebilirliği olumlu yönde etkileyerek girişimcilik niyetini ve girişimciliğe yönelik eyleme geçme eğilimini arttırdığına özellikle vurgu yapmıştır. Fırsat boyutu, Bird (1988)'in rasyonel düşünce boyutunda ele alınan fırsat kavramı ile örtüşmektedir, fırsatın değerlendirilmesi niyetin gelişimi üzerinde oldukça etkili bir faktördür. Krueger ve Carsrud (1993)'un "Girişimci Planlı Davranış Modeli" ise Ajzen (1991)'in modeli esas alınarak geliştirilmiş bir modeldir ve sözkonusu modelle benzerlik göstermektedir.

1.3.5. Potansiyel Girişimci Modeli

Krueger ve Brazeal (1994) tarafından geliştirilen bu modelde ise çevre faktörü önem taşımaktadır. Çevrenin özellikleri yeni bir faaliyete geçme konusunda fırsat yaratır, böylelikle kişiler daha az bir risk alarak yenilikçiliğe daha rahat ulaşabilirler. Model ayrıca, fırsatların belirlenmesinin önemine de vurgu yapmaktadır. Modelin amaçlarından biri, girişimciliği teşvik etmektir ve bu amaç doğrultusunda model pratik uygulamalar sunmaktadır. Çevre girişimciler için bir zenginliktir, girişimciliği besleyen fiziki kaynaklar yanında psikolojik destek de sağlamaktadır (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 91-92).



Şekil 5. Potansiyel Girişimci Modeli

Kaynak: Krueger ve Brazeal (1994, s. 95).

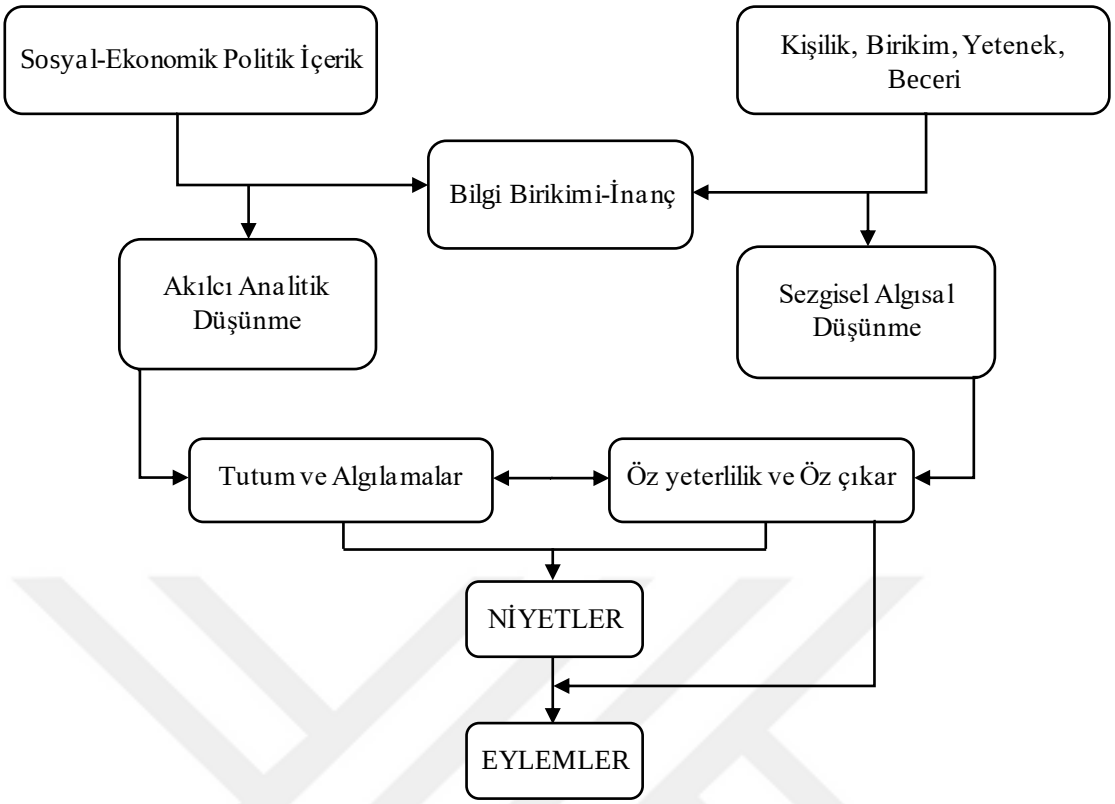
Modelin basit yapısı teorik olarak riskli gibi görünse de, uygulama açısından önemli ölçüde pratiklik sağlamaktadır. Modelde Shapero'nun terminolojisi kullanılmış, planlı davranış modeli üzerinde algılanmış arzu edilebilirlik, algılanmış yapılabilirlik ve ayrıca eyleme geçme eğilimi olmak üzere üç önerme yapılmıştır. Modelde yer alan algılanmış arzu edilebilirlik PDT'den uyarlanmıştır, sosyal normlar ve eyleme yönelik olan tutumlar tarafından belirlenir. Kişinin sahip olduğu içsel ve dışsal motivasyonlar ise arzu edilebilirliği etkilemektedir. Sosyal normlar kişinin önceliklerinin ve önemliliklerinin algılanmasına bağlı bir durumdur, aynı zamanda toplumdan yansıyan kültürel etkinin önemi yadsınamaz (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 96-98). Algılanan öz yeterlilik ise Krueger (1993)'e göre hedefteki davranışlara yönelik uygulama kaabiliyetidir. Algılanan yapılabilirlik durumsallık vasıtasıyla niyet üzerinde etki sağlar; bu durumda öz yeterlilik,

bir işin yapılmasında kişinin algıladığı eylem kapasitesi olarak ifade edilebilir, bu demek oluyor ki öz yeterliliğin geliştirilmesi, yeni bir becerinin geliştirilmesinden çok daha önemlidir. Eylem eğilimi ise kontrol odağı ile ilintili bir kavramdır; kontrol odağı da tıpkı eylem eğilimi gibi güvenilirlik ve yeterlilik tarafından etkilenerek girişimcilik niyetine evrilir, bu süreçte tetikleyici olaylar ise itici bir güç olarak yer alır. Kişinin iş yapabilme yeteneğine ve öğrenme kapasitesine duyduğu inanç olarak ifade edilen yeterlilik ise söz konusu model için oldukça önemlidir, ayrıca yeterliliğin geliştirilmesi modelin temel noktalarından biridir (Top, 2017, s. 97-98). Modelin alanyazına sağladığı en önemli katkı, çevreye ve özellikle çevrenin yarattığı fırsat olgusuna dikkat çekmesi ayrıca pratik uygulamalar sağlamasıdır.

1.3.6. Boyd ve Vozikis'in Girişimci Niyet Modeli (Girişimci Niyet İçeriği)

Bu model, Birds (1988)'e ait olan girişimcilik niyet modelinden geliştirilmiştir, modelin getirdiği yenilik, Birds (1988)'in modeline öz yeterlilik kavramını ilave etmesidir.

Birds (1988)'in orijinal modelinde girişimcilik niyeti yeni bir girişimle ilgili rasyonel ve sezgisel düşüncenin bir kombinasyonu ile şekillenmektedir ve bu düşüncenin her biri çok sayıda kişisel ve çevresel dış fakör tarafından etkilenmektedir. Örneğin politik ya da ekonomik faktörler, bireysel yetenekler ve kişilik yapısı girişimin oluşması noktasında kişilerin düşüncelerini etkilemektedir ve bu durum girişimcilik niyetini oluşturmaktadır. Modele göre, girişimci öz yeterlilik girişimin oluşumu ve girişim niyeti arasındaki en önemli yapıdır (Tran ve Korflesch, 2016, s. 21)



Şekil 6. Boyd ve Vozikis'in Girişimci Niyet Modeli

Kaynak: Boyd ve Vozikis (1994, s. 69).

Boyd ve Vozikis geliştirdikleri bu yeni modele öz yeterlilik kavramını ilave etmişlerdir; modele göre girişimci öz yeterlilik, girişimcilik niyeti ile girişimcilik davranışı arasında aracı bir role sahiptir (Boyd ve Vozikis, 1994, s. 70). Diğer bir deyişle Boyd ve Vozikis (1994), Bird (1988)'in modelini iş deneyimleri, rol modelleri ve sosyal desteklerden etkilenen öz yeterliliğin etkilerini de içerecek bir şekilde geliştirmişlerdir (Shook ve diğ., 2003, s. 384). Bilgi ve inanç unsuru ise girişimcilik niyetine etki eden bir ara yüz olarak modele ayrıca eklenmiştir, bu unsurlar çevresel ve davranışsal etkileşimin bir sonucu olarak girişimcilik niyetine etki etmektedir (Top, 2017, s. 84). Kişinin kendine olan inancının ifadesi olan öz yeterlilik, girişimciliğe yönelik tutumları etkiler, ayrıca tutum girişimcilik niyetini güçlendirir. Bütün bunların yanı sıra Bird (1988), yeni bir girişimin ancak planlı bir eylem vasıtasıyla gerçekleşebileceğini de ileri sürmüştür. Böylelikle yeni bir iş kurmaya yönelik girişimcilik faaliyetine yön verecek bir düşünme sistemi olarak ifade edilen girişimcilik niyeti, yeni bir araştırma alanı olarak yer bulmuştur (Boyd ve Vozikis. 63-64). Özyeterlilik kavramının önemine vurgu yapan bu modele göre girişimcilerin sahip olduğu yüksek düzeyde öz yeterlilik algısı girişimciliğe yönelik

tutumu olumlu yönde etkileyerek, girişimcilik niyetini güçlendirmektedir. Girişimcilik niyeti ile ilgili yapılan çalışmalarda öz yeterlilik kavramına yer verilmesinin çalışma sonuçlarını daha gerçekçi kılacağı düşünülmektedir.

1.3.7. Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi

Bu teori Lent, Brown ve Hackett (1994) tarafından Bandura (1986)' nın "Sosyal Bilişsel Teorisi"nden esinlenerek ortaya çıkmış, kariyerle ilgili karar verme davranışını açıklamak için kullanılan psikoloji kökenli bir teoridir. Teori, kariyer geliştirmenin bilişsel, kişisel ve çevresel faktörler (öz yeterlilik, çıktı beklentisi, hedefler/ niyet) tarafından etkilendiğini ileri sürmektedir; ayrıca teori, karar verme sürecinin kariyeri etkilediğini, kariyerin de gerek kişisel, gerekse çevresel faktörlerden etkilendiğini iddia etmektedir (Lent ve diğ., 1994; Lent ve diğ., 2000).

Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi diğer niyet modelleri ile karşılaştırıldığında bir çok benzerliklerinin olduğu görülmektedir. Öncelikle modeldeki öz yeterlilik değişkeni, Boyd ve Vozikis (1994)'in "Girişimci Niyet Modelinde" de aynı pozisyondadır; öz yeterlilik değişkeni aynı zamanda, Shapero ve Sokol (1982)'un girişimci olay modelindeki algılanan yapılabilirlik değişkeni ile, Ajzen (1991)'in planlı davranış modelinde ise algılanan davranışsal kontrol değişkeni ile benzerlik göstermektedir. İkinci olarak ise modeldeki çıktı beklentisi değişkeni; girişimci olay modelinde algılanan arzu edilebilirlik değişkeni, planlı davranış modelinde ise, girişimci davranışı sergilemeye yönelik tutum ve subjektif norm değişkenlerine karşılık gelmektedir.

1.4. Girişimcilik Niyetine Etki Eden Faktörler

Girişimcilik niyetini etkileyen ve kişileri girişimci davranışa yönlendiren çok sayıda faktör söz konusudur ve bu faktörler alanyazında farklı başlıklar altında ele alınmış, bu konuda tam bir fikir birliği sağlanamamıştır. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde söz konusu faktörlerin bu çalışmada kişinin doğuştan sahip olduğu özellikleri içeren kişilik faktörleri, toplum içinde sosyal çevrenin etkisiyle sonradan elde ettiği kazanımlarla ilgili olan sosyal faktörler, yaşadığı çevrenin etkisinden kaynaklı çevresel faktörler, demografik faktörler ve zihinsel süreçlerin etkili olduğu,

çeşitli modeller yoluyla daha kapsamlı olarak ifade edilebilen bilişsel faktörler başlıkları altında toplanması uygun görülmüştür.

1.4.1. Kişilik Faktörleri

Girişimcilik niyetine etki eden kişilik faktörleri, girişimcinin sahip olduğu kişilik yapısından kaynaklanan ve genellikle doğuştan sahip olduğu faktörlerdir, girişimcilik niyeti ile ilgili en eski çalışmalar kişilik özellikleri üzerine odaklanmıştır. Girişimcilerin sahip olması gereken bu özelliklerin bir bölümünün doğuştan geldiği, bir bölümünün ise aile, eğitim ve sosyal çevrenin etkisi ile sonradan şekillendiği ifade edilmektedir (Gülaçtı, 2016, s. 356). Girişimcilik alanında yapılmış olan çok sayıda araştırma birbirine benzer koşullara sahip olmalarına rağmen araştırmacılar; bazı kişilerin kendi işlerini kurma davranışı sergilerken, diğerlerinin neden bu durumu tercih etmedikleri sorusunu sorarak kişilerin sahip olduğu kişilik özelliklerine yoğunlaşmışlardır (Gartner, 1988, s. 11); bu düşünceden hareketle 1970 ve 1980'li yıllarda girişimciyi gerek yöneticilerden, gerekse toplumdan ayırt eden kişilik özelliklerinin tespitine yönelik çalışmalar tercih edilmiştir (Morris ve diğ., 1994, s.22). Kişilik özellikleri yaklaşımı, kişi odaklı bir yaklaşımdır (Sandberg, 1992, s. 79). Bu çalışmada kişilik faktörleri başlığı altında ağırlıklı olarak kişilerin doğuştan sahip oldukları faktörler ele alınacak, eğitim ve sosyal çevrenin etkisiyle sonradan şekillenen faktörler ise sosyal faktörler ve çevresel faktörler başlığı altında ayrıca inceleme konusu yapılacaktır.

Girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan kişilik faktörleri kişilik teorisi ile açıklanmaktadır. Chell ve diğ. (1991) kişilik teorisine göre, bireylerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin onların göstermiş oldukları davranışları açıklayabildiğini ifede etmişlerdir; en kısa ifadesiyle bu teori, kişileri girişimci davranışlar sergilemeleri yönünde etkileyen özelliklerin mevcut olduğunu vurgulamaktadır (Özdemir ve diğ., 2016, s.125). Artık günümüzde bireylerin sahip olduğu kişilik faktörlerinin girişimci olmak için gerekli olan girişimcilik niyeti ve davranışı üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu kabul edilmekte (Utsch ve Rauch, 2000, s.46), diğer taraftan ise kişiliğin küçük işletmelerdeki girişimcilik başarısında aynı etkiye sahip olmadığı da ileri sürülmektedir (Rauch ve Frese, 2000, s.115). Bazı araştırmacılar (Shaver, 1995), diğer insanlar ile karşılaştırıldığında girişimcilerin sahip olduğu örneğin, güçlü bir başarı yönelimi, güçlü bir kişisel kontrol, risk alma isteği, dayanıklılık ve zekâ gibi kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetini

etkilediği ve böylelikle kişilik özelliklerin girişimcilik için önemli bir faktör olduğunu savunurken; bazı araştırmacılar ise (Gartner, 1985), kişilik özelliklerinin kişilerin girişimcilik faaliyetini açıklamada etkili olamayacağını söylemektedirler (Peng ve diğ. 2012, s. 96). Kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi ile ilgili çalışmalar Robinson ve diğ. (1961)'ne göre ilk defa C. Mc Clelland (1961)'in "The Achieving Society" isimli çalışması ile başlamış, daha sonra araştırmacı çalışma alanını genişletmiş, girişimci davranış üzerinde tutum faktörünün etkisi üzerine odaklanmıştır (Guzman-Alfonso ve Guzman-Cuevas, 2012, s.722). Özellikler, bireyleri girişimcilik konusunda daha az yahut daha çok yetenekli yapan karakteristikler olarak ifade edilebilir. Başarılı olan girişimcilerin kişilik özelliklerini ele alan çalışmaların birçoğu; ağırlıklı olarak başarma ihtiyacı, iç kontrol odağı ve risk alma eğilimi üzerine odaklanmaktadır. Girişimcilikte bireylerin yeterliliklerine odaklanıldığı zaman sahip olunan bilgi ve beceri yanında girişimcilerde olması gereken bir unsur da kişilik özellikleridir; kişilik özellikleri performansı ve aynı zamanda davranışları dolaylı yönde etkileyen bilişsel olmayan ve de yetenek olmayan eğilimleri kapsamaktadır. Bu eğilimler ise huy gibi biyolojik olan göstergeleri, beş faktör kişilik özellikleri olarak ifade edilen geniş kişilik özelliklerini, başarılı olma güdüsü gibi güdüleri ve genel öz yeterlilik olarak adlandırılan genel tutumları ve inanışları içine almaktadır (Çetin ve Varoğlu, 2009, s. 53). Costa ve McCrae (1988), McCrae ve John (1998)'a göre bu konuda en yaygın olan yöntem, "Beş Büyük Kişilik Modeli" ya da "Beş Faktör Modeli" olarak isimlendirilen modeldir. Bu beş faktör Costa ve McCrae (1995)'in ifadesiyle; açıklık, sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge olarak sıralanmaktadır (Tran ve Korflesch, 2016, s. 25). Girişimcinin sahip olduğu bu kişilik özellikleri girişimcilik başarısı için büyük önem taşımakta, bu özelliklerin girişimciye sağladığı olumlu katkı girişimcinin motivasyonunu arttırararak aynı zamanda istihdam edilecek olan iş gücü ile koordineli olarak çalışmasına da yardımcı olmaktadır (Ören ve Biçkes, 2011, s. 70).

Alanyazında girişimcilik niyetine etki eden çok sayıda faktör karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörlerin hangisinin girişimcilik niyeti üzerinde daha ağırlıklı bir etkiye sahip olduğu konusunda fikir birliği sağlanamamıştır fakat gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular bu konuda bazı faktörleri ön plana çıkarmaktadır. Fini ve diğ. (2009)'ne göre başarma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kontrol odağı, amaç düzenleme gibi kişilik özellikleri girişimcilik niyetini etkilemektedir

(Miranda ve diğ., 2017/b, s. 71). Bu özellikler, Çetin ve Varoğlu (2009, s. 56-58) tarafından başarma ihtiyacı, iç kontrol odağı, proaktiflik, yenilikçilik, risk alma eğilimi, özyeterlilik, özerklik ihtiyacı ve strese dayanıklılık olarak; Karabulut (2009, s. 333) tarafından ise belirsizliğe karşı tolerans, öz yeterlilik, risk alma eğilimi, kontrol alanı, bağımsızlık ihtiyacı olarak ifade edilmiştir. Ferreira ve diğ. (2012, s. 427)'nin çalışmasında söz konusu özellikler iç kontrol odağı, risk alma eğilimi, kendine güven, başarma ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans, yaratıcılık; Ensari ve Alay (2017, s. 238)'ın çalışmasında ise yine benzer bir şekilde başarma ihtiyacı, risk alma eğilimi, kontrol odağı, kendine güven, dışa dönüklük, bağımsızlık arzusu olarak sıralanmıştır

Konuyla ilgili çalışmalar incelendiğinde; girişimcinin kişilik yapısından kaynaklanan, girişimcilik niyetine ve girişimcilik potansiyeline etki eden başlıca faktörlerin başarma ihtiyacı, kontrol odağı , özyeterlilik, iyimserlik, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma eğilimi, rekabet yeteneği (gücü), belirsizliğe karşı tolerans, hedef belirleyebilme, kişisel kontrol, proaktiflik, kendine güven, sorumluluk duygusu, dışadönüklük, nevrotiklik, açıklık olarak yapılan araştırmalarda sıklıkla yer bulduğu görülmektedir. Alanyazında ağırlıklı olarak karşımıza çıkan ve doğuştan sahip olunan kişilik özellikleri ile ilgili gerçekleştirilmiş olan çalışmalara aşağıda kısaca değinilecektir. Sosyal çevrenin etkisi ile sonradan şekillenen faktörler ise sosyal faktörler başlığı altında ele alınacaktır. Çalışmamıza konu olan kişilik faktörlerinden duygusal zekâ, girişimci öz yeterlilik ve risk alma eğilimi faktörleri ise, ikinci bölümde daha kapsamlı bir şekilde ele alınarak incelenecektir.

1.4.1.1. Başarma İhtiyacı. Mc Clelland (1961) tarafından girişimci kişilik özelliği olarak ele alınmış ve girişimciliği etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmiştir. Mc Clelland (1961)'a göre başarma ihtiyacı, girişimcilerin girişimciliğe yönelik faaliyetlerinin arkasında yatan psikolojik bir faktördür. Yeni bir işe başlarken başarısız olunacağını düşünmek, başarısızlığın en büyük nedenidir. Girişimciler yeni bir girişime başlarken başarılı olacakları yönündeki inanç ile işe başlarlar. Aynı zamanda başarma ihtiyacı, toplumların ekonomik yönden gelişmesi ve kalkınması için itici bir güç olma özelliği taşımaktadır (Hansemark, 2000, s. 634). Alanyazında başarma ihtiyacının girişimcilik niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucunu elde etmiş çok sayıda çalışma olmasına rağmen aksi yönde bulgulara ulaşmış olan çalışmalar da mevcuttur. Ören ve Biçkes (2011)'in çalışması, başarma ihtiyacı ile girişimcilik

potansiyeli arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyonun varlığına işaret ederken, Ferreira ve diğ. (2012)'nin araştırma sonucu başarma ihtiyacının girişimcilik niyeti pozitif olarak etkilediği sonucunu elde etmiştir. Başarma ihtiyacının girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu aynı zamanda başarma ihtiyacının girişimcilik eğitimi ile geliştirilebileceğini Remeikiene ve diğ. (2013) araştırma sonuçları ile ortaya koyarken, Gürer ve diğ. (2014)'nin araştırmaları ile Özdemir ve diğ. (2016)'nin araştırmaları yine aynı doğrultuda, başarma ihtiyacının girişimcilik potansiyeli üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Zakarevičius ve Župerka (2010)'nın çalışma sonucu ise, başarma ihtiyacı ile duygusal zekâ arasında pozitif bir ilişkinin var olduğu, duygusal zekânın da girişimcilik niyetini etkilediği doğrultusundadır.

Diğer taraftan Şeşen (2012), başarma ihtiyacı, iç kontrol odağı ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında iç kontrol odağının ve öz yeterliliğin güçlü, başarma ihtiyacının ise zayıf bir etkiye sahip olduğu şeklinde bir sonuca ulaşmıştır. Şeşen ve Basım (2012)'ın araştırmasında ise öz yeterlilik ve kontrol odağının; başarma ihtiyacı ve riske toleransın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini baskıladığı sonucu elde edilmiştir. Barba-Sanchez ve Atienza- Sahuquillo (2018), başarma ihtiyacı ve bağımsızlık ihtiyacının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemişler ve araştırma sonucunda bağımsızlık ihtiyacının girişimcilik niyeti üzerinde kuvvetli, başarma ihtiyacının ise zayıf bir etkisi olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Kontrol odağının girişimcilik potansiyeline etkisinde başarma ihtiyacının aracılık rolünün incelendiği Özgüner ve diğ. (2017)'nin çalışmasından elde edilen sonuç ise, bu ilişkide başarma ihtiyacının kısmi aracılık rolüne sahip olduğu şeklindedir.

1.4.1.2. Kontrol Odağı. Alanyazında içsel kontrol odağı ve dışsal kontrol odağı olmak üzere iki farklı şekilde tanımlanmıştır; kavram, kişilerin olaylar karşısında olayları yorumlama şekilleriye ilgilidir. Başlarına gelen olayları genellikle şans ve çevresel faktörler gibi dış faktörlerlerle ilişkilendiren kişiler dışsal kontrol odaklı, olayları kendi başarı ve başarısızlıklarına dayandıran kişiler ise içsel kontrol odaklı kişiler olarak tanımlanır (Boone ve diğ., 1996, s. 668; Özgüner ve diğ., 2017, s.405), girişimcilerin ise bu tanımlamalar kapsamında iç kontrol odaklı oldukları düşünülmektedir (Cromie, 2000, s.18). İç kontrol odaklı kişiler, kendi çabaları ile çevrenin etkilerini azaltarak, başarılı bir girişimci olabilirler (Pearson ve Chatterjee, 2001, s. 277), bu sebeplerden dolayı iç kontrol odağına sahip olma bir girişimcilik özelliği olarak kabul edilmekte ve bu kişilerin

girişimcilik faaliyetinde bulunmaya daha eğilimli oldukları ifade edilmektedir (Kaufmann ve diğ., 1995, s. 44; Littunen, 2000, s. 296; Littunen ve Storhammar, 2000, s. 344). Şeşen (2012), Şeşen ve Basım (2012)'ın araştırma sonuçları kontrol odağının girişimcilik niyeti üzerinde etkili bir faktör olduğu yönündedir. Ferreira ve diğ. (2012)'nin çalışma sonucu iç kontrol odağınında içinde yer aldığı kişilik özelliklerinin (risk alma eğilimi, kendine güven, başarma ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans, yenilikçilik) girişimcilik niyetine etki eden önemli bir faktör olduğu şeklindedir. Remeikiene ve diğ. (2013) ise çalışmalarında kontrol odağının girişimcilik niyetini etkilediği, aynı zamanda kontrol odağının girişimcilik eğitimi ile geliştirilebileceği şeklinde bir sonuca ulaşmışlardır. Özgüner ve diğ. (2017), kontrol odağının girişimcilik potansiyeli üzerinde etkili olduğu ve bu ilişkide başarma ihtiyacının kısmi aracılık rolüne sahip olduğu; Özdemir ve diğ. (2017) ise kontrol odağının girişimcilik potansiyeli üzerinde etkili olduğu ve kırılgan narsizm düzeyinin bu ilişkide kısmi aracılık rolüne sahip olduğunu gerçekleştirmiş oldukları araştırma sonuçları ile ortaya koymuşlardır. İç kontrol odağının davranışa yönelik tutum üzerinde kuvvetli bir etkiye sahip olduğu, aynı zamanda tutum ile yeni bir işe başlama niyeti arasında güçlü bir bağın söz konusu olduğuna ilişkin bulgular, Lüthje ve Franke (2003)'nin 512 adet mühendislik öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmanın sonucunda elde edilmiştir. Zakarevičius ve Župerka (2010), gerçekleştirmiş oldukları çalışma ile kişilik faktörlerinin (başarma ihtiyacı, iç kontrol odağı, risk eğilimi, özgüven) girişimciliğin gelişiminde çok önemli faktörler olduğunu ortaya koymuşlar, aynı zamanda bu faktörlerin duygusal zekâ üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir.

1.4.1.3. Kendine Güven (Özgüven). Ho ve Koh (1992), özgüvenin bir girişimcilik karakteri olduğu ve diğer girişimcilik karakterleri örneğin, iç kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans ile yakın ilişki içinde bulunduğunu ifade etmişlerdir. Alanyazında gerçekleştirilen bir çok çalışma ile girişimcilerin girişimci olmayan kişilere göre daha yüksek bir özgüvene sahip olduklarını ortaya konmuştur (Robinson ve diğ.,1991; Ho ve Koh, 1992; Cromie, 2000, s.11). Oosterbeek ve diğ. (2010), özgüvenin girişimciyi girişimci olmaya iten bir kişilik özelliği olduğuna vurgu yaparak, kendine ve yaptıklarına güvenen girişimcinin risk üstlenerek yenilikçilik açısından da fark yarattığını belirtmişlerdir (s.446-447), Kişilik özelliklerinden başarma ihtiyacı ve özgüvenin, ayrıca Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli" nin üç bileşeninin (tutum, subjektif norm ve

algılana davranışsal kontrol) girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini ölçmeyi hedefleyen ve örneklem olarak öğrencilerin ele alındığı Ferreira ve diğ. (2012)'nin araştırma sonucu özgüvenin girişimcilik niyetini etkilediği yönündedir. Aksi yönde bir bulgu elde eden çalışma ise Miranda ve diğ. (2017/b)'nin araştırmaları olmuştur. Akademik çevrede girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan faktörlerin kadın ve erkek akademisyenlerde aynı olduğunu ve değişkenlerin önem derecelerinin cinsiyete bağlı olduğunu araştırmayı amaçlayan bu çalışma ise, cinsiyet dikkate alınmaksızın özgüvenin akademideki girişimcilik niyetini açıklamada önemli bir faktör olmadığı yönünde bir sonuca ulaşmıştır.

1.4.1.4. Yenilikçilik ve Yaratıcılık. Girişimciliğin yenilikçilik ve yaratıcılık ile olan ilişkisi ilk defa Schumpeter (1934) tarafından "yıkıcı yaratıcılık" kavramı ile ortaya çıkmış ve alanyazında inceleme konusu yapılmıştır. Schumpeter'den sonra bir çok araştırmacı Drucker (1985), Churcill (1992), Lumpkin ve Dess (2001), girişimcilik tanımı yaparken girişimciliği yenilikçilik ile ifade etmişlerdir (Ensari ve Alay, 2017, s. 236). Yaratıcı kişiler bir sorun ile karşılaştıkları zaman önceden belirlenmiş bir düşünce yapısıyla değil kendi geliştirdikleri yöntemlerle çözüme ulaşmaya çalışmaktadırlar (Saraçoğlu ve Duran, 2009, s.138). Gerek yenilikçilik, gerekse yaratıcılık özelliklerinin alanyazında girişimcilik kavramı ile yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Girişimciliğin yenilikçilik ile olan ilişkisi alanyazında pek çok araştırmaya (Nonaka, 1994; Nigelvd, 1999; Dfouni ve Croteau, 2003; Connely ve Kelloway, 2003) konu olmuştur (Ensari ve Alay, 2017, s.236). Robinson ve diğ. (1991)'ne göre yenilikçilik, işle ilgili faaliyetlerin algılanması ve uygulamaya geçirilmesi ile ilgilidir ve bu fikir girişimciliğin tanımlanmasında da yinelenmektedir. Örneğin Schumpeter (1934)'e göre yenilikçilik; girişimciliğin en temel yönüdür ve önemli bir girişimcilik özelliğidir (Ferreira ve diğ, 2012, s. 427). Günümüze kadar gerçekleştirilmiş çalışmalar (Zampetakis ve Moustakis, 2006; Zampetakis ve diğ., 2009), iş fırsatının tanımlanması ve yaratıcılık arasında bir ilişkinin var olduğunu ve aynı zamanda yaratıcılığın girişimciliğin önemli bir unsuru olduğunu ifade etmektedir. Ozaralli ve Rivenburg (2016)'un araştırma sonuçları kişilerin tecrübeleri ile yaratıcılık özellikleri arasındaki ilişkiye dikkat çekerken, diğer taraftan yaratıcılık özelliklerinin de girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Basım ve diğ. (2008)'nin kamu sektöründe gerçekleştirdiği araştırma sonucuna göre kamu çalışanlarının yenilikçi davranuşlarının yüksek düzeyde olduğu

ayrıca öz yeterlilik algısı, yenilikçilik ve risk alma davranışları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ensari ve Alay (2017)'ın üniversite öğrencileri üzerinde yapmış oldukları çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinin girişimcilik yönelimleri üzerinde, sahip oldukları yenilikçilik kapasitelerinin etkili olduğu ve bu ilişkide ailelerin girişimcilik öyküsünün ise aracı role sahip olduğu şeklinde bir bulguya ulaşılmıştır.

1.4.2. Sosyal Faktörler

Sosyal faktör başlığı altında kişilerin çevrenin etkisi ile sonradan sahip oldukları özellikler ele alınacaktır; bu özellikler, doğuştan var olmayıp zamanla kişinin yaşadığı sosyal çevrenin etkisi sonucu sahip olunan ve kişinin girişimciliği üzerinde oldukça önem taşıyan faktörlerdir. Sosyal faktörlerin bu çalışmada, girişimcilik konusunda yapılmış olan geçmiş araştırmaların değerlendirilmesi neticesinde kişinin sahip olduğu tecrübe ve iş deneyimi, eğitim durumu, girişimci aile geçmişi, rol modelleri, sosyal ağlar başlıkları altında incelenmesi uygun görülmüştür.

1.4.2.1. Tecrübe ve İş Deneyimi. Kişinin sahip olduğu tecrübe ve iş deneyimi girişimcilik niyeti ve davranışı üzerinde önemli bir faktördür, önceki girişimcilik deneyimleri ile girişimcilik davranışı arasında pozitif bir ilişkinin var olduğuna dair önemli göstergeler mevcuttur (Kolvereid, 1996, s. 47). Ozaralli ve Rivenburg (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırma, kişilerin sahip oldukları tecrübe ile yaratıcılıkları arasında bir ilişki olduğu, yaratıcılıklarının da girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Khuong ve An (2016)'ın çalışmasının sonucunda da girişimci tecrübenin girişimcilik niyeti üzerinde direk etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Miranda ve diğ. (2017/a) ise iş deneyiminin algılanan davranışsal kontrol üzerinde etkili olduğu, davranışsal kontrolünde girişimcilik niyetini etkilediğini gerçekleştirmiş oldukları çalışmanın sonucunda ortaya koymuşlardır.

1.4.2.2. Eğitim Durumu. Girişimcilik niyeti ve davranışı üzerinde önem taşıyan bir başka sosyal faktör ise kişinin eğitim durumudur. Franke ve Lüthje (2004), Smith ve diğ. (2006), Schwarz ve diğ. (2009), Cheng ve diğ. (2009), Pachkam ve diğ. (2010) ve Şeşen (2012), üniversite eğitim çevresinin girişimcilik niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır (Şeşen, 2012, s. 629). Ozaralli ve Rivenburg (2016),

Tran ve Korflesch (2016)'in çalışma sonuçları ise girişimcilik eğitimi ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

1.4.2.3. Girişimci Aile Geçmişi ve Rol Modeller. Demografik araştırmalar kapsamında rol modeller ile girişimcilik faaliyetinin meydana gelmesi arasında bir ilişki kurulmuştur (Kolvereid, 1996, s. 47), ayrıca rol modeller ileride ki girişimcilik davranışlarını desteklemektedir (Dyer ve Handler, 1994, s. 72), yapılan araştırmalar göstermektedir ki girişimci bir aile geçmişine sahip olmak, girişimcilik üzerinde etkilidir. Ailelerin sahip oldukları güçlü bağlar sorumlulukların üstesinden gelme konusunda oldukça önemli bir kaynağın temsilcisidir. Sözkonusu kaynaklar ise, işletmenin rutin süreçleri için ihtiyaç duyulan bilgisel ve duygusal destekler, sosyal ağlar, işgücü ve finansman olarak sayılabilir (Chrisman ve diğ., 2002, s. 123). Krueger (1993), rol modellerin, sadece davranışları etkileyebildiği ölçüde girişimcilikdavranışı üzerinde etkili olabileceğini özellikle belirtmiştir (Krueger, 1993). Bu konuda alanyazında yapılan araştırmalar (Raijman, 2001; İlhan, 2003; Chlosta ve diğ., 2012; Zegeye, 2012) girişimci bir aile geçmişine sahip olmanın girişimcilik üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu teyit eden çalışmalardır (Bozyiğit ve Yaşa, 2015, s. 74). Peng ve diğ. (2012), Bozyiğit ve Yaşa (2015), Ozaralli ve Rivenburg (2016), Ensari ve Alay (2017)'ın çalışmaları girişimci aile geçmişinin girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif etkisine vurgu yapmaktadır. Ailede girişimci olması, kişilerin daha çok girişimcilik eğilimine sahip oldukları anlamına gelmektedir. İlhan (2003, s. 74), ise ailenin özel sektörde girişimcilik deneyimine sahip olmasının kişilerin girişimci özelliklerini içselleştirmesine yol açtığını ve bu durumun aynı zamanda kişilerin girişimci yeteneklerini de açığa çıkardığını ifade etmektedir. Diğer taraftan, Markman ve diğ. (2002), Krueger (2003), Segal ve diğ. (2005), Van Auken ve diğ.(2006), Bosma ve diğ. (2011), Ahmad ve diğ. (2014)'nin çalışma sonuçları rol modellerin girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif etkisinin varlığını ortaya koymaktadır (Ahmad ve diğ. 2014, s.459). Laviolette ve diğ. (2012)'ne ait araştırma sonuçları ise, pozitif ve negatif rol modellerin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğunu fakat pozitif rol modellerin etkisinin negatif rol modellerin etkisinden daha fazla olduğunu göstermektedir. Ayrıca rol modellerin cinsiyeti, kadınlarda erkeklere kıyasla daha kuvvetli bir aracı role sahiptir. Bozyiğit ve Yaşa (2015)'nın üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışma öğrencilerin girişimcilik konusunda ağırlıklı olarak babalarını rol model aldıklarını ve ailede girişimci olmasının girişimcilik eğilimi üzerinde

pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kısacası öğrenciler girişimcilik konusunda anne mesleğinden ziyade baba mesleğinden etkilenmektedirler. Tran ve Korflesch (2016) ise gerçekleştirmiş oldukları araştırma ile, rol modellerin sosyal girişimcilik niyetini hem doğrudan, hem de öz yeterlilik aracılığı ile etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Polin ve diğ. (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre; girişimci anneler, girişimci babalara göre girişimcilik niyeti üzerinde daha güçlü bir etkiye sahiptir. Bu sonuç, erkek ve kız çocuklar için de aynıdır. Diğer taraftan her iki ebeveynin de girişimci olması durumunda kız ve erkek çocuklar arasında farklılıklar gözlemlenmiştir. Erkek çocuklarda yüksek düzeyde girişimcilik niyeti her iki ebeveynin de girişimci olması durumunda gerçekleşirken, kız çocuklar da ise her iki ebeveynin de girişimci olması durumundaki girişimcilik niyeti, tek bir ebeveynin girişimci olması durumundaki girişimcilik niyetinden daha düşüktür. Diğer taraftan Krueger (1993) rol modellerin tutumları etkileyebildiği ölçüde girişimcilik niyetleri üzerinde etkili olabildiklerini ifade ederken, Kolvereid (1996) ise yapmış olduğu çalışma ile, demografik özelliklerin tutumlar üzerindeki etkileri yoluyla kişilerin girişimcilik kariyerlerini etkilediğini ortaya koymuşlardır.

1.4.2.4. Sosyal Ağlar. Bireyin sahip olduğu sosyal ağlar; gerek kurumsal iş hayatında, gerekse girişimcilik faaliyetinde kendisine oldukça önemli avantajlar sağlar, konuyla ilgili yapılan çalışmalar da bu fikri desteklemektedir. Kristiansen ve Indarti (2004), Sequeira ve diğ. (2007) ve Şeşen (2012)'in araştırma sonuçlarına göre bireyin sahip olduğu sosyal ağlar, girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve güçlü bir etkiye sahiptir (Şeşen, 2012, s. 629). Modern ve global dünya düzeninde sosyal ağların sahip olduğu gücün önemi göz ardı edilemez, bu sebepten dolayı girişimcilik alanında yapılan çalışmalarda sosyal ağların araştırmalara dahil edilerek, bu gücün test edilmesinin girişimcilik araştırmalarına farklı bir boyut kazandıracağı düşünülmektedir.

1.4.3. Çevresel Faktörler

Yeni kurulan işletmeler kişilerin niyet ve eylemlerinin bir sonucudur, çevre koşullarının zorlamasıyla meydana gelen yan ürünler değildir, bu sebepten dolayı, girişimcilik de öncelikli olarak birey dikkat çekmektedir. İşletme kurma sürecinde çevresel faktörlerin bireyden sonra gelmesi, çevrenin fırsat kaynağı olarak görülmediği ve bireyle çevre arasında karşılıklı bir etkileşimin var olmadığı anlamına gelmemektedir (Shook ve diğ.,

2003, s. 380-382). Çevresel faktörler başlığı altında ifade edilmek istenen, kişilerin faaliyette bulundukları çevrenin sahip olduğu özelliklerdir; bu özellikler, bireylerin girişimcilik niyetlerini ve davranışlarını etkileyen oldukça önemli faktörlerdir. Girişimci faaliyetlerin başarıya ulaşabilmesi için girişimcinin kişilik özellikleri ve davranışlarının yanı sıra toplumun ekonomik kalkınma düzeyi, endüstrinin hayat evresi ve çevre koşulları da önem taşımaktadır (Morris ve diğ., 2002, s. 7). Stephen ve diğ., (2005)'ne göre yasal kanunlar ve hükümet desteği gibi sosyal çevre faktörleri bireyin girişimciliğini etkilemektedir. Shapero ve Sokol (1982) ise bireylerin girişimcilik niyetlerinin kişisel tutumlar ile etkileşime girerek girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Sosyal çevrenin hem destekleyici hem de engelleyici sosyal çevre faktörleri Lüthje ve Franke (2003)'ye göre girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, kişinin faaliyette bulunduğu çevrenin ekonomik ve politik şartları, kültürel değerleri, girişimci çevre, girişime direnç gösteren bir çevre, girişimi destekleyen politikalar gibi çok sayıda dış çevre faktörü girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir. Peng ve diğ. (2012)'nin Çin'de 2010 son sınıf üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada çevresel faktörler girişimciliği destekleyen politikalar, girişimci çevre ve girişimciliğe gösterilen direnç (öz güven, sermaye, zaman, aile desteği, ticari yetenekler ve girişimcilik eğitiminin yokluğu) başlıkları altında ele alınmış; araştırmanın sonucu, girişimciliği destekleyen politikalar ve girişimci öğrencilerin girişimciliğe yönelik tutum, subjektif norm, girişimci öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğu; öz güven, sermaye, zaman, aile desteği, ticari yetenek ve girişimcilik eğitiminin eksikliğinden kaynaklanan girişimciliğe gösterilen direncin ise öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Samuel ve diğ. (2013)'nin 136 öğrenci ile yaptıkları çalışma sonucuna göre ise girişimciliği motive eden faktörler ile girişimciliği engelleyen faktörlerin girişimcilik niyeti üzerinde önemi büyüktür. Bu konuda gerçekleştirilmiş bir diğer çalışma ise Ozaralli ve Rivenburg (2016)'un çalışmasıdır, 589 Amerikalı ve Türk öğrencinin karşılaştırıldığı araştırmada ekonomik ve politik iklim çevresel faktör olarak ele alınmış, Türk öğrencilerin ülkelerindeki ekonomik ve politik şartları girişimcilik açısından olumsuz olarak değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

1.4.4. Bilişsel Faktörler

İnsan tutum ve davranışlarının analiz edilmesinde bilişsel faktörlerin öneminin anlaşılması, girişimcilik alanında yapılan çalışmaları da son yıllarda ağırlıklı olarak bilişsel faktörlere yönlendirmiş, alanda yapılan araştırmalar sonucunda girişimcilik sürecinin doğru anlaşılması ve ifade edilmesi adına oldukça önem taşıyan bulgular elde edilmiştir.

Son zamanlarda girişimciliğe bilişsel bir bakış açısıyla yaklaşım; gerek eğitimciler, gerekse araştırmacılar tarafından gittikçe artan bir ilgi görmektedir. Girişimciliğin bilişsel tarafına gösterilen bu önem ve girişimcilerin sahip oldukları eşsiz özellikler daha önceki araştırmaların çelişkili olan bulgularına verilmiş bir cevaptır. Girişimciler ve onların bilişsel özellikleri; yeni bir girişim sürecinde girişimci olmaya karar verme aşamasından, fırsatların farkına varma, uygulama ve işi büyütmeye kadar olan tüm süreçlerde kritik bir rol oynar (Pihie ve diğ., 2013, s. 174). Girişimci düşünce ve tutumun niyete, niyetin ise girişimci davranışa dönüşmesinde bilişsel faktörler çok büyük önem taşımaktadır. Bu faktörler tarih boyunca niyet modelleri çalışmaları ile literatürde farklı isimlerle yer almıştır. Tarihi süreç içinde alanyazında en çok kullanılan niyet modellerinden Shapero ve Sokol (1982) Girişimci Olay Modeli, Ajzen (1991) Planlı Davranış Modeli, Lent ve diğ. (1994, 2000) Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi bileşenlerine ilişkin bir tablo karşılaştırmalı olarak aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2. Niyet Modellerinin Karşılaştırılması

NİYET MODELLERİ	**1.GİRİŞİMCİ OLAY MODELİ (SHAPERO VE SOKOL, 1982)**	**2.PLANLI DAVRANIŞ MODELİ (AJZEN, 1991)**	**3. SOSYAL BİLİŞSEL KARİYER TEORİSİ (LENT, BROWN, HACKETT, 1994, 2000)**
FAKTÖRLER	• Algılanan Arzu Edilebilirlik	• Tutum ve Subjektif Norm	• Çıktı Beklentisi
FAKTÖRLER	• Algılanan Yapılabilirlik	• Algılanan Davranışsal Kontrol	• Özyeterlilik

Shapero ve Sokol (1982)'un "Girişimci Olay Modeli" ne göre bu faktörler " algılanan arzu edilebilirlik" ve "algılanan yapılabilirlik" olarak ifade edilirken, Ajzen (1991) " Planlı Davranış Modeli" ne göre ise, "girişime yönelik tutum", "subjektif normlar" ve "

algılanan davranışsal kontrol" olarak ifade edilmiştir. Bandura (1986)'nın " Sosyal Bilişsel Teorisinden" geliştirilen Lent ve diğ. (1994, 2000)'ne ait "Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisine" göre ise bu faktörler "öz yeterlilik" ve "çıktı beklentisi" olarak tanımlanmıştır (Tran ve Korflesch, 2016, s. 21).

Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisindeki özyeterlilik kavramı; Planlı Davranış Modelinde algılanan davranışsal kontrol, Girişimci Olay Modelinde ise, algılanan uygulanabilirlik kavramlarına karşılık gelmektedir. Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisindeki çıktı beklentisi kavramı ise; Planlı Davranış Modelindeki tutum ve subjektif normlar, Girişimci Olay Modelinde ise, algılanan çekicilik kavramı ile özdeştir.

Son yıllarda girişimcilik niyetine etki eden faktörler arasından bilişsel faktörler ile ilgili yapılan araştırmalar özellikle dikkat çekmekte ve ilgiyi bu alana yoğunlaştırmaktadır, kişilik özelliği ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarının yetersiz olması bilişsel özellikler ve süreçlerle ilgili çalışmaların sayısında önemli derecede artışa neden olmuştur. Girişimcilik çalışmalarında insanları girişimciliğe iten faktörlerin belirlenmesine yardımcı olan çalışmalardan biri de bu konuda geliştirilen modellerdir. Bu modeller, bireyleri girişimci yapan olguları oldukça başarılı bir şekilde açıklamaktadır. Özellikle içinde bilişselliğin yer aldığı bu niyet modelleri günümüzde de hala etkisini güçlü bir şekilde devam ettirmekte ve bu konuda yapılan araştırmalar, en etkili alanlardan biri olmayı sürdürmektedir (Elfving ve diğ., 2009, s. 23). Durumsal ve kişisel faktörlerin girişimcilik niyetini açıklamada yetersiz kaldıklarını bu konuda yapılan araştırma sonuçları bize göstermektedir, sadece kişisel ve durumsal faktörlerin modellendiği çalışma sonuçları hayal kırıklığı yaratmıştır. Niyet modelleri bize, girişimci faaliyeti öngörebilmemiz ve anlayabilmemiz için çok önemli bir fırsat sunmaktadır (Krueger ve diğ., 2000, s.411-412). Son yıllarda yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde bilişsel süreçlerin yer aldığı modellerin fazlalığı ve bu modellerin girişimcilik niyetini ve sürecini açıklamadaki başarısı dikkat çekmektedir. Tabloda niyet modellerini ve bileşenlerini konu alan çalışmalara yer verilmiştir. Alanyazında yapılan inceleme sonucu Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Modelininin araştırmalarda ağırlıklı olarak yer aldığı tespit edilmiş, bu çalışmada da söz konusu modele ilişkin "davranışa yönelik tutum" faktörü ele alındığı için tabloda bu modele ilişkin çalışmalara ve elde edilen bulgulara ağırlıklı olarak yer verilmiştir.

Tablo 3. Niyet Modelleri ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Yazar	Yıl	Niyet Modeli	Bulgu
Lüthje ve Franke	2003	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Kişilik özellikleri (risk alma eğilimi ve iç kontrol odağı) girişimciliğe yönelik tutum üzerinde kuvvetli bir etkiye sahiptir; aynı zamanda tutum, girişimcilik niyetinin en güçlü açıklayıcısıdır.
Ariff ve diğ.	2010	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Planlı Davranış modelinin üç faktörünün de girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır; aralarında en etkili faktör ise, algılanan davranışsal kontroldür.
Guzma´n-Alfonso ve Guzma´n-Cuevas	2012	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Algılanan sosyal normlar ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.
Ferreira ve diğ.	2012	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Tutum ve subjektif normların girişimcilik niyeti üzerinde pozitif etkisi vardır. Aynı zamanda tutum ve subjektif normlar algılanan davranışsal kontrolü de pozitif olarak etkilemektedir.
Peng ve diğ.	2012	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Subjektif normlar, tutum ve öz yeterliliği pozitif yönde etkiler. Planlı davranış modelinin tüm faktörleri ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.
Haus ve diğ.	2013	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Cinsiyet ile girişimcilik niyeti ve bilişsel faktörler (tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) arasında negatif bir ilişki söz konusudur.
Nabi ve Liñán	2013	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Risk algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde motivasyonel faktörler (tutum ve algılanan davranışsal kontrol) aracılık rolüne sahiptir.
Kibler	2013	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Dış faktörler (demografik ve çevresel faktörler) girişimcilik niyetini doğrudan etkilemez, Planlı davranış modelinin üç bileşeni ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide bu faktörler aracı role sahiptir.
Boukamcha	2015	Shapero ve Sokol, Girişimcilik Olay Modeli	Girişimin cazibesi, girişimcilik niyetinin en güçlü göstergesidir.
Zhang ve Cain	2017	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Planlı davranış modelinin faktörleri ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.
Khuong ve An	2016	Ajzen, Planlı Davranış Modeli ve Shapero ve Sokol, Girişimcilik Olay Modeli	Algılanan uygulanabilirlik girişimciliğe yönelik pozitif ve negatif algıyı etkileyerek, dolaylı ve güçlü bir şekilde girişimcilik niyetini etki etmektedir. Sosyal normların ise girişimcilik niyeti üzerinde etkisi yoktur.
Sabah	2016	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Tutum ve öz yeterlilik, girişimcilik niyeti üzerinde en önemli faktörlerdir;subjektif normların ise etkisi daha azdır.
Srivastava ve Misra	2017	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Gerçekleştirilen nitel ve nicel araştırma sonucuna göre "subjektif norm" girişimcilik niyetini etkileyen en önemli faktördür.
Tran ve Von Korflesch	2016	Sosyal Bilişsel Teori	Bu teorinin iki önemli faktörü (sosyal öz yeterlilik ve sosyal çıktı beklentisi) ile sosyal girişimcilik niyeti arasında pozitif ve doğrudan bir ilişki söz konusudur.
Feder ve Nitu-Antonie	2017	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Girişimci eğitim ve davranışsal özellikler(tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) girişimcilik niyetinin direk ve en önemli göstergesidir.
Gorgievski ve diğ.	2018	Ajzen, Planlı Davranış Modeli	Değerler(açıklık ve kendini geliştirme)in girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde inançlar(tutum, subjektif normlar ve özyeterlilik) aracı role sahiptir.

1.4.5. Demografik Faktörler

Girişimcilik davranışı ve niyeti üzerinde etkili olan bir diğer faktör ise bireylerin sahip olduğu demografik özellikleri içeren demografik faktörlerdir, bu faktörleri; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek, faaliyette bulunulan sektör, çalışma süresi olarak sayabiliriz. Alana önemli katkılar sağlayan Kolvereid (1996), demografik özelliklerin; bireylerin girişimcilik kariyeriyle ilgili tercihlerini, bireylerin davranışları üzerindeki etkileri sayesinde etkileyebileceğini ifade etmiştir (Kolvereid 1996). Girişimcilik araştırmalarının pek çoğu (Bönte ve diğ., 2007; Chuanming ve Junhua, 2008; Gupta ve diğ., 2009; Şeşen ve Basım, 2012; Kâhya ve İmamoğlu, 2013) yaş, cinsiyet, medeni durum gibi demografik faktörlere odaklı araştırmalardır (Ensari ve Alay, 2017, 237). Girişimcilik niyetine ve davranışına etki eden demografik faktörler ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde "cinsiyet" faktörünün ağırlıklı olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Zhao ve diğ. (2005)'nin 5 farklı üniversitede, 265 tane işletme alanında yüksek lisans yapan öğrenciler üzerinde gerçekleştirdiği, girişimcilik niyetinin gelişiminde formal öğrenme algısı, girişimci deneyim, risk algısı ve cinsiyetin etkisinin araştırıldığı çalışmada cinsiyetin girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğu, öz yeterliliğin ise bu ilişkide aracı role sahip olmadığı sonucu elde edilmiştir. Motive edici faktörler ile bariyer faktörlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini inceleyen, 136 (94 erkek, 42 bayan) pazarlama öğrencisi üzerinde yapılan Samuel ve diğ. (2013)'nin araştırma sonucunda da katılımcıların girişimcilik niyeti üzerinde cinsiyet faktörünün önemli olduğu elde edilen bulgular arasındadır. Haus ve diğ. (2013) cinsiyetin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemişler, ayrıca bu ilişkide motivasyonel faktörlerin (Ajzen'in Planlı Davranış Modelinin üç bileşeni- girişimciliğe yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) aracılık rolüne sahip olup olmadığını da araştırmışlardır. Araştırma sonucu elde edilen bulgu ise, cinsiyet faktörü ile girişimcilik niyeti arasında zayıf bir ilişkinin varlığı yönündedir; diğer taraftan, motivasyonel faktörler ile de girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Elde edilen başka bir önemli bulgu ise, girişimcilik niyeti açısından kadın ve erkekler arasında önemli farklılıkların varlığıdır. Cinsiyet ve girişimcilik niyeti arasındaki zayıf ilişki göstermektedir ki; kadın ve erkekler arasındaki önemli fark, sadece motivasyon farklılıkları ile açıklanamaz, kadınlarda erkeklere göre girişimcilik niyeti eyleme daha az dönüşmektedir. Uluköy ve Demirelli (2014) cinsiyetin girişimcilik profili üzerindeki

etkisini inceleme konusu yapmışlar, cinsiyet faktörü ile girişimci özelliklerinden yenilikçilik, öz güven, içsel kontrol, belirsizliğe karşı tolerans, kararlılık, bağımsızlık ve fırsatları değerlendirme arasında anlamlı farklılıklar saptamışlardır. Polin ve diğ. (2016) tarafından yapılan araştırma sonucuna göre, kız ve erkek çocuklar arasında girişimcilik niyeti açısından farklılıklar gözlemlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgu; girişimci annelerin, girişimci babalara göre girişimcilik niyeti üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip oldukları şeklindedir.

Kadınlarda girişimcilik niyetinin erkeklerden daha az olduğuna ilişkin alanyazında çok sayıda çalışma mevcuttur. Kadınlarda girişimcilik niyetini araştıran Kennedy ve Drennan (2002), kadınlarda girişimcilik niyetinin erkeklerden daha az olduğu, bu durumun kişisel alt yapı ve tutumlarla ilgili değişkenlerden kaynaklandığı şeklinde bir sonuca ulaşmışlardır. ABD ve Türkiye'de öğrenim gören 589 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen ve farklı kültürler arasında karşılaştırma yapmayı hedefleyen Ozaralli ve Rivenburg (2016)'un çalışmasının bulgusu, gerek Türk öğrenciler, gerekse ABD'li öğrencilerde erkek öğrencilerin girişimcilik niyetinin bayan öğrencilerden daha fazla olduğu yönündedir. Benzer bir araştırma ise İspanya'da akademik çevrede gerçekleştirilmiştir. Miranda ve diğ. (2017/b)'nin bu çalışmasında akademik çevrede girişimcilik niyetinin kadın akademisyenlere oranla erkek akademisyenlerde daha fazla olduğunu göstermektedir. Girişimcilik konusunda girişimcilerin başarı tanımlarını anlamak, başarıyı etkileyen faktörleri tespit ederek bu faktörlerin cinsiyet açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemeyi hedefleyen Kağıtçıbaşı ve diğ. (2016)'nin çalışması nitel ve nicel iki farklı araştırmadan oluşmaktadır. Öncelikle nitel bir çalışma ile kadın ve erkek yöneticiler ve girişimcilerin başarıyı tanımlama şekilleri incelenmiş, kadın yöneticiler ile kadın girişimciler arasında fark tespit edilmiş, kadın girişimcilerin kadın yöneticiler ile kıyaslandığında başarıyı çok geniş bir yelpazede ve özellikle manevi faktörler ile tanımladıkları gözlenmiştir. Nicel olarak gerçekleştirilen ikinci araştırmada ise, girişimcilerin başarısına etki eden bu faktörlerin cinsiyet açısından farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş, kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasında fark bulunamamıştır. Bu bulgular, kadın girişimcilerin kendilerini erkek girişimciler kadar başarılı bulduklarını göstermektedir. Kadın yöneticilerin kurumsal yaşamda karşı karşıya oldukları engeller girişimci olduklarında anlamını yitirmektedir. Bu bakımdan

girişimcilik; kadınlara erkekler ile eşit fırsatlar sunan, kadınların kendilerini daha rahat ifade edebildikleri ve başarılı hissettikleri bir kariyer fırsatı olarak değerlendirilmektedir.

Bu bölümde girişimcilik niyeti ve davranışı üzerinde etkili olan başlıca faktörler ve bu konuda yapılmış olan önemli çalışmalar; kişilik faktörleri, sosyal faktörler, çevresel faktörler, demografik faktörler ve bilişsel faktörler başlıkları altında kısaca özetlenmiştir. Araştırmamızın değişkenleri; kişilik faktörü olan risk alma eğilimi, girişimci öz yeterlilik, duygusal zekâ, bilişsel bir girişimcilik faktörü olan girişimciliğe yönelik tutum ve söz konusu kavramlarla ilgili yapılmış olan önemli ve güncel çalışmalar bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak ele alınarak değerlendirilecektir.

2. GİRİŞİMSEL YETKİNLİKLERİ YÖNLENDİREN FAKTÖRLERİN ANALİZİ

Girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan kişilik faktörlerini inceleyen çalışmalarda öz yeterlilik, risk alma eğilimi, başarma ihtiyacı, kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra son yıllarda duygusal zekânın girişimcilik ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini irdeleyen çalışmalar da dikkat çekmektedir. Araştırmada duygusal zekâ, girişimci öz yeterlilik, risk alma eğilimi; bilişsel faktör olarak ise girişimcilik niyet modellerinden Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli" ne ait olan " davranışa yönelik tutum" bileşeni kullanılmıştır. "Davranışa yönelik tutum" bileşeni girişimcilik açısından ele alınarak araştırmada "girişimciliğe yönelik tutum" kavramı ile ifade edilmiş; risk alma eğilimi ve girişimciliğe yönelik tutumun niyet üzerindeki etkisi, diğer taraftan duygusal zekâ ile girişimci öz yeterliliğin girişimciliğe yönelik tutum üzerindeki ekisi irdelenmiştir. Öz yeterlilik kavramı bu araştırmada araştırmanın amacına uygun olarak girişimci öz yeterlilik şeklinde çalışmaya dahil edilmiştir. Bu bölümde söz konusu faktörler ayrıntılı olarak incelenecek, kavramların girişimcilik, girişimciliğe yönelik tutum ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini irdeleyen çalışmalara ve bu çalışmaların bulgularına ayrıca yer verilecektir.

2.1. Öz Yeterlilik ve Girişimci Özyeterliliğin Kavramsal Analizi

Öz yeterlilik kavramı girişimcilik çalışmalarında ağırlıklı olarak ele alınan ve alanyazında çok fazla tanımı yapılmış bir kavramdır (McLaughlın, 2010, s. 4; Naktiyok ve diğ., 2010, s. 422; Şeşen ve Basım, 2012, s. 23). Öz yeterlilik, Bandura (1977)'nın " Sosyal Öğrenme Teorisi" ne ait bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Söz konusu kavram ilk kez, Bandura (1977) tarafından kişilerin kendilerine verilen görevi başarma konusunda sahip oldukları kapasiteye duydukları inanç (Bandura, 1995, s. 2) olarak ifade edilmiş, sonraki dönemlerde ise kavram ile ilgili farklı tanımlar da yapılmıştır. Öz yeterlilik, kişinin hayatında gelişen olayları kontrol edebilmesi için ihtiyaç duyduğu motivasyon, zihinsel kaynaklar ve davranış şekillerini harekete geçirme konusunda sahip olduğu kabiliyetler olarak ifade edilmektedir (Wood ve Bandura 1989, s. 364). Öz yeterlilik kavramı daha sonraki yıllarda yine Bandura tarafından kişinin görevlerini yerine getirme aşamasında

ihtiyacı olan faaliyetleri planlama ve uygulama konusunda gerekli olan yeteneklerin kendinde bulunduğuna ilişkin sahip olduğu inanç şeklinde de ifade edilmiştir (Bandura, 1997, s. 3). Luszczynska ve diğ. (2005)'ne göre öz yeterlilik kavramı, kişilerin kendilerinden talep edilen zor görevler ve kendilerine ait olan uygulamalar üzerinde kontrol mekanizması oluşturabilme yeteneklerine olan inançlarıdır (s. 82), bu inanca sahip olan kişiler girişkenliğin ve ısrarcı davranışın artışı yoluyla, yüksek derecede performans sergileyebileceklerdir (Shepherd ve Krueger, 2003, s. 171). Magil (1993)'e göre ise öz yeterlilik, kişilerin belli bir performans seviyesini başarabilme kapasitesine ilişkin sahip olduğu yargı olarak ifade edilmiştir (Gözüm ve Aksayan, 1999, s. 22). Kuramın gelişmesine büyük katkılar sağlayan Krueger ve diğ. (2000) ise kavramı, bireylerin hedeflerine ulaşmak için sahip olduğunu düşündüğü yetenek olarak tanımlamışlardır (Krueger ve diğ, 2000). Öz yeterlilik algısı; Bandura (2000, 2001, 2002)'ya göre örgütsel süreçler üzerindeki mevcut etkilerini, bireylerin eyleme geçip geçmeme yönündeki kararlarını ve zor durumlar karşısındaki mücadele azimlerini yönlendirerek göstermektedir. Bu durumun yanı sıra öz yeterlilik, kişilerin hem zor hem de gerçekçi hedefler seçerek bu hedeflere bağlanmaları suretiyle bireysel performanslarını pozitif yönde etkilemektedir (Basım ve diğ., 2008, s. 122). Özyeterlilik algısı ayrıca, kişilerin hedeflerine ulaşıp ulaşmayacaklarından bağımsız olarak kişilerin inançlarını da etkilemektedir (Cromie, 2000). Öz yeterlilik, kişisel yetenekler ve koşulları kontrol edilebilmek ile ilgili bir durum olduğundan dolayı, eğer öz yeterlilik yoksa davranış meydana gelmeyecektir (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 94). Diğer taraftan Bandura'ya göre öz yeterlilik; birbirlerini etkileyen dört temel bilgi kaynağı üzerine temellenmiş, dinamik ve değişken bir yapıya sahiptir. Bu bilgi kaynakları ise şunlardır (Bandura, 1995, s.3; Naktiyok ve diğ., 2010, s. 422; Mortan ve diğ., 2014, s. 99):

- Bireysel başarı; kişilerin daha önceki deneyimlerinden elde etmiş oldukları başarı ve başarısızlık durumları, kişinin öz yeterlilik algısını önemli ölçüde etkilemektedir.
- Diğer kişilerin tecrübeleri; başkalarının başarılarının gözlemlenmesi öz yeterliliği güçlendirirken, aksi yönde başarısızlıkların gözlemlenmesi ise öz yeterliliği olumsuz yönde etkilemektedir.

- Sözel ikna; başkaları tarafından sağlanan teşvik ve cesaretlendirme, kişinin bir şey yapabilmesi için ihtiyacı olan kabiliyeti konusunda kişiyi ikna edici bir özelliğe sahiptir.
- Psikolojik ve duygusal uyarılma; anksiyete, stres, uyarılma, tükenmişlik gibi bir faaliyetin uygulanması sürecinde hissedilen duyguların psikolojik ve duygusal etkileri öz yeterliliği etkiler. Çünkü, insanlar bu durumları faydasız olarak algılayıp, bu yönde olumsuz bir değerlendirme yapabilir.

Kişinin sahip olduğu öz saygı ve kontrol odağından ziyade özyeterliliğinin dikkate alınması daha fazla önem taşımaktadır. Çünkü yapılan araştırmalar göstermektedir ki öz yeterlilik, kişinin göreve ilişkin performansının ve kişisel değişkenliğin güçlü bir belirleyicisidir (Markman ve diğ., 2005, s. 5). Konuyla ilgili alanyazın incelendiğinde öz yeterlilik kavramının özellikle örgütsel süreçlerin işleyişinde de önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir, öz yeterlilik aynı zamanda çalışanların en esaslı güdülenme araçlarından biridir (Tian ve Huang, 2013, s. 763). Örgütler açık sosyal sistemlerdir, farklı özellikler taşıyan kişilerden oluşmaktadırlar, doğal olarak çalışanların örgütsel süreçlere olan tepkileri de bir birinden farklıdır. Öz yeterlilik, örgüt çalışanlarının düşünceleri ve faaliyetleri konusunda farklılaşmalarına yol açar, bu durum çalışanların güdülenme süreçlerini yönlendirir. Öz yeterlilik algısı yüksek olan bireyler, kendilerine zor hedefler belirlerler ve güçlükler karşısında pes etmeyerek güçlüklerle savaşma yolunu seçerler. Öz yeterlilik algısı düşük olan bireyler ise tam aksine, kendi yeteneklerine inanmadıkları için zor durumlar karşısında ya hedeflerinden vaz geçerler ya da hedeflerine ulaşamayarak başarısız olurlar (Luszczynska ve diğ., 2005, s. 81-82). Algılanan öz yeterlilik ise ayrıca, kariyer seçiminin de en önemli belirleyicisi olarak kabul edilmektedir (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 94). Öz yeterlilik gerek bireysel gerekse örgütsel düzeyde kişiye ve örgüte olumlu katkılar sağlayan bir kavramdır.

Öz yeterlilik kavramı girişimcilik açısından ele alındığında, karşımıza girişimci öz yeterlilik kavramı çıkmaktadır; söz konusu kavram, farklı araştırmacılar tarafından değişik açılardan ele alınarak değerlendirilmiş ve kavramın çok sayıda tanımı yapılmıştır.

Girişimciliğin başlangıcı olarak kabul edilen girişimcilik niyetinin oluşma sürecinde, bireyin sahip olduğu bilişsel ve duygusal yeterliliğin önemi büyüktür (McGee ve diğ, 2009, s. 965). Girişimci öz yeterlilik kavramı Boyd ve Vozikis (1994) tarafından,

kişilerin girişimcilik sürecinde sahip oldukları görevlere ilişkin kendilerine duydukları güven; Chen ve diğ. (1998, s. 295) tarafından ise kişilerin girişimcilik konusunda sahip oldukları rol ve görevleri yerine getirebilme becerisine olan inançları şeklinde ifade edilmiştir. Bireyin kişilik özellikleri ile çevrenin birbiriyle etkileşiminin niyet ve davranışların oluşum sürecini etkilediğini belirten Boyd ve Vozikis (1994, s. 64), geliştirmiş olduğu girişimcilik niyeti modeline öz yeterlilik kavramını dahil ederek, girişimcilik niyeti alanyazınına önemli katkılarda bulunmuş, özyeterlilik kavramını ön plana çıkararak söz konusu kavramın ehemmiyetini vurgulamıştır. Girişimcilik konusu tartışıldığında, bireyler ve onların davranışsal süreçleri öne çıkan kavramlar olmuştur; bu sebeple girişimci öz yeterliliği yüksek olan bireylerin girişimci olmaya yönelik inançları da daha fazladır. Girişimci öz yeterlilik inancı ise; Boyd ve Vozikis (1994), Chen ve diğ. (1998) tarafından, girişimcilik niyetinin gücünü ve bu niyetin girişimci bir faaliyetle sonuçlanma olasılığını belirleyen açıklayıcı bir değişken olduğu vurgulanarak girişimcileri girişimci olmayan kişilerden ayırdığı belirtilmiştir. Girişimci öz yeterlilik DeNoble ve diğ. (1999)'ne göre; yenilikçi iş ortamının meydana getirilmesi, ilişkilerin, riskin ve belirsizlik durumunun yönetilmesi, fırsatların değerlendirilmesi, kaynakların sağlanması, inovasyon ve ürün geliştirme gibi yeterlilikleri de içermektedir, bu yüzden de söz konusu kavram Boyd ve Vozikis (1994) ile Zhao ve diğ. (2005) tarafından yeni bir iş kurma sürecinin anlaşılmasında oldukça önem taşıyan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Yüksek öz yeterliliğe sahip olan kişiler Naktiyok ve diğ. (2010, s. 424)' ne göre; iş çevresini fırsatlarla dolu olarak değerlendirirlerken, düşük öz yeterliliğe sahip kişiler ise aynı çevreyi engeller ile dolu olarak algılarlar. Alanyazın incelemeleri sonucunda özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında güçlü bir ilişkinin var olduğunu ortaya koyan çok sayıda araştırmanın mevcut olduğu görülmektedir (Chen ve diğ., 1998; Krueger ve diğ., 2000; Zhao ve diğ., 2005; Naktiyok ve diğ., 2010).

Girişimcilik niyeti üzerinde bağlamsal faktörlerin etkili olduğu düşüncesi tarihi süreç içerisinde geliştirilen niyet modelleri yoluyla ifade edilmiştir, Shapero ve Sokol (1982), girişim faaliyetinin bağlamsal faktörler ile sosyo-kültürel faktörlerin etkileşimi sonucu meydana geldiğini belirtmişler, Boyd ve Vozikis (1994) girişimi en iyi şekilde açıklamak için özyeterlilik kavramını girişimcilik niyeti modellerine dahil etmişler, Krueger ve Brazeal (1994) ise geliştirmiş oldukları model ile bireylerin girişimci öz yeterlilik algılarının girişimcilik niyetine yönelik isteklerine katkı sağladığını ifade etmişlerdir.

Bandura (1997, s. 44)'ya göre, özyeterlilik algısı bireylerin performansı üzerinde etkilidir. Bandura'nın teorisinden geliştirilmiş olan özyeterlilik kavramının sonraki dönemlerde girişimcilik araştırmalarında girişimci özyeterlilik şeklinde kullanılması, girişimcilik sürecinde bağlamsal faktörlere vurgu yapmaktadır, şöyle ki girişimin başarılı olma durumunun değerlendirilmesinde girişimci özyeterlilik faktörünün dikkate alınması önem taşımaktadır.

2.1.1. Öz Yeterlilik, Girişimci Öz Yeterlilik ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi

Öz yeterlilik kavramı; girişimcilik konusunda yapılmış çok sayıda çalışmaya konu olmuştur, geçmiş dönemlerde yapılmış olan çalışmalar göstermektedir ki öz yeterlilik, girişimci faaliyete karar verme aşamasında oldukça önemli bir faktördür. Boyd ve Vozikis (1994), Krueger ve Brazeal (1994), Zhao ve diğ. (2005), girişimcilik niyeti ile ilgili çalışmalarında öz yeterlilik kavramının girişimcilik niyetinin gelişim sürecinde kritik bir değişken olduğunu iddia etmektedirler. McGee (2009), yeterliliğe ilişkin kararın, davranışa ve hedefe ulaşmayı etkilediğini, girişimcilik niyeti üzerinde kesin bir etkiye sahip olduğunu ve sonuçta niyetlerin faaliyete dönüştüğünü özellikle belirtmiştir. Ayrıca öz yeterlilik ve girişimcilik arasındaki mevcut ilişki kariyer seçme gibi riskli ve belirsizlik içeren zamanlarda da başarılı şekilde ispatlanmış bir durum olarak ifade edilmektedir (Laviolette ve diğ., 2012, s. 723). Eden ve Aviram (1993)' a göre öz yeterlilik, işi olmayan ya da işten çıkarılan kişilerin iş bulma yönündeki çabalarını arttıran ve motive eden oldukça önemli bir faktördür. Konuyla ilgili yapılmış olan başka bir çalışma da göstermektedir ki, patent sahibi olan kişilerden öz yeterliliği yüksek olanlar yeni firma kurma yoluna giderken, diğerleri ise mevcut firmalar ile anlaşmaktadır (Markman ve diğ., 2002, s.152). Öz yeterlilik; başarı (Markman ve diğ., 2002, s. 151), performans (Krueger ve Dickson, 1994, s. 386), kendini adama yönündeki isteklilik (Eden ve Aviram, 1993, s. 352), algılanan fırsatlar (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 94) ve kariyer seçimi (Baron, 2004, s. 224) üzerinde etkilidir, aynı zamanda girişimcilik faaliyetleri ile de doğrudan bir bağlantıya sahiptir (Krueger ve Brazeal, 1994, s. 94).

Campo (2010) girişimci öz yeterliliği, bireylerin yeni bir iş kurma konusundaki başarılarına olan inançlarının derecesi olarak ifade ederken, Krueger ve Brazeal (1994), Segal ve diğ. (2005), sahip olunan yüksek derecede öz yeterliliğin girişimcilik ve yaratıcılık ile ilgili olduğunu ileri sürmüşlerdir. Boyd ve Vozikis (1994)'e göre öz

yeterlilik kuramsal olarak, girişimcilik niyeti ve davranışına yol açmaktadır ve yine benzer bir şekilde Chen ve diğ. (1998), ampirik araştırmalar sonucu olarak girişimcilik niyeti ile öz yeterlilik arasında pozitif bir ilişkinin varlığına vurgu yapmıştır. Mortan ve diğ. (2014, s. 99)'ne göre, girişimcilikte başlangıç aşamasında ve genel olarak yüksek öz yeterliliğe sahip olmak ve kişinin kendi kapasitesine inanması oldukça önem taşımaktadır ve girişimcilik niyeit öz yeterlilik algısını etkileyebilmektedir.

Girişimci öz yeterlilik araştırmacılar tarafından farklı açılardan ele alınarak, inceleme konusu yapılmıştır. Boyd ve Vozikis (1994) araştırmalarında girişimci öz yeterliliği, girişimcilerin özel görevleri ile ilgili kişinin kendine duyduğu güven olarak tanımlarken; Chen ve diğ. (1998), gibi araştırmacılar ise öz yeterliliği, yeni bir iş sürecini başarıyla tamamlamak için kişisel yeteneklere duyulan güven olarak ifade etmişlerdir. Algılanan yapılabilirlik, Ajzen (1991)'in modelindeki " davranışsal kontrol", Bandura (1986) 'nın teorisindeki " algılanan öz yeterlilik" kavramlarıyla özdeştir. Krueger ve Brazeal (1994)'in modelinde öz yeterlilik, girişimciliğe yönelik niyetin merkezinde kabul edilmiş ve özellikle biri işe başlamanın algılanabilir yapılabilirliği etkilediği ileri sürülmüştür (Farashah, 2013, s. 874).

Girişimcilikle ilgili gerçekleştirilen bazı çalışmalarda öz yeterlilik algılanan davranışsal kontrolden bağımsız bir kavram olarak ele alınırken; bazı çalışmalarda ise öz yeterlilik, algılanan davranışsal kontrolün en iyi göstergesi olarak kabul edilmiş ve algılanan davranışsal kontrol yerine öz yeterlilik kavramı kullanılmıştır. Sparks ve diğ. (1997), Manstead ve Van Eekelen (1998), Tavousi ve diğ. (2009) ve bunun benzeri çok sayıda çalışma öz yeterlilik ve algılanan davranışsal kontrol kavramlarının birbirinden farklı iki yapı olduğunu ileri sürerken (Tsai ve diğ., 2016, s. 447), diğer taraftan bir çok çalışma ise Krueger ve diğ. (2000), Mariano ve diğ. (2012), Miao, Qian ve diğ. (2016), öz yeterlilik kavramını algılanan davranışsal kontrol yerine kullanmışlardır. Bandura (1977)'ya göre algılanan davranışsal kontrol, öz yeterlilik kavramı ile çok yakın bir ilişki içindedir (Gorgievski ve diğ., 2018, s. 457). Armitage ve Conner (2001), niyetle olan ilişki göz önüne alındığında öz yeterlilik kavramının algılanan davranışsal kontrolden daha açık tanımlanan ve daha güçlü bir kavram olduğunu ifade etmiştir ve bu düşünce ile çalışmalarda algılanan davranışsal kontrol kavramı yerine öz yeterlilik kavramı kullanılmıştır Girişimci öz yeterliliğin girişimcilik niyeti ve davranışın öngöstergesi olduğuna ilişkin çok sayıda çalışma mevcuttur (Scherer ve diğ. 1989; Boyd ve Vozikis,

1994; Krueger ve Brazeal, 1994; Chen ve diğ., 1998; Zhao, Seibert ve Hills, 2005), ayrıca alanyazında benzeri çalışmalar (Scott ve Twomey,1988; Chen ve diğ.,1998; De Noble, Jung ve Ehrlich, 1999; Jung, Ehrlich, De Noble ve Baik, 2001) yüksek öz yeterliliğe sahip olan kişilerin daha fazla girişimcilik niyeti davranışı gösterdiklerini ifade etmektedir (McLaughlin, 2010, s. 4). Bu duruma paralel olarak Kickul ve diğ. (2009, s. 442), öz yeterlilik ve niyet arasındaki ilişkinin mevcudiyetini ileri süren yeterli ve güçlü araştırmaların varlığından sözetmektedirler

Öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar: Öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin mevcudiyetini sorgulayan araştırmalarda söz konusu iki kavram arasında pozitif bir ilişkinin varlığından söz edilmektedir. Tamamı öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiş olan çalışmalarda (Chen ve diğ., 1998; De Noble ve diğ, 1999; Jung ve diğ., 2001; Segal ve diğ., 2005; Wilson ve diğ., 2007; Borchers ve Park, 2010; Nwankwo ve diğ., 2012) özyeterlilik kavramının girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır**.** Yapılan araştırmaların bir çoğunda öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye bakılmış ve bu ilişkinin pozitif yöne olduğu bulgusu elde edilmiştir. Yüksek öz yeterlilik algısının yüksek girişimcilik niyetine yol açtığını McLaughlın (2010) çalışma sonuçları ile ortaya koymuştur. Şeşen (2012) gerçekleştirdiği çalışmada girişimcilik niyeti üzerinde kişisel faktörlerin mi yoksa çevresel faktörlerin mi daha etkili olduğunu araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kişisel faktörlerin çevresel faktörlerden daha önemli olduğu, ayrıca kişisel bir faktör olarak ele aldığı öz yeterlilik ve iç kontrol odağının en etkili kişisel faktörler olduğu sonucunu elde etmiştir. Şeşen ve Basım (2012)'ın spor bilimleri alanındaki öğrenciler üzerinde gerçekleştirmiş oldukları araştırma sonuçları, girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan en önemli faktörün öz yeterlilik olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı cinsiyetteki rol modellerin öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi üzerine odaklanmış olan Laviolette ve diğ. (2012)'nin çalışmaları; eğer öğrenciler rol modellerini tanıyorlarsa, mesaja doğru favori bir tutum oluşturmuşlarsa ve pozitif bir duygusal uyarılma deneyimlemişlerse, rol modellerin öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduklarını ortaya çıkarmıştır. Farashah (2013)'ın İran da yaptığı araştırma ise, girişimcinin sahip olduğu öz yeterliliğin girişimcilik niyetinin önemli bir göstergesi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ahmad ve diğ. (2014) Malezya da bir çalışma yaparak, öz yeterliliğin girişimcilik niyetinin önemli bir göstergesi olduğunu

ortaya koymuşlar, araştırmacılar çalışmalarında öz yeterliliği kişilik faktörü olarak ele almışlardır. Yine Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli"nin kullanıldığı bir başka çalışma ise, Sabah (2016) 'ın gerçekleştirdiği çalışmadır. Bu çalışmada Ajzen (1991)'in modeline ait üç bileşeninin (davranışa yönelik tutum, subjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrol) girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi incelenmiş, algılanan davranışsal kontrol yerine ise öz yeterlilik kavramı kullanılmıştır.

Öz yeterlilik kavramının aracı değişken olarak kullanıldığı çalışmalar: Alanyazındaki bir çok çalışmada ise öz yeterliliğin aracı etkisini inceleyen araştırma modelleri geliştirilmiştir. Zhao ve diğ. (2005)'in araştırma sonuçları öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında güçlü bir ilişki olduğunu, aynı zamanda öz yeterliliğin formal öğrenme algısı, girişimci deneyimler ve risk eğiliminin girişimcilik niyeti ile olan ilişkilerinde aracı role sahip olduğunu göstermektedir. Mortan ve diğ. (2014), duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolünü incelemişler ve bu ilişkide özyeterliliğin aracı role sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, duygusal zekânın sadece iki alt boyutunun (duyguların düzenlenmesi, duyguların kullanılması) öz yeterliliği pozitif yönde etkilemesi de araştırma sonucu elde edilen önemli bir bulgudur. Wang ve diğ. (2015)'in tarım öğrencileri üzerinde gerçekleştirmiş oldukları araştırmanın sonucunda öz yeterliliğin, kişisel özellikler ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide aracı role sahip olduğu ve bu ilişkiye önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmanın sonuçlarına göre, öz yeterlilik girişimcilik niyetini pozitif olarak etkilemektedir. Sosyal girişimciliği açıklamada "Sosyal Bilişsel Teorinin" kullanıldığı bir çalışma olan Tran ve Korflesch (2016)'in araştırması bu teorinin iki önemli bileşeni olan "öz yeterlilik" ve "çıktı beklentisinin" sosyal girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine odaklanmakta, aynı zamanda bu iki bileşenin kişisel özellikler ve çevresel özelliklerin sosyal girişimcilik niyeti ile olan ilişkisinde önemli bir aracılık rolüne sahip olduğunu vurgulamaktadır. Zhang ve Cain (2017)'in yaptıkları araştırma ile riskten kaçınma davranışının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolüne değinmişler, riskten kaçınma davranışının öz yeterliliğin aracı etkisi ile endirek olarak girişimcilik niyetini azalttığını belirlemişlerdir. Girişimcinin sahip olduğu açıklık ve kendini geliştirme gibi değerlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde yine öz yeterliliğin aracı etkiye sahip olduğunu Gorgievski ve diğ. (2018) yaptıkları çalışma ile ortaya koymuşlardır. Ağırman ve Naktiyok (2018) tarafından üniversite öğrencileri

üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre, duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterlilik algılarının aracılık rolü mevcuttur.

Girişimci öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar: Alanyazında girişimci öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi araştıran çok sayıda araştırma mevcuttur, girişimcilik niyeti ile ilgili en baskın model, Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli" dir (Krueger ve diğ., 2000). Girişimci öz yeterlilik ve niyet arasında ilişki olduğunu ileri süren yeterli sayıda ve güçlü araştırmalar da mevcuttur. Chen ve diğ. (1998), De Noble ve diğ.(1999), Jung ve diğ. (2001)'ne göre yüksek girişimci öz yeterliliğe sahip olan kişiler yüksek girişimcilik niyeti gösterme eğilimindedirler.

Yapılan araştırmalara göre girişimci öz yeterlilik inancı, yeni bir girişime başlama niyetini arttırmaktadır. Chen ve diğ. (1998)'nin 140 lisans öğrencisi ile yaptıkları araştırma sonucunda öz yeterlilik algısı (yetenekleri içeren girişimci beceri, örneğin pazarlama, inovasyon, yönetim ve finansal kontrol, risk alma) ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ve önemli bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar, öz yeterliliği yüksek olan bireylerin girişimci fırsatları daha iyi değerlendirdiklerini ve pozitif çıktıları görebildiklerini iddia etmektedirler. De Noble ve diğ. (1999)'nin 272 öğrenci üzerinde gerçekleştirdikleri çalışma girişimci öz yeterlilik (risk ve belirsizlik yönetimi, inovasyon ve ürün geliştirme, kişilerarası ilişkiler ve network yönetimi, fırsat tanıma, kaynak bulma, geliştirmeyi de içeren inovatif iş çevresini devam ettirme) ile girişimcilik niyeti arasında önemli ve pozitif bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Jung ve diğ. (2001), ABD'li 379 ve Güney Koreli 351 öğrenci ile yaptıkları çalışmaları karşılaştırmışlar ve benzer şekilde girişimci öz yeterliliğin girişimcilik niyetini pozitif olarak etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Segal ve diğ. (2005), Wilson ve diğ.(2007), Borchers ve Park (2010)'ın ABD'li öğrencileri örneklem olarak kullandıkları araştırma sonucuna göre yine girişimci öz yeterlilik, girişimcilik niyetini pozitif olarak etkilemektedir. Byabashaija ve diğ. (2010)'nin Ugandalı üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırma sonucu girişimci öz yeterliliğin, yeni bir işe başlama niyetini pozitif olarak etkilediği yönündedir. Benzer bir bulgu da Nwankwo ve diğ. (2012) tarafından Nijeryalı kız öğrenciler üzerinde yapılmış bir çalışma sonucu elde edilmiştir. Araştırma sonucuna göre girişimci öz yeterlilik, girişimcilik niyetini pozitif etkilemektedir. Yukarıdaki çalışmalardan farklı bir sonuca ulaşan çalışma ise, Kolvereid

ve Isaksen (2006) tarafından Norveçli girişimciler üzerinde yapılan bir çalışmadır; araştırmacılar, girişimci öz yeterlilik ve girişimci davranış arasında önemli bir ilişki gözlemleyememişlerdir. Öz yeterliliğin algılanan davranışsal kontrolden farklı bir kavram olduğunu ileri süren ve çalışmasını bu düşünce üzerine modelleyen Tsai ve diğ. (2016), girişimci özyeterliliğin girişimcilik niyetini pozitif olarak etkilediği sonucunu elde etmişlerdir. Araştırmacılar çalışmalarında ayrıca Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modeli"ni kullanmışlar, modelin bileşenlerinin girişimci özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide sahip olduğu aracı rolünü de araştırma konusu yapmışlardır.

2.2. Duygusal Zekânın Kavramsal Analizi

Duygusal Zekâ kavramı, 1990'lı yıllardan itibaren insan davranışlarının açıklanması konusunda kullanılmaya başlanmış, çok kısa sürede psikolojinin yanı sıra birçok alana yayılarak akademik dünyada da popüler olmuştur.

Psikoloji alanyazınında bilimsel manada duygusal zekâ kavramı ilk kez Salovey ve Mayer (1990) tarafından ele alınmış, daha sonraki yıllarda ise Goleman (1995)'ın kaleme aldığı "Duygusal Zekâ" isimli kitap ile popüler olmuştur (Mortan ve diğ., 2014, s. 98; Chatterjee ve Kulaklı, 2015, s.293). Akademik anlamda ise duygusal zekâ ilk olarak Salovey ve Mayer (1990) tarafından; "kişinin gerek kendisinin, gerekse başkalarının his ve duygularını anlayarak kontrol edebilmesi, takip edebilmesi ve bu duyguları bir birinden ayırabilmesi, söz konusu bilgilerin başkalarının düşüncelerini ve hareketlerini anlayabilme konusunda kişiye yol gösterebilmesi kabiliyetini de içine alan bir çeşit sosyal ve kişisel zekâ" olarak ifade edilmiştir (Salovey ve Mayer, 1990, s. 189; Mayer ve Salovey, 1993, s. 433).

Mayer ve Salovey (1997)'e göre duygusal zekânın dört tane alt boyutu mevcuttur (Mayer ve Salovey, 1997, 10-11), bu boyutlar:

- Kendini duygusal olarak değerlendirme (kişinin kendi duygularını açıklaması ve değerlendirmesi),
- Başkalarının duygusal olarak değerlendirilmesi (başkalarının duygularını tanıma ve değerlendirme),
- Duygu düzenleme (kişinin kendi duygularını düzenlemesi),

- Duygu kullanımı (performansı kolaylaştırmak için duyguların kullanımı), olarak ifade edilmektedir.

Goleman (1995) ise duygusal zekâyı, bir bireyin hem kendisinin hem de başkalarının hislerini tanıma, kendi motivasyonunu sağlayarak içindeki ve aynı zamanda ilişkilerindeki duygularını iyi bir şekilde yönetme yetisi olarak tanımlamış (Goleman, 1995, s. 73), duygusal zekâ ile ilgili olarak "Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir" adlı kitabında beş adet temel yetenekten söz etmiştir; bunlar, özbilinç, duyguları yönetebilme (özyönetim), motivasyon, başkalarının duygularını anlama (empati) ve ilişkileri yürütebilmektir. Salovey meslektaşı olan Gardner ile beraber bu temel yetenekleri beş başlık altında toplayarak duygusal zekânın ayrıca ayrıntılı bir tanımını da vermiştir (Goleman, 1995, s. 73-74).

Bar-On (2005, s. 3) ise duygusal zekâyı, bireyin çevre kaynaklı baskılarla ve taleplerle başarılı bir şekilde başa çıkabilmesi konusunda bireye destek olacak, bireysel, duygusal ve aynı zamanda sosyal yeterlilik ve kabiliyetler dizini şeklinde tanımlamıştır. Duygusal zekâ alanına önemli katkı sağlayan bir diğer araştırmacı ise, Reuven Bar-On'dur. Kendine ait duygusal zekâ kuramı ve tasarlamış olduğu ölçümü kullanan çok sayıda araştırma mevcuttur. Bar-On aynı zamanda bu alanın büyümesini sağlayan "Duygusal Zekâ Elkitabı"'nın yazılmasına ve derlenmesine aracılık etmiştir (Goleman, 1995, s. 12).

Alana çok önemli katkılar sağlayan Cooper ve Sawaf ise duygusal zekâyı, duyguların sahip olduğu gücü ve gücün hızlı bir şekilde algılanışını, insan enerjisinin, bilgisinin, ilişkilerinin ve bunların etkisinin kaynağı olarak anlayarak etkin bir biçimde kullanma yeteneği." olarak tanımlamıştır (Cooper ve Sawaf, 1997, xiii). Cooper ve Sawaf' tarafından kaleme alınan "Liderlikte Duygusal Zekâ" adlı kitap da ise duygusal zekâ ile liderlik ilişkisi ele alınmaktadır.Duygusal zekâ kavramı çoğunlukla daha iyi psikolojik iyilik (Schutte ve diğ. 1998), yüksek kaliteli sosyal ilişkiler (Lopes ve diğ., 2003) gibi yaşama ilişkin önemli çıktılar ile ilintili bir kavramdır.

Aslında, önceki çalışmalar duygusal zekânın iş performansı (O'Boyle ve diğ., 2011), iş tatmini, iş sadakati ve bağlılığı (Carmeli, 2003; Lopes ve diğ., 2006) gibi olumlu iş yeri çıktıları ile olan ilişkisini incelemiştir. Çalışma sonuçları duygusal zekânın iş performansının bir çok göstergesi ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgularla paralel olarak önceki boylamsal çalışmalar da (Snarey ve Vaillant, 1985) iş

performansının duyguların, stres ve hayal kırıklıklarının üstesinden gelebilmek; duyguları yönetmek, diğer insanlar ile iyi geçinebilmek gibi kişisel özelliklerden etkilendiği sonucuna ulaşmıştır (Mortan ve diğ., 2014, s. 98). Erdem (2001)'e göre, duygusal zekâya sahip olan girişimcilerin düşüncelerini açıklama ve iş gerçekleştirme süreçlerinde, daha başarılı oldukları görülmektedir. Günümüz koşullarında; iletişim imkanlarındaki artış, daha fazla kişiyle görüşme ve onları tanıma fırsatı duygusal zekânın gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. İnsan ilişkileri, örgütler için Doğan ve Demiral (2007) zihinsel özelliklerden çok daha önemlidir ve artık günümüzde bireysel üstünlük ve başarılardan ziyade ekip üstünlükleri ve başarıları önem taşımaktadır. Ekip çalışmasının başarılı ve verimli olabilmesinin yolu ise, üyelerin duygusal zekâya sahip olmasından geçmektedir. Kılıçarslan (2009, s. 221)'a göre duygusal zekânın ön plana çıkmasının nedeni mantığın etkisindeki azalma değil, insanın kalbinin çalışmasıdır. Doğan ve Demiral (2007)'a göre ise öğrenilebilir bir beceri olan duygusal zekâ yaş ilerledikçe gelişebilir. Bireyler ilerleyen yaşlarda toplum ilişkilerini ve çevredeki olayları daha iyi değerlendirerek daha uyumlu ve kontrollü bir iletişim kurabilirler. Duygular ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak psikoloji ve sosyoloji alanında görüldüğü, fakat son yıllarda "duygular faaliyetler ile nasıl ilişkilidir? "konusundaki çalışmaların artması sonucu konuyla ilgili araştırmaların örgütsel davranış alanına kaydığı, yönetim araştırmacılarının da duygusal zekâ kavramını iş yerinde uygulanabilir olması nedeniyle (örneğin, performans, iş tatmini, devamsızlık, örgütsel bağlılık, niyet ve liderlik) benimsedikleri Rozell ve diğ. (2002) tarafından belirtilmiştir (McLaughlın, 2010, s. 3). Sahip olduğu özelliklerden dolayı duygusal zekâ kavramı son yıllarda farklı disiplinlerin ve özellikle yönetim alanının gerek mikro gerekse makro açıdan önemli bir araştırma konusu olmuştur.

2.2.1. Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi

Son yıllarda sosyal zekâ, duygusal zekâ, kültürel zekâ gibi farklı zekâ türlerinin insan davranışları üzerinde sahip olduğu önemin fark edilmesiyle birlikte duygusal zekâ kavramı farklı alanlardaki araştırmalarda sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum, alanyazında duygusal zekâ ve girişimcilik konusundaki çalışmalarda ağırlıklı olarak kendini göstermektedir. Son dönemlerde alanyazında girişimcilik davranışı, girişimcilik niyeti ve duygusal zekâ arasındaki ilişkiye odaklı çok sayıda çalışmaya rastlamak

mümkündür. Girişimci kişilerin sahip olduğu özelliklere son yıllarda duygusal zekâ kavramı da ilave olmuş ve kavram girişimcilik araştırmalarında dikkat çekmeye başlamıştır. Yüksek duygusal zekâya sahip olan bireylerin girişimcilik niyetlerinin de daha fazla olduğu, aynı zamanda bu kişilerin yüksek oranda girişimci davranış sergiledikleri yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur.

Baltaş (2006)'a göre duygusal zekâ, hem bireylerin kişsel tatminini hem de iş başarısını önemli ölçüde etkilemektedir. Duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin, çalıştıkları iş yerinin başarısına olan katkıları büyüktür. Kendi duygularının farkında olan, onları yönetebilen ve aynı zamanda başkalarının duygularına karşı da duyarlı olan çalışanlar fikirlerini açıkça ifade edebilmekte ve güven temelli ilişkiler geliştirebilmektedirler. Kendilerini ve diğer çalışanları amaca yönelik olarak harekete geçirebilmekte, zor koşullar altında pozitif düşünme tarzını muhafaza edebilmekte, sorunlara yapıcı çözümler üreterek, sonuç olarak yüksek bir motivasyon sağlayabilmektedirler. Duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin sahip oldukları bu olumlu özellikler, onların daha girişimci özellikler sergileyebilecekleri yönündeki düşünceleri de doğrulamaktadır; aynı zamanda duygusal zekâsı yüksek bireyler yaratıcı özelliklere sahiptir, yaratıcılığın da girişimcilik için önemli bir özellik olduğu düşünülürse, duygusal zekânın girişimci davranışlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir (Polat ve Aktop 2010, s. 10). Erdem (2001, s. 44-47) ise girişimciliğin en temel özelliğinin risk alabilmek olduğunu ifade ederek; belirsizlik ortamında risk alarak girişimci faaliyette bulunmanın bir duygusal zekâ özelliği olduğunu aynı zamanda bazı durumlarda tedbirli davranarak risk almamanın da girişimcinin duygusal zekâsının bir yansıması olduğunu belirtmektedir. Nikolaou ve Tsaousis (2002) ise yüksek duygusal zekâya sahip çalışanların strese ve çevredeki strese neden olan faktörlere karşı daha fazla tolerans gösterdikleri, stresle başa çıkma becerisinin girişimcilik için önemli bir role sahip olduğu, bu bireylerin duygu düzenlemeye ilişkin yeteneklerini de daha iyi kullandıkları ve bu yetenekleri sayesinde streslerini azaltıp girişimci davranışlarını arttırarak avantaj elde ettiklerini çalışmalarında özellikle belirtmişlerdir.

Son dönemlerde duygusal zekâ kavramının girişimcilik niyeti üzerinde sahip olduğu etkiye odaklı çalışmalar dikkat çekmektedir. Araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre, duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde bir ilişki mevcuttur (Zampetakis ve diğ., 2009; McLaughlin, 2010; Zakarevičius ve Župerk, 2010; Ahmetoğlu

ve diğ., 2011; Uslu, 2015; Timuroğlu ve Akpunar, 2017; Tiwari ve diğ., 2017). Zampetakis ve diğ. (2009); duygusal zekânın girişimci davranış üzerinde olan etkisinin iki yolla gerçekleştiğini ileri sürmüştür. Bunlardan birincisi özdeğerlendirmedir ki, çalışanlar yüksek bir seviyedeki duygusal zekâ ile çevrelerindeki strese sebep olabilecek faktörlere karşı yüksek oranda tolerans gösterebilirler; diğeri ise, yüksek proaktif bilgilendirme, yine yüksek duygusallık ve yaratıcı ortamlarda girişimci davranış gösteren yüksek bir duygusal zekâya sahip olan bireyleri içerir**.** Mortan ve diğ. (2014, s. 98-99)'ne göre araştırmalarda her ne kadar duygusal zekâ ve girişimcilik konuları üzerindeki çalışmalara rastlanmış olsa da, duygusal zekânın alt boyutlarının girişimcilik süreci üzerindeki rolü ile ilgili az sayıda bulguya rastlanmaktadır. Ayrıca, girişimcilik potansiyeli üzerinde duygusal zekânın etkilerine değinen hemen hemen hiçbir kaynak mevcut değildir. Bütün bu çalışmalar değerlendirildiği zaman, duygusal zekânın girişimcilik alanında yapılan araştırmalarda kullanımının artarak devem edeceği düşünülmektedir.

Duygusal zekâ ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar: Zakarevičius ve Župerk (2010)'in araştırma sonuçları göstermektedir ki duygusal zekâ girişimciliğin gelişiminde çok önem taşıyan bir faktördür. Ahmetoğlu ve diğ. (2011)'nin çalışmaları yüksek düzeydeki duygusal zekânın girişimcilik davranışı ve girişimcilik başarısı üzerine olan etkisini araştırmış ve duygusal zekânın girişimcilikle ilgili bazı çıktıları ile aralarında pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Duygusal zekâ ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi ele alan bir diğer çalışma ise, Awwad ve Ali (2012) tarafından gerçekleştirilmiş olan bir çalışmadır. Araştırmacılar çalışmalarında, yöneticilerin duygusal zekâlarının endüstriyel KOBİ'lerin girişimcilik yönelimine olan etkisinde örgüt kültürünün ve çalışanların yaratıcılıklarının aracılık rolünü ele almışlardır. Araştırmanın sonucunda bu üç faktörün, KOBİ'lerin girişimcilik yönelimi üzerinde hem pozitif yönde hem de doğrudan bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Diğer taraftan duygusal zekâ ile girişimcilik arasında pozitif ve güçlü bir ilişkinin var olmadığı sonucunu elde etmiş olan çalışmalar da mevcuttur. İsviçre'de ileri teknolojiye sahip olan küçük firmaların sahip-yöneticileri üzerinde Pachulia ve Henderson (2009) tarafından gerçekleştirilen araştırmada duygusal zekâ ile girişimcilik yönelimi arasındaki ilişki inceleme konusu yapılmıştır. Sonuç olarak, girişimcilik yöneliminin alt boyutları ile duygusal zekânın alt boyutları arasında bir ilişki bulunamamıştır. Alanyazında yer alan

çalışmalar duygusal zekâ ile girişimci kişilerde olması gerekli olan liderlik özellikleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu gösterse de (Delice ve Günbeyi, 2013, s.226), Cin ve Günay(2013)'ın gerçekleştirdiği çalışma Edirne ilindeki girişimcilerin girişimcilik tipleri (alt boyutları) ile duygusal zekânın altboyutları arasında negatif ilişkilerin çokluğuna özellikle dikkat çekmektedir. Olumsuz sonuç elde edilen bir başka çalışma ise Ghorbani ve diğ. (2012)'nin teknopark çalışanlarının girişimciliğini belirlemek için yapılan çalışmadır. Araştırmada Bar-On'un geliştirdiği duygusal zekâ modeli kullanılmış ve duygusal zekâ ve girişimcilik arasında güçlü olmayan bir ilişki bulunmuştur.

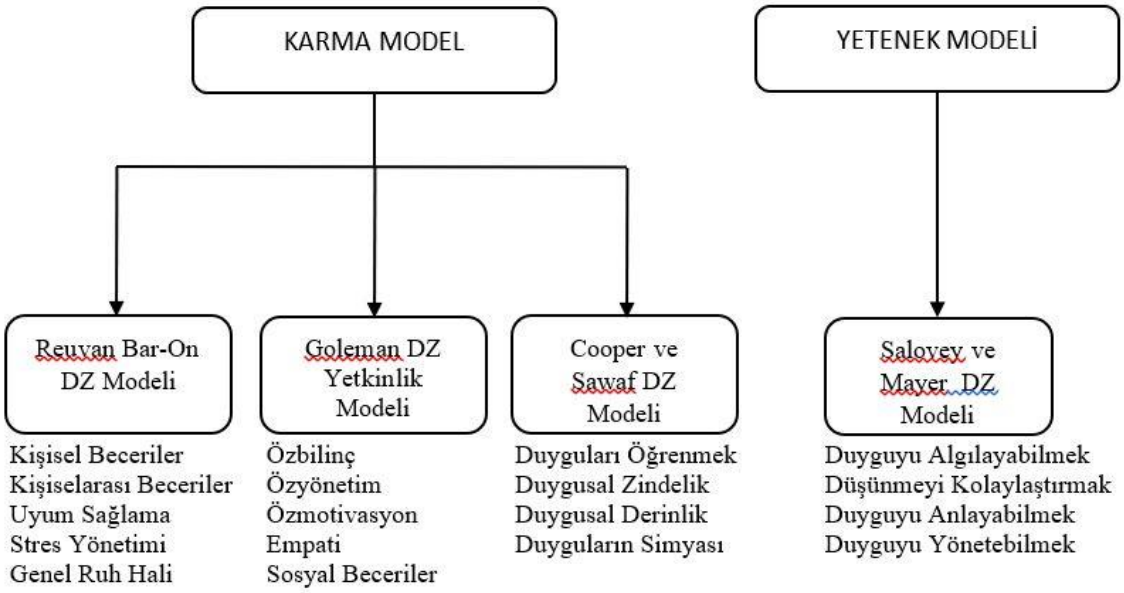
Duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar: Zampetakis ve diğ. (2009)'nin üç farklı Yunan üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırma, bu alanda oldukça önem taşıyan ve ilk sayılabilecek çalışmalardandır. Araştırmacılar geliştirmiş oldukları model ile duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemişler, duygusal zekâ ile girişimciliğe yönelik tutum arasında pozitif bir ilişkinin var olduğuna, aynı zamanda duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında da yine pozitif bir ilişkinin varolduğuna, diğer taraftan ise duygusal zekânın girişimcilik niyetini dolaylı olarak etkilediğine ilişkin hipotezler oluşturmuşlar ve araştırma sonucunda iki önemli bulguya ulaşmışlardır. Bu bulgulardan birincisine göre; proaktiflik ve yaratıcılık özellikleri, duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında aracı role sahiptir. İkincisine göre ise; proaktiflik ve yaratıcık özelliğinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimciliğe yönelik tutum aracı role sahiptir. Dolayısıyla duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerinde dolaylı bir etkisi vardır. McLaughlin (2010) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucu yüksek öz yeterlilik düzeyinin yüksek girişimcilik niyetine yol açtığını; aynı zamanda duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında pozitif, önemli bir ilişkinin var olduğunu ortaya koymuştur. Zampetakis ve diğ. (2009)'nin çalışmasından bir yıl sonra Zakarevičius ve Župerk (2010) yine öğrenciler üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiş, Zampetakis ve diğ. (2009)'nin modeline bazı eklemeler yaparak modeli geliştirmişlerdir. Geliştirmiş oldukları model ile kişisel özelliklerin (başarma ihtiyacı, risk alma eğilimi, iç kontrol odağı, kendine güven) duygusal zekâ üzerindeki etkisine ayrıca duygusal zekânın alt boyutlarının proaktiflik, yaratıcılık, girişimciliğe yönelik tutum ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; duygusal zekâ girişimciliğin gelişiminde

çok önemli bir faktördür, aynı zamanda duygusal zekânın eğitilmesi kişinin kendi işini kurmaya yönelik olan girişimci davranışını da pozitif olarak arttırmaktadır. Mortan ve diğ. (2014) yaptıkları çalışmada, duygusal zekânın alt boyutlarının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolü üzerinde durmuşlardır. Araştırma sonuçları, duygusal zekânın sadece iki altboyutunun (duyguları anlama ve duyguları kullanma) özyeterlilik üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu, özyeterliliğin ise duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında aracı role sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitim bölümü öğrencilerinin sahip olduğu duygusal zekâ faktörlerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiş olan Uslu (2015)'nun araştırma sonuçlarına göre girişimcilik niyetinin; duygusal zekânın alt boyutlarından empati, kişilerarası ilişkiler, iç motivasyona sahip olma ve kendini bilme ile doğru yönlü, ruh halini ayarlama ile ters yönlü bir ilişkisinin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin girişimcilik niyeti arttıkça diğer taraftan duygusal zekâ düzeylerinin de arttığı, girişimcilik niyetinin oluşumunda duygusal zekânın önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini Erzurum Atatürk Üniversitesinde görev yapan araştırma görevlileri üzerinde inceleyen Timuroğlu ve Akpunar (2017)'ın araştırma sonuçları duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında güçlü bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Bu araştırmanın sonucuna göre, duygusal zekâsı yüksek olan araştırma görevlilerinin aynı zamanda girişimcilik niyetlerinin de yüksek olacağını söylemek mümkün olacaktır. Tiwari ve diğ. (2017) tarafından Hindistan da 230 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen duygusal zekâ ve öz yeterliliğin sosyal girişimciliğe yönelik tutum ve sosyal girişimciliğe yönelik niyet üzerindeki etkisini inceleyen çalışma ile duygusal zekânın hem tutum, hem de sosyal girişimcilik niyeti üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca hem duygusal zekâ hem de öz yeterliliğin, hem tutum hem de sosyal girişimcilik niyeti ile aralarında pozitif ve önemli bir ilişki mevcuttur. Ağırman ve Naktiyok (2018) tarafından 238 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre, duygusal zekânın girişimcilik niyetinin ortaya çıkmasında önemli bir etkiye sahip olduğu sonucu elde edilmiştir.

2.2.2. Duygusal Zekâ Modelleri

Duygusal zekâyı ölçmek için geliştirilen duygusal zekâ modelleri duygusal zekânın ölçülmesi yönünde araçların geliştirilmesini sağlayarak, bu doğrultuda alana önemli katkılar sağlamışlardır. Konu ile ilgili yapılan araştırmalarda en çok kullanılan duygusal zekâ modelleri kısaca irdelenecektir, bu modeller (Edizler, 2010, s. 2972-2976; Mortan ve diğ., 2014, s. 98):

- Reuvan Bar-On'un Duygusal Zekâ Modeli,
- Daniel Goleman'ın Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli,
- Robert K. Cooper ve Ayman Sawaf'ın Duygusal Zekâ Modeli,
- Mayer ve Salovey'in Duygusal Zekâ Modeli.



Şekil 7. Duygusal Zekâ Modelleri

Duygusal zekâ modelleri ile ilgili alanyazında üç farklı yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşımlar; yetenek yaklaşımı, karma yaklaşım ve bütünleyici yaklaşım (Mortan ve diğ., 2014, s. 98) olarak ifade edilmektedir. Mayer ve Salovey'in geliştirmiş olduğu model yetenek modeli; Bar-On, Goleman, Cooper ve Sawaf'ın modelleri de alanyazında karma modeller olarak ifade edilmektedir. Yetenek modeli sadece bireyin duygularına odaklı bir yaklaşımdır, o yüzden daha dar bir çerçeveye sahiptir, karma modeller ise duyguların yanı

sıra kişisel beceriler, kişiselarası beceriler ve sosyal becerileri de içerdiğinden daha kapsamlı ve geniş çerçeve sunan modellerdir.

Mayer ve Salovey'e göre yetenek yaklaşımı, özel yetenek ve kapasitenin duygusal zekâ için önemli olduğu düşüncesine odaklıdır. Yazarlar tarafından bu yetenekler; duyguların algılanması ve tanımlanması, duyguların düşünmede kullanılması (özellikle de duyguların değerlendirilmesi, sınıflandırılması ve bu duygularla iletişim kurmak için gerekli olan dil kabiliyeti) ve duyguların yönetimi şeklinde ifade edilmiştir (Mayer vd., 2003, s. 97).

Her bir alan; erken çocukluk döneminden, ilerleyen dönemlere doğru geliştirilerek incelenmiş, ayrıca bu dört boyut hiyererşik olarak da düzenlenmiştir. Duyguların algılanması (temel) en alt düzey, duyguların yönetimi ise, karmaşık (en üst) düzey olarak tanımlanmıştır. Böylelikle kişinin kendi duygularını ve başkalarının duygularını düzenlemesi, diğer üç boyutun üzerine inşa edilmiştir. Diğer bir yaklaşım olan karma yaklaşım ise, Bar-On (1997) tarafından tasarlanmıştır ve karma nitelikleri esas alan bir modeldir. Bar-On (1995) duygusal zekâyı, çevresel talep ve baskılarla başa çıkmasında kişinin yeteneklerini etkileyen bilişsel olmayan kapasitenin, yetkinliklerin ve becerilerin sıralaması olarak tanımlamıştır. Bar-On 'un modeli; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyum sağlama, stres yönetimi ve genel ruh hali olmak üzere toplam beş adet alt boyuttan oluşmaktadır. Genelde, karma duygusal zekâ modelinin, duygusal yeterliliklerin yanında, çevresel faktörlerle birlikte kişilik özelliklerinin geniş bir kısmını değerlendirme eğiliminde olduğu görülmektedir (Mayer vd., 2000, s. 402). Diğer taraftan Cartwright ve Pappas (2008) ise bu modelin Goleman'ın modeli ile olan benzerliğine dikkat çekmiştir. Goleman kaleme aldığı "Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?" isimli kitabında duygusal zekâ modelleri ile ilgili şu değerlendirmeyi yapmaktadır: Duygusal zekâ modelleri birbirinden farklı bakış açılarına sahiptir. Salovey ve Mayer'in modeli, IQ ile ilgili yapılmış olan ilk dönem çalışmalarla biçimlenmiş zekâ geleneğine dayanmaktadır. Bar-On'un duygusal zekâ modeli ise, duygusal sağlık konusundaki araştırmacının kendi çalışmalarını esas almaktadır, benim modelim ise, iş performansı ve kurumsal liderliğe odaklıdır (Goleman, 1995, s. 12). Ayrıca Goleman "İşbaşında Duygusal Zekâ" kitabında duygusal zekânın ana unsurlarının (öz bilinç, öz yönetim, sosyal bilinç ve ilişki yönetimi kabiliyeti) iş başarısına ne şekilde aktarılacağını ifade eden

geniş bir çerçeve ortaya koymaktadır (Goleman, 1995, s. 15). Alanyazında yer alan duygusal zekâ modellerine aşağıda kısaca değinilecektir.

2.2.2.1. Reuvan Bar-On'un Duygusal Zekâ Modeli. Bar-On tarafında geliştirilen duygusal zekâ modeli, karma modeller içinde yer almakta ve aynı zamanda bu alanda geliştirilen ilk model olma özelliğini taşımaktadır.

Bar-On duygusal zekâyı, çevresel talep ve baskılarla başa çıkmasında kişinin yeteneklerini etkileyen bilişsel olmayan kapasitenin, yetkinliklerin ve becerilerin sıralaması olarak tanımlamıştır. Bar-On, bireylerin hayat başarısına katkı sağlayan beş alan belirlemiştir (Mayer vd., 2000, s. 401), bu alanları; kişisel işlev, kişilerarası kabiliyet, uyumlu olma, stres yönetimi ve genel ruh hali olarak ifade edebiliriz. Kişisel işlev; kişilerin duygu, his ve düşüncelerini anlayabilme yeteneğidir. Başka kişilerin duygularını anlama ve farkında olma ise kişilerarası yetenektir. Uyumlu olma, farklılaşan koşullar altında esnek olabilme, aynı zamanda duygularını da değiştirebilme yeteneğidir. Strese karşı mücadele edebilme ve duygularını kontrol edebilme yeteneği ise stres yönetimi olarak tanımlanır (Bar-On, 2005, s. 18–19). Bar-On (1997), duygusal zekâ envanterini ise *"neden bazı bireyler hayatta diğerlerine göre daha başarılı olma kabiliyetine sahipler?"* sorusunu esas alarak geliştirmiştir (Edizler, 2010, s. 2974).

Ölçek psikolojik ölçüm alanındaki ilk duygusal zekâ ölçeğidir. duygusal zekâ envanteri; toplam 133 tema, 5'li likert değerlendirmesi ve 5 adet genel duygusal zekâ alanından meydana gelmektedir. Bu alanlar ise; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyum sağlama, stres yönetimi, genel ruh hali olarak ifade edilerek, 15 adet yetkinlik kategorisi ile de ölçülmektedir (Edizler, 2010, s. 2974; Beceren, 2012, s. 72-74). Bar-on tarafından geliştirilen bu model, daha sonraki dönemlerde geliştirilen duygusal zekâ modellerine temel oluşturmuştur.

2.2.2.2. Goleman'ın Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli. Duygusal zekâ konusunda geliştirilmiş bir başka model ise, Goleman tarafından geliştirilmiş olan "Duygusal Zekâ Yetkinlik Modelidir. Goleman (1998, s. 393) duygusal zekâyı, kişinin kendisinin ve diğer kişilerin duygularını tanıması, kendisini motive ederek, hem kendi içindeki hem de ilişkilerindeki duyguları yönetebilmesi yetisi olarak tanımlamış, "Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir" isimli kitabında duygusal zekânın beş boyutundan sözetmiştir, bu boyutlar:

- Öz bilinç (Kişinin Kendisiyle İlgili Farkındalıkları),
- Öz yönetim (Duyguları Yönetebilme),
- Öz motivasyon (Kendini Harekete Geçirme),
- Empati (Başkalarının Duygularını Anlama),
- Sosyal Beceri (İlişkileri Yönetebilme) olarak ifade edilmiştir (Goleman, 1995, 73-74).

Özbilinç: Kendini tanıma, duygusal zekânın temelini oluşturur. Duygularının farkında olabilme yeteneği kendini anlamak açısından şarttır, gerçek duygularımızın farkında olamamak bizi o duyguların insafına bırakır. Duygularını tanıyan bireyler hayatlarını daha başarılı bir şekilde yönetirler, bireysel karar gerektiren konularda düşüncelerinden daha emin olurlar.

Özyönetim (Duygularını Yönetebilme): Duyguları yönetebilme yeteneği, özbilincin üzerinde gelişir. Bu yeteneği kuvvetli olan kişiler olumsuz olaylar karşısında kendilerini daha rahat toparlayabilirken, zayıf olan kişiler ise sürekli olarak huzursuzluklarla mücadele ederler.

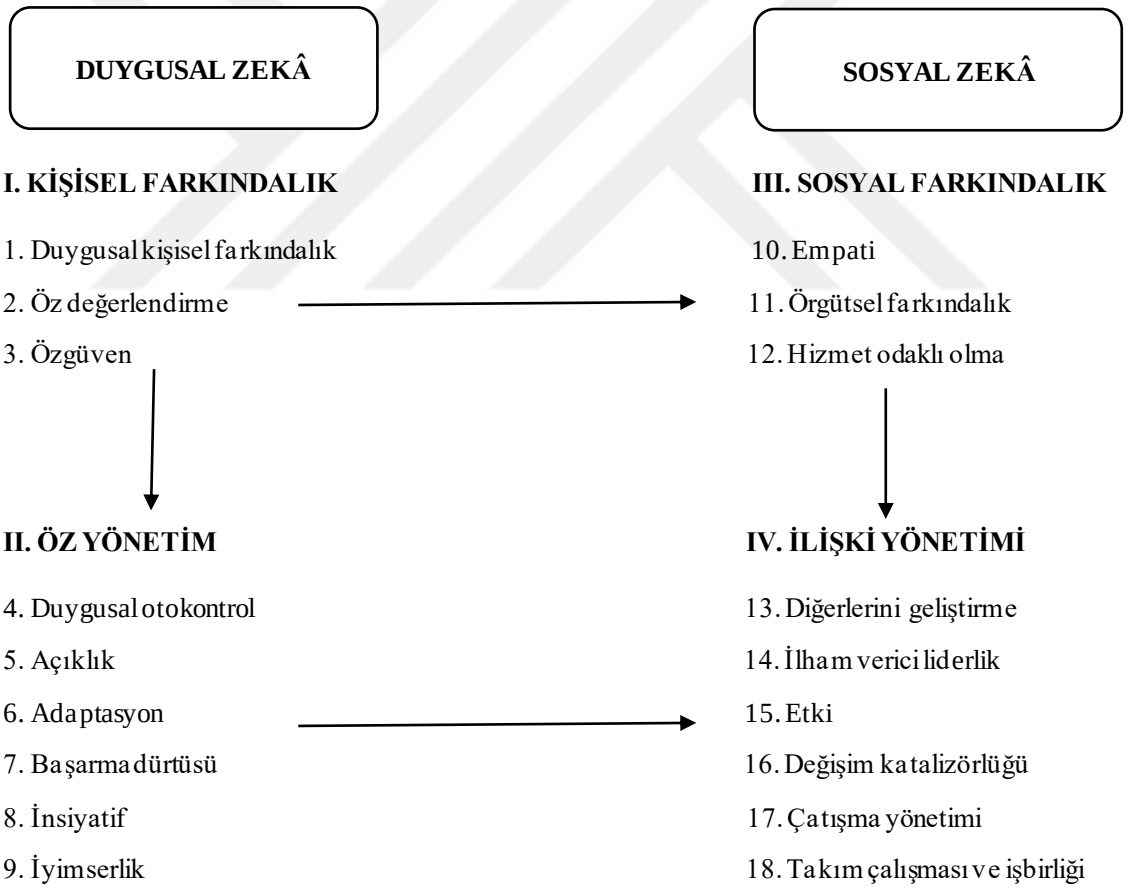
Özmotivasyon (Kendini Harekete Geçirme): Kişinin duygularını bir amaç doğrultusunda toparlayabilmesi, kendini motive edebilmesi, kişinin kendine hakim olabilmesi ve yaratıcılığı açısından çok önem taşımaktadır. Duygusal özdenetimi sağlayabilme (doyumu erteleme ve fevri davranışları kontrol etme), kişinin başarısının altında yatan temel özelliktir. Olaylar karşısında tıkanıp kalmamak, yüksek performansı mümkün hale getirir; kendini harekete geçirme yeteneğine sahip olan kişiler yaptıkları işlerde daha üretken ve daha etkili olmaktadırlar.

Empati (Başkalarının Duygularını Anlama): Duygusal özbilincin temeli üzerinde gelişen başkalarının duygularını anlayabilme yeteneği, insan ilişkilerindeki temel beceridir. Empati yeteneğine sahip olan kişiler, diğer insanların ne istediği ya da neye ihtiyacı olduğu konusundaki sosyal sinyallere karşı çok daha hassastırlar. Bu özellikleri onları, insanın bakımıyla ilgili olan mesleklerde daha başarılı kılar.

Sosyal Beceri (İlişkileri Yönetebilme): İlişki sanatı, başkalarının duygularını idare edebilme becerisine dayanır; bu beceriler, popüleritenin, liderliğin ve kişiler arasındaki etkililiğin altında yatan faktörlerdir. Söz konusu becerilerini geliştirmiş olan kişiler,

başarılı etkileşim sürdürmeye dayalı olan alanlarda başarı göstererek çok parlak bir sosyal yaşantı sürdürürler (Goleman, 1995, s. 73-74).

Goleman (1995) yazdığı "İşbaşında Duygusal Zekâ" ve yine Goleman ve diğ. (2000) tarafından kaleme alınan "Yeni Liderler" isimli kitaplarında da duygusal zekânın beş boyutu ve yirmi beş alt boyutu üzerinde durmuştur; özbilinç, özdenetim ve özmotivasyon boyutlarını kişisel yetkinlikler; empati ve sosyal beceriler buyutlarını ise sosyal yetkinlikler başlıkları altında toplamıştır (Beceren, 2012, s. 80-94). Boyatzis ve Goleman (2006) daha sonraki çalışmalarında ise duygusal zekâ modelinin sınıflandırmasını geliştirmişler ve iki farklı boyutu (duygusal ve sosyal zekâ) içeren yeni bir kavram ortaya atmışlardır (Edizler, 2010, s. 2975).



Şekil 8. Sosyo-Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli

Kaynak: Goleman ve diğ. (2002). Akt: Edizler (2010, s.2976).

Goleman ve diğ. (2002)'ne göre kişisel alan; duygusal zekâ yetkinlikleri olarak sınıflandırılmıştır, bireysel farkındalık ve özyönetim bu alana girmektedir. Kişilerarası alan ise; sosyal zekâ yetkinlikleri adıyla ifade edilmiştir ve sosyal farkındalık ve ilişki yönetimini kapsamaktadır. Sosyo-Duygusal Zekâ Modeli olarak bilinen bu modele göre sosyo-duygusal zekâ kavramı kişisel farkındalık ve özyönetim (duyguların kişisel olarak yönetiminin davranışsal boyutu) ile başkalarının duygu ve düşüncelerini algılama ile ilgili olan kişilerarası farkındalık ve sosyal becerilerin davranışsal boyut farklılıklarını içermektedir (Goleman ve diğ. 2002, s. 77; Edizler, 2010, s. 2975). Bu model iş yaşamında özellikle iş performansı ve insan kaynaklarının seçim süreci ile ilgili çok önemli bir alt yapı sunmaktadır, iki genel boyut, dört boyut ve onsekiz alt boyuttan (yetkinlik sınıflaması) oluşmaktadır (Edizler, 2010, s. 2975). Goleman'ın zaman içerisinde geliştirmiş olduğu bu model, sosyal zekâ kavramına vurgu yapmış ve bu özelliği sayesinde iş yaşamında pratik uygulamalarda da başarılı bir şekilde kullanım alanı bulmuştur.

2.2.2.3. Robert K. Cooper ve Ayman Sawaf'ın Duygusal Zekâ Modeli. Cooper ve Sawaf (1997, s.xiii) yayımlamış oldukları "Executive EQ" isimli kitaplarında duygusal zekâyı; " duyguların gücünü ve erdemini; bir insan enerjisini, bilgi, bağlantı ve ilham olarak hissedebilme, anlayabilme ve etkili bir şekilde uygulama yetisi" olarak tanımlamışlar ve aynı zamanda bir duygusal zekâ modeli geliştirmişlerdir; bu model, dört adet boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; duyguları öğrenmek (kişinin kendi duygularını ve bu duyguların işlevlerini bilmesi), duygusal zindelik (duygusal dayanıklılık ve esnekliği içerir), duygusal derinlik (duyguların yoğunluğu ve gelişme potansiyeli), duyguların simyası (yaratıcılığı teşvik etmek için duyguları kullanma yeteneği) dır (Cooper ve Sawaf, 1997; Schutte ve diğ., 1998, s. 168). Cooper ve Sawaf (1997) geliştirmiş oldukları bu modeli Çakar ve Arbak (2004, s.39-40)'a göre örgüt içinde irdeleyerek, duygusal zekâ ile liderlik ilişkisi üzerinde özellikle durmuşlardır. Model; kuramsal olarak bir takım sorunlara sahip olmakla birlikte, örgütlerde duygusal zekânın önemine ve yerine ilişkin önemli bilgiler sunmaktadır. Cooper ve Sawaf'ın duygusal zekâ modeli bilişsel yeteneklerin yanında, bilişsel olmayan kavramları (geleceği yaratmak gibi) da içerdiği için karma bir model olarak kabul edilmektedir.

2.2.2.4. Peter Salovey ve John. D Mayer'in Duygusal Zekâ Modeli. Mayer ve Salovey (1997)'in duygusal zekâ modeli ise yetenek modeline örnek teşkil etmektedir. Salovey ve Mayer, duygusal zekânın sadece yetenek ile ilgili olan bölümlerini ele alıp değerlendirmişler ve bu doğrultuda duygusal zekâyı ölçmek için bir ölçek geliştirmişlerdir.

Mayer ve Salovey (1993)'in duygusal zekâ tanımı duyguların sözlü ve sözsüz olarak değerlendirilmesi ve ifade edilmesini, kişilerin kendi duygularını ve diğer kişilere ait duyguları düzenleyebilmesini ve ayrıca duygusal bir içeriğe sahip olan problemlerin çözümü noktasında duygulardan yararlanılmasını içermektedir. Mayer ve Salovey (1993) geliştirmiş oldukları modelin duygusal yeterlilik olarak ifade edilebileceğini ama çerçevelerini zekâya odaklı olan literatüre bağlayabilmek adına kavram olarak zekâyı seçtiklerini ifade etmişlerdir (Mayer ve Salovey, 1993). Daha sonraki yıllarda Mayer ve Salovey (1997) bu tanımı geliştirerek duygusal zekâyı, "duyguları doğru olarak algılama, ifade etme ve değerlendirme, duyguları düşüncelere yol gösterecek şekilde oluşturma ve kullanma, duyguları ve duygusal bilgileri anlama ile duygusal ve entelektüel bir gelişim için kişinin kendisindeki ve diğer kişilerdeki duyguları düzenleyebilme yeteneği" olarak ifade etmişlerdir (Mayer ve Salovey, 1997, s. 5). Duygusal zekâya sahip olan bireyler hem kendi duygularını daha iyi anlayabilmekte, hem de duygusal zekâsı düşük olan bireylerden çok daha hızlı bir şekilde pozitif ruh haline dönebilmektedirler (Mayer ve Salovey, 1993, s. 437).

Mayer ve Salovey (1997, s. 10–11) duygusal zekâyı; duygusal algılama, duygusal kolaylaştırma/bütünleşme adı altındaki basit süreçlerden, duyguyu anlama ve yönetme gibi daha karmaşık süreçlere doğru toplam dört bölümde düzenlemişlerdir.

Mayer ve Salovey (1997) geliştirdikleri çok faktörlü duygusal zekâ ölçeğinde duygusal zekânın sadece yetenek ile ilgili olan alanlarını ele almışlardır. Bu ölçek 12 adet yetenek testini içermekte ve "Çok Yönlü Duygusal Zekâ Ölçeği" adını taşımaktadır. Daha sonraki yıllarda ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik konusundaki eksikliklerini giderebilmek için daha kapsamlı, profesyonel kullanıma uygun, yeni versiyonu sanayide kullanılan bir duygusal zekâ ölçeği Mayer, Salovey ve Caruso (1999) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek yazarların isimlerinin ilk harflerini içermekte ve MSCEIT (Mayer- Salovey- Caruso Emotional Intellıgence Test) adıyla tanınmaktadır. Bu test, çok sayıda ölçüm aracını

kapsamaktadır, aynı zamanda yüksek derecede geçerlilik ve güvenilirliğe de sahiptir (Mayer ve Salovey, 1997; Caruso ve diğ., 2002, s. 307; Lopes ve diğ., 2003, s. 642; Mayer ve diğ., 2008; Edizler, 2010, s. 2972). Mayer, Salovey ve Caruso (1999)'nun ölçeğinde duygusal zekânın dört boyutu yer almaktadır. Bu boyutlar (Caruso ve diğ., 2002, s. 307; Lopes, ve diğ., 2003, s. 642; Edizler, 2010, s. 2972; Beceren, 2012, s. 76-79; Uslu, 2015, s. 25); duyguları algılayabilmek (duyguları tahmin etme ve hisleri anlama), düşüncenin duygusal olarak kolaylaştırılması (duyguların verimli olarak düşüncede kullanılması), duyguları anlayabilmek (karmaşık ve eş zamanlı duyguları analiz etmek, sınıflandırmak ve duygusal bilgiyi işletmek), duyguları yönetebilmek (duyguların, entelektüel ve duygusal gelişimin sağlanması için gelişimi ve düzenlenmesi) şeklinde ifade edilmiştir.

Geliştirilen bütün bu duygusal zekâ modelleri ve ölçeklerinin yardımıyla duygusal zekâ ölçümü yapılabilmiş, bu durum farklı disiplinlerde kullanılan kavramın girişimcilik araştırmalarında da ağırlıklı olarak kullanılmasına yol açmıştır.

2.3. Risk Alma Eğiliminin Kavramsal Analizi

Risk alma eğilimi, alanyazında girişimcilik niyetine etki eden en önemli kişilik faktörlerindenden birisi olarak yer almıştır; hatta girişimcilik denildiği zaman akla ilk gelen kavramın risk ile ilgili kavramlar olduğunu ve aynı zamanda girişimcilik araştırmalarında en fazla konu edilen kavramın yine risk ve riskle ilgili kavramlar olduğu söylenebilir.

Hofstede (1991)'ye göre risk, bir olay ya da olgunun meydana gelme olasılığının oranıdır (Erdem, 2001, s. 44). Balıkçı (2009) riski, istenmeyen bir olayın ortaya çıkma olasılığı olarak tanımlarken, Davidson (2002) ise benzer bir şekilde risk kavramını istenmeyen neticelerle karşılaşma olasılığı olarak ifade etmiştir (Erdoğmuş, 2004, s. 30). Riskin tanımından hareketle kişiler riske karşı bir algı meydana getirirler; kişilerin beyinlerinde meydana gelen risk algısı, risk alma eğilimleri üzerinde de oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Risk algısı Renn ve Rohman (2000) tarafından, bireylerin karşı karşıya kaldıkları veya kalmaları olası olan risklere karşı sahip oldukları yargıları ifade etmektedir (Timuroğlu ve Çakır, 2014, s. 124). Risk alma; yapılan faaliyetin sonuçlarını bilmeden, bilinmeyen bir bölge veya bilinmeyen şartlarda karar verme davranışını içermektedir (Wakkee ve diğ., 2008). Risk alma eğilimi ise, risk ve belirsizliklerle baş etme ve bu

durumlara katlanabilme seviyesi olarak tanımlanmıştır (Raab ve diğ., 2005, s.75). Günümüze kadar yapılmış olan çalışmaların bir bölümünde girişimcilerin girişimci olmayan kişiler ile kıyaslandığında daha fazla risk alma davranışı sergiledikleri savunulurken, diğer bazı araştırmalarda ise girişimcinin aslında risk alan kişi değil, riski yöneten kişi olduğu savunulmaktadır (Erdem, 2001, s. 44). Girişimci, çoğunlukla diğer kişilerden daha çok riske katlanan kişi olarak tanımlanır. Girişimcilerin risk almaya olan yatkınlığı ile ilgili aslında iki farklı durum söz konusudur ve risk alma eğilimi bu iki durumda birbirinden farklılık gösterecektir; bunlardan birincisi şansa bağlı bir durumken, diğeri girişimcinin yeteneklerine bağlı bir durumdur. Girişimcinin ikinci durumda risk almaya yönelik eğilimi birinci durumdakinden daha fazladır (Macko ve Tyszka, 2009, s. 470). Kişilik yapısıyla ilgili girişimci faktörler üzerine odaklı çalışmaların yoğunlaştığı konulardan biri Aytaç (2006, s. 142)'a göre hesaplı risk alma özelliğidir. Girişimcinin özelliği de bu noktada ortaya çıkmaktadır şöyle ki, başarılı girişimciler şans eseri risk alan kişiler değil, sahip oldukları yeteneklerini kullanarak riski fırsat olarak değerlendirebilen yani hesaplı risk alan kişilerdir, kısacası girişimcinin risk alma eğilimi sıradan bir eğilim olmayıp, kişinin yeteneklerine bağlı özel bir durumdur, aynı zamanda girişimciyi girişimci olmayan kişilerden farklı kılan, ayırt edici bir özelliktir.

Girişimcilerin birbirinden farklı risk alma davranışı sergilediklerini düşünmek; girişimcilik açısından risk faktörünü değerlendirmede daha doğru bir davranış olarak kabul edilebilir. Risk, verilecek kararlarla ilgili belirsizlik içeren bir durumdur ve bu noktada önem taşıyan husus, girişimcinin riske karşı göstereceği belirsizliğe karşı toleransıdır. Belirsizlik toleransı; girişimcinin belirsiz bir durumla karşı karşıya geldiğinde, bu belirsizlikle başa çıkabilme yeteneğidir. Bu aşamada girişimcinin sahip olduğu başarma ihtiyacı, dayanıklılık durumu, iç kontrol odağı ve azim gibi girişimciyi girişimci olmayan kişilerden ayıran kişilik özellikleri ve duygusal zekâ unsuru devreye girmektedir (Erdem, 2001, s. 44-47). Sonuç olarak, sahip olduğu olumlu özellikler ve yüksek düzeyde duygusal zekâ kişinin belirsizliğe karşı tolerans göstererek hesaplı risk almasına ve aldığı bu riski doğru yönetmesine yol açmaktadır.

2.3.1. Risk Alma Eğilimi ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi

Risk alma eğilimi girişimcilik açısından oldukça önem taşıyan ve girişimcilik denilince akla ilk gelen kavramlardandır, çünkü girişimci olmak demek büyük ölçüde risk alabilme

özelliğine sahip olmak demektir. Yapılan çalışmalarda girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan çok sayıda kişisel faktör yer almaktadır fakat bunların arasında en sık karşımıza çıkan risk alma eğilimidir.

Risk alma eğilimi, risk alma veya riskten kaçınma yönelimini ifade eder. Girişimcilik kavramı risk alma eğilimi ile ilişkilidir; yapılan araştırma sonuçları (Ozaralli ve Rivenburg, 2016, s. 9) yüksek oranda risk alan kişilerin girişimcilik niyeti seviyelerinin daha kuvvetli olduğunu göstermektedir. Zhao ve diğ. (2010), risk eğiliminin diğer girişimcilik özellikleri ile karşılaştırıldığı zaman girişimcilik niyetinin en güçlü göstergesi olduğu, bunun yanında girişimcilik performansı ile olan ilişkisinin fazla önem taşımadığını ileri sürmektedirler. Bozkurt ve Baştürk (2009, s. 46)'e göre girişimcilik araştırmaları ağırlıklı olarak girişimcileri diğer kişilerden ayıran temel özelliklerin neler olduğu konusuna odaklanmıştır. Klasik literatür bu konuda; girişimcilerin farklı kişilik özelliklerine sahip olduğunu ileri sürmekte, aynı zamanda bu farklı özelliklerin risk ve belirsizliğe katlanabilme özelliği ile ifade edilebileceğine vurgu yapmaktadır.

İlgili yazın incelendiğinde, girişimciliğin tanımı gereği girişimcilik kavramının en fazla risk alma eğilimi ile ilişkilendirildiği görülmektedir, bu konuda yapılmış çok sayıda araştırma mevcuttur. Fini ve diğ. (2009)'ne göre başarma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, iç kontrol odağı amaç odaklı olma girişimcilik niyetini etkileyen en önemli psikolojik özellikler iken (Miranda ve diğ., 2017/b, s.71), benzer bir şekilde Çetin ve Varoğlu (2009, s. 56-58) tarafından bu özellikler risk alma eğilimi, başarma ihtiyacı, iç kontrol odağı, yenilikçilik, özerklik, proaktif kişilik özelliğine sahip olma, strese dayanıklı olma ve özyeterlilik olarak sıralanmıştır. Girişimcilik ve risk alma eğilimi arasındaki ilişki Miller ve Friesen (1982), Baird ve Thomas (1985), Begley ve Boyd (1987), Lumpkin ve Dess (1996), Stewart ve Roth (2001), Douglas ve Shepherd (2002), Ören ve Biçkes (2011)'in çalışmalarında yer bulmuştur (Karabulut, 2009, s. 335; Ensari ve Alay, 2017, s. 238). Bunun yanında girişimcilik ile risk alma arasında anlamlı bir ilişki tespit edemeyen çalışmalar da mevcuttur. Norton ve Moore (2002), girişimci olanlar ve olmayanları risk alma eğilimi açısından karşılaştırdıkları araştırmalarında bu iki grup arasında fark tespit edememişler ancak girişimcilerin girişimci olmayanlara kıyasla riske daha pozitif baktıkları şeklinde bir sonuç elde etmişlerdir. Miner ve Raju (2004) ise gerçekleştirdikleri meta analiz çalışmasında 14 araştırmanın sonuçlarını

incelemişler ve girişimciler ile yöneticiler arasında riske yatkınlık açısından bir fark bulamamışlardır.

Hem girişimcilerin hem de yöneticilerin görevi risk almayı gerektirse de genellikle girişimcilerin yöneticilerden daha fazla risk aldıklarına inanılır, çünkü girişimciliğin fonksiyonları daha az yapılandırılmış bir şekle ve daha fazla belirsizliğe sahiptir (Bearse, 1982), karar vermek için üst düzey sorumlulukları içerir (Knight, 1921; Kilby, 1971; Gasse, 1982). Dolayısıyla Udell (1980), Ahmed (1985), Begley ve Boyd (1987), J.W. Carland ve diğ. (1995), Hull ve diğ. (1999)'ne göre riske karşı toleranslı olan kişiler kendi seçimleri olan girişimcilik kariyerine yakınken, riskten kaçınan kişiler ise kariyerlerinde sözleşmeli olan işleri seçmektedirler (Stewart ve Roth, 2001, s. 146). Diğer taraftan Cromie (2000)'e göre kişilerin riskleri algılamaları sahip oldukları bilişsel yapılara göre farklılık arz etmektedir. Son dönemlerde girişimcilik araştırmalarında bilişsel yaklaşımdan elde edilen kavramların uygulanması ağırlık kazanmıştır; bu durumun göstergesi ise, bilişsel terimler çerçevesinde gerçekleştirilen başarılı girişimcilik araştırmalarıdır (Mitchell ve diğ., 2002, s. 93). Bilişsel bir yapı içinde şekillenen risk algısı, riski bir fırsat ya da tehdit olarak değerlendirme şeklinde ortaya çıkarak girişimcilik alanında yapılan çalışmalar üzerinde etkili olmuştur.

Risk ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar: Alanyazında risk ile girişimcilik kavramı arasında doğrudan, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkinin var olduğu sonucunu elde etmiş olan araştırmalar ağırlıktadır. Risk davranışına ilişkin Cramer ve diğ. (2002)'nin araştırma sonucunda girişimcilerin ücretli çalışanlar ile kıyaslandığı zaman daha az riskten kaçınma davranışı sergiledikleri, ayrıca riskten kaçınma davranışının kişilerin girişimci faaliyete yönelik cesaretlerini yok ettiği şeklinde bir sonuca ulaşılmıştır. Gentry ve Hubbard (2004) çalışmalarında girişimcilerin girişimci olmayanlara göre daha fazla risk toleransına sahip olduklarını iddia etmektedirler, Cramer ve Van Praag (2001) ise girişimcilik davranışında risk almaya karşı duyulan isteğin önemine vurgu yaparak bu konuda ciddi kanıtlar bulduklarını ileri sürmüşlerdir. Stewart ve Roth (2001), risk alma eğilimiyle ilgili 12 adet araştırmayı inceleyerek yapmış oldukları meta analiz çalışması sonucunda girişimcilerin risk alma eğilimlerinin yöneticilerden daha yüksek olduğunu bulgulamışlardır.

Grilo ve Thurik (2005) tarafından yapılan araştırmada, riske tolerans düzeyi ile girişimciliğe yönelik istek arasında pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimciliğe olan bakış açısını tespit etmeye yönelik gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda ise benzer şekilde girişimcilik fikrinin ortaya çıkmasıyla birlikte girişimcilerin aslında uzun süreli bir riski göze aldıkları ve girişimciliğin en öne çıkan özelliklerinden birinin risk alma özelliği olduğu ortaya çıkmıştır (Timuroğlu ve Çakır, 2014, s. 126). Diğer taraftan Miner ve Raju (2004) meta analizine tabi tuttukları 14 araştırmanın sonucunda girişimcilerin yöneticiler ile kıyaslandığında daha çok riskten kaçınma davranışına sahip oldukları sonucunu elde etmişlerdir. Girişimcilerin risk koşullarına bakış açıları girişimi başlatma kararları üzerinde etkili olduğu için, olayların meydana gelme olasılıkları ve bunun sonucunda elde edilecek kazanç ve kayıplara ilşkin algılamalar inceleme konusu yapılmıştır (Longenecker ve Schoen, 1975, s. 28). Riski algılama konusunda girişimciler toplumdaki diğer kişilerden farklılık arzetmektedirler, bu sebepten dolayı da Perry (1990, s. 27) tarafından girişimcilerin risk algısı ayırt edici bir özellik olarak ifade edilmektedir.

Risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli, girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar: Gürol ve Atsan (2006), öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırma ile risk alma eğilimi yüksek olan öğrencilerin bu eğilime sahip olmayan öğrenciler ile karşılaştırıldığında daha yüksek oranda girişimcilik eğilimi skoruna sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Bu konuda ilginç sonuçlar elde edilen bir çalışma ise Macko ve Tyszka (2009) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma iki farklı araştırmadan oluşmaktadır; birinci araştırma öğrenciler ile yapılmış, öğrenciler gelecekte girişimci olmak niyetinde olan 44 öğrenci, gelecekte girişimci olmak niyetinde olmayan 42 öğrenci ve hali hazırda (mezun olmadan önce) girişimci olan 40 öğrenci olmak üzere üç farklı gruba ayrılmıştır. Araştırma sonucunda, girişimcilik niyeti ile risk alma davranışı arasında bu üç grup açısından önemli bir farka rastlanmamıştır. Fakat diğer taraftan çalışma sonucunda, kadın ve erkekler arasında önemli derecede istatistiksel farklılıklar bulunmuş, erkeklerin kadınlara oranla girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. İkinci araştırma ise, iş hayatındaki çalışan ve girişimciler ile yapılmıştır. Hepsi erkek 39 çalışan ve 41 girişimci ile gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda ise birinci çalışmanın aksine gerçek iş hayatında risk üstlenme konusunda çalışanlar ile girişimciler arasında önemli farklılıklar bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin girişimcilik potansiyeli

üzerindeki etkisini incelemeyi hedefleyen ve Nevşehir Üniversitesi Meslek Yüksekokulu öğrencileri üzerinde yapılan Ören ve Biçkes (2011)' in çalışması, risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşmıştır. Remeikiene ve diğ. (2013)'in araştırmasından ise, girişimcilik niyetini etkileyen kişilik özelliklerinin (özyeterlilik, risk alma eğilimi, başarma ihtiyacı, proaktiflik, girişimciliğe yönelik tutum, davranışsal kontrol ve iç kontrol odağı) girişimcilik eğitimi ile geliştirilebileceği şeklinde bir sonuç çıkmıştır. Ailenin rol model alınmasının üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlayan Bozyiğit ve Yaşa (2015)'nın araştırmasında aynı zamanda fırsat odaklılık, başarı ihtiyacı, risk alma, yenilikçilik ve kendine güven faktörlerinin girişimcilik eğilimi üzerinde sahip olduğu etki araştırılmış ve risk alma eğiliminin girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğu yönünde bir veriye ulaşılmıştır. Babaları girişimci olan bireyler daha fazla risk alabilme özelliğine sahip olmaktadırlar. Risk alma eğilimi ve başarma ihtiyacının girşimcilik potansiyeli üzerindeki etkisini 475 adet meslek yüksek okulu öğrencisi üzerinde test eden Özdemir ve diğ. (2016), yine risk alma eğiliminin girişimcilik potansiyeli üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu şeklinde bir sonuca ulaşmışlardır. Amerikalı ve Türk öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerinde karşılaştırma yapan Ozaralli ve Rivenburg (2016) ise girişimciliğe yönelik pozitif bir tutumları olmasına rağmen hem Türk hem de ABD'li öğrencilerin düşük seviyede girişimcilik niyeti gösterdiklerini, risk eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmadan çıkan bir diğer sonuç ise; ABD'li öğrencilerin yüksek derecede riski girişimcilik ile ilişkilendirmeleri, Türk öğrencilerin ise ülkelerindeki ekonomik ve politik şartları girişimcilik açısından olumsuz bir durum olarak değerlendirmeleridir.

Risk alma eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında dolaylı bir ilişkinin varlığını konu edinen çalışmalar: Yukarıda ele alınan çalışmaların yanı sıra alanyazında risk alma eğilimi ile girişimcilik arasında dolaylı bir ilişkinin varlığı sonucunu elde etmiş olan araştırmalar da mevcuttur. Basım ve diğ. (2008) gerçekleştirmiş oldukları araştırma ile özyeterlilik algısı ile yenilikçilik ve risk alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymuşlardır. Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisini spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerinde araştıran Şeşen ve Basım (2012) başarı ihtiyacı ve riske toleransın girişimcilik

niyeti üzerindeki etkisini, özyeterlilik ve kontrol odağının baskıladığı şeklinde bir sonuç elde etmişlerdir. Bireysel, aile geçmişi ve sosyal çevre faktörlerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini irdeleyen, 2010 adet üniversite öğrencisi üzerinde Çinde gerçekleştirilen Peng ve diğ. (2012)'in araştırmasında ise risk alma eğiliminin subjektif normları etkilediği, subjektif normların da girişimcilik niyetini etkilediği ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifade ile, risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde dolaylı bir etkisi vardır. Riskten hoşlanmama davranışının girişimcilik niyeti üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkisini ortaya koyacak bir model geliştirmeyi hedefleyen Zhang ve Cain (2017)'in araştırmasından elde edilen sonuç ise, riskten hoşlanmama davranışı ile girişimcilik niyeti arasında direk bir ilişkinin bulunmadığı, riskten hoşlanmama davranışının dolaylı olarak girişimcilik niyetini azalttığı yönündedir. Risk algısının (riski bir fırsat olarak ya da tehdit olarak algılamak) ve ekonomik durgunluğun girişimcilik motivasyonu (kişisel tutum ve algılanan davranışsal kontrol) ve girişimcilik niyeti ile olan ilişkisi üzerine odaklanmış olan Nabi ve Liñán (2013)'ın çalışmasından elde edilen sonuç ise, risk algısı ile girişimcilik motivasyonu arasında güçlü bir ilişkinin mevcut olduğu; diğer taraftan risk algısının girişimcilik niyeti üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğu şeklindedir.

2.4. Girişimciliğe Yönelik Tutumun Kavramsal Analizi

Girişimci faaliyetin ortaya çıkma sürecinde girişimci davranışa yönelik tutum, bilişsel bir faktör olarak niyet üzerinde oldukça etkilidir. Alanyazında yer alan girişimcilik niyet modellerinde farklı adlar altında ifade edilen tutum kavramı, Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Modelinde subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol kavramları ile birlikte girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan üç önemli bileşenden biri olarak yer almakta, konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalarda ise ağırlıklı olarak dikkat çekmektedir. Kavram ayrıca; Shapero ve Sokol (1982)'un "Girişimci Olay Modeli", Krueger (1993)'in "Niyet Modeli", Krueger ve Brazeal (1994)'in "Potansiyel Girişimcilik Modeli"nde algılanan arzu edilebilirlik, Bird (1988)'in "Girişimci Niyet Modeli"nde sezgisel düşünce, Krueger ve Carsrud (1993)'un "Girişimci Planlı Davranış Modeli" ve Boyd ve Vozikis'in "Girişimci Niyet Modeli"nde ise tutum, Lent ve diğ. (1994, 2000)'nin "Sosyal Bilişsel Kariyer Teorisi"nde ise çıktı beklentisi ifadeleriyle yer bulmaktadır.

Belirli bir davranışı göstermeye yönelik olan tutum Ajzen (1991) tarafından, kişinin bu davranışı uygun ya da uygunsuz olarak ifade etme derecesi yani davranışla ilgili olumlu veya olumsuz değerlendirmesi olarak tanımlanmıştır. Kısacası tutum, davranışı yapmak için kişinin sahip olduğu isteğin bir algısıdır (Ajzen 1991, s. 188). Bu durum, davranışların çıktılarının bireysel etkisiyle ilgili olarak sahip olunan beklenti ve inançlara bağlı bir durumdur (Ariff ve diğ., 2010, s. 3). Tutum, kişilerin elde edecekleri çıktıların pozitif veya negatif sonuçlarına ilişkin sahip oldukları inançlarından meydana çıkmaktadır. Kişi yeni bir girişime başlama ile ilgili ne kadar çok sayıda olumlu çıktıların var olduğuna inanıyorsa, davranışa yönelik tutumu da o kadar fazla olacaktır. Bu durumun yanı sıra, yeni bir iş kurmaya yönelik de çok daha güçlü bir niyet içinde yer alacaktır (Kibler, 2013, s. 293). Özet olarak diyebiliriz ki; bir davranışı sergilemeye yönelik tutum ne kadar olumluysa, o davranışa yönelik geliştirilen niyet de o kadar güçlü olacaktır (Sabah, 2016, s. 90). Benzer bir ifadeyle kişisel tutum, bir davranışın kişisel arzu edilebilirliği olarak tanımlanmıştır (Krueger ve diğ, 2000). Kişinin bir davranışa yönelik olan tutumu; kişinin sahip olduğu algı, belirli bir davranışa yönelik kararları, bu durumun beklenen sonuçları ve çıktıların etkisi olarak ifade edilir (Ajzen, 1991, s. 188). Sözü edilen bu çıktılar ise araştırmalarda hayat kalitesi, bireysel bağlılıklar, bağımsızlık, stres, işbirliğinin yararları olarak ele alınmış, Shapero (1982)' dan sonraki yıllarda ise Krueger ve diğ. (2000) tarafından yapılan araştırmalar ile test edilmiştir (Khuong ve An, 2016, s. 106). Ajzen (1991), hedeflenen davranışa yönelik olan niyetin, söz konusu niyetin altında yatan tutumlara bağlı olduğuna dikkat çekmiştir; özellikle belirli bir faaliyete yönelmiş niyet, katılımcıların davranışın bireysel ve sosyal istenebilirliğine ilişkin algılarının yanı sıra, katılılmcıların bu faaliyetleri başarılı olarak gerçekleştirebileceklerine ilişkin düşüncelerine de bağlıdır (Ferreira ve diğ., 2012, s. 429).

Tarihi süreç içinde bazı araştırmacılar (Ajzen ve Fishbein,1980; Ajzen ve Madden 1986), davranışlarda geniş zaman aralıkları ile meydana gelen önemli değişimleri tutum faktörü ile açıklamak eğiliminde olmuşlardır. Benzer şekilde çok sayıda araştırmacı ise (Robinson ve diğ., 1991; Kolvereid, 1996; Autio ve diğ., 1997) belirli tutumların gelecekte kurulacak yeni girişimleri anlamaya yönelik sahip oldukları önemin farkında olmuşlar ve bu durumu gerçekleştirmiş oldukları çalışmalar ile de ispat etmişlerdir (Lüthje ve Franke, 2003, s. 137). Ajzen'in modeli psikoloji kökenli bir modeldir, modelin

niyet kavramını açıklama konusundaki başarısı sonraki dönemlerde girişimcilik alanında da kullanılmasına yol açmıştır. Girişimcilik araştırmalarında ağırlıklı olarak kullanılan modelde davranışa yönelik tutum kavramı, çoğunlukla girişimciliğe yönelik tutum adı ile çalışmalarda yer almıştır. Konuyla ilgili yapılan çok sayıda araştırma sonucu göstermektedir ki; girişimciliğe yönelik güçlü bir tutum, girişimcilik niyetini güçlendirmektedir, ayrıca tutumun girişimcilik niyeti üzerinde en etkili faktör olduğu da günümüze kadar gerçekleştirilen çok sayıda güçlü çalışma ile de desteklenmiştir.

2.4.1. Girişimciliğe Yönelik Tutum ve Girişimcilik Araştırmalarının Analizi

Alanyazında bilişsel faktörler ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi konu edinen çok sayıda önemli çalışmaya rastlanmaktadır. Bilişsel faktörleri anlatmak için geliştirilmiş olan modellerde farklı isimler altında ele alınan bu faktörler, bilindiği üzere Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Modelinde" davranışa yönelik tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol olarak isimlendirilmiştir. Bu çalışmada söz konusu faktörlerden "davranışa yönelik tutum" ele alınmış, çalışmanın amacına uygun olarak " girişimciliğe yönelik tutum" şeklinde çalışmaya dahil edilmiş ve tutumun niyet üzerindeki etkisi inceleme konusu yapılmıştır.

Girişimcilikle ilgili çalışmalarda girişimciliğe yönelik tutum, girişimciliğe duyulan arzuya işaret eder, bu nedenle kendi işini yapmaya yönelik inanç ve beklentinin yüksekliği girişimciliğe yönelik olumlu bir tutumu yansıtır (Kolvereid, 1996). Girişimci davranışın olumlu olarak değerlendirilmesi kişinin bir girişimci olmak için planlarını ön görmesi açısından tek başına yeterli değildir, ancak bu durum kişilerin potansiyel girişimcilik deneyimleri hakkındaki hislerinin yansıtır. Tutumlar, girişimin bireysel girişimi (kişisel deneyim ve diğerlerinin deneyimi) tarafından şekillenir. Bu gelişim ise, davranışların çekiciliğine ilişkin bireysel algıyı şekillendirir. Krueger (2000)'e göre eğer kişinin yeni bir girişimin cazibesine yönelik algısı artarsa aynı şekilde girişimcilik niyeti de artış gösterir.

Konuyla ilgili araştırmalar (Kolvereid, 1996; Krueger ve diğ., 2001; Autio ve diğ., 2001; Souitaris ve diğ., 2006; Gelderen ve diğ., 2008; Gird ve Bagraim, 2008) tutum faktörü ile davranışa yönelik niyet arasında olumlu bir ilişkinin mevcudiyetini gösterir. Autio ve diğ. (2001)'nin araştırma sonucu tutumun girişimcilik niyetini kuvvetli bir şekilde etkilediğini

ortaya koymuş; benzer bulgulara , Kolvereid (1996), Krueger ve diğ. (2000), Soutaris ve diğ. (2006), Gird ve Bagraim (2008)'in araştırmaları sonucunda da ulaşılmıştır (Ariff ve diğ., 2010, s. 3). Daha sonraki dönemlerde yapılan Lee ve diğ. (2011)'nin çalışması da girişimciliğe yönelik tutum ile niyet arasında güçlü bir ilişkinin var olduğunu ifade etmektedir. Diğer taraftan Siuve ve Lo (2013) ile Zhang ve diğ. (2014) ise gerçekleştirmiş oldukları çalışma sonucunda tutum ve niyet arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamışlardır (Zhang ve Cain, 2017, s. 794). Yukarıdaki çalışmalardan farklı bir sonuç elde eden çalışma ise Haus ve diğ. (2013) tarafından yapılan çalışmadır. Araştırma sonucu elde edilen bulgu ise, cinsiyet faktörü ile girişimcilik niyeti arasında zayıf bir ilişkinin varlığı yönündedir; diğer taraftan, motivasyonel faktörler (tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki söz konusudur.

Girişimciliğe yönelik tutumun girişimcilik niyeti üzerinde aracı role sahip olduğunu konu edinen çalışmalar: Alanyazında ayrıca bilişsel faktörlerin girişimcilik araştırmalarında aracı olarak kullanıldığı çalışmalar da mevcuttur. Lüthje ve Franke (2003)'nin mühendislik öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışma kişilik özelliklerinin (risk alma eğilimi ve iç kontrol odağı) girişimciliğe yönelik tutum üzerinde kuvvetli bir etkiye sahip olduğu aynı zamanda girişimcilik niyetinin en güçlü açıklayıcısının yine tutum olduğu şeklinde bir sonuca ulaşmıştır. Araştırmadan elde edilen sonucuna göre girişimcilik niyeti; kişisel faktörlerden (risk alma eğilimi ve iç kontrol odağı) dolaylı olarak, bağlamsal faktörlerden (algılanan destek ve algılanan engeller) ise direk olarak etkilenmektedir. Zampetakis ve diğ. (2009)'nin üç farklı Yunan üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırma, bu alanda oldukça önem taşıyan ve ilk sayılabilecek çalışmalardandır. Araştırmacılar gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda iki önemli bulguya ulaşmışlardır. Birincisi; proaktiflik ve yaratıcılık özellikleri, duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında aracı role sahiptir. İkincisi ise; proaktiflik ve yaratıcık özelliğinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimciliğe yönelik tutum aracı role sahiptir. Dolayısıyla ortaya çıkan sonuç, duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğu şeklindedir. Nabi ve Liñán (2013)'ın çalışması risk algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde motivasyonel faktörlerden tutum ve algılanan davranışsal kontrolün aracılık rolüne sahip olduğu sonucuna ulaşırken, Gorgievski ve diğ. (2018) yaptıkları araştırmaları ile kişisel değerlerden açıklık ve

kendini geliştirmenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde tutum, subjektif norm ve özyeterliliğin aracı role sahip olduğu şeklinde bir sonuç elde etmişlerdir. Konu ile ilgili farklı bir çalışma da Kibler (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir; araştırma sonucunda, demografik ve çevresel faktörlerin girişimcilik niyetini doğrudan etkilemediği; planlı davranış modelinin üç bileşeni ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide bu faktörlerin aracı role sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir.

2.5. Yeni Girişimler (Start Up Girişimler) ve Teknoparklar

Bu bölümde çalışmanın örneklemini oluşturan start up girişimler ve bu girişimleri bünyesinde barındıran teknoparklar inceleme konusu yapılacak, start up ve teknoparkların tanımı, özellikleri, kurulma ve işleyiş süreçleri, ekonomiye sağladığı katkılar ve makro ekonomik açıdan sahip oldukları önem ana hatlarıyla anlatılacaktır.

2.5.1. Yeni Girişimler (Start Up Girişimler) ve Yeni Girişimlerin (Start Up Girişimlerin) Başarı Faktörlerinin Analizi

Start up, genellikle yeni kurulan genç şirketler için kullanılan bir terimdir. Farklı kaynaklarda "girişim" veya "yeni girişim" olarak ifade edilen "start up" kelimesi; teknoloji ağırlıklı, gelişmeye uygun yeni ve inovatif fikirler sunan ve hızlı büyüme yeteneğine sahip şirketler için kullanılmaktadır. Bu tarz girişimlerin en önemli özelliği, hızlı büyüme kapasitesine ve yeteneğine sahip olmalarıdır ve bu yüzden şirketin yaşı tanımı üzerinde etkili bir unsur değildir. Büyüme yeteneğine sahip olduğu sürece bir şirket start up girişim adı ile isimlendirilebilir, diğer taraftan örneğin çoğunlukla büyüme süreçlerini tamamladıkları için on yıllık geçmişe sahip olan bir şirketi start up olarak tanımlamak pek mümkün değildir. Start up girişimler ağırlıklı olarak teknoloji alanında faaliyet göstermekle birlikte, son dönemlerde finans, tasarım, mimarlık gibi farklı alanlarda faaliyet gösteren start up girişimlere rastlamak da mümkündür. Söz konusu girişimler, faaliyette bulundukları alanları teknoloji ile bir araya getirerek kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik yeni ürünler üretmekte ve piyasaya sunmaktadırlar.

Alanyazında start up girişimler ile ilgili farklı tanımlamalar dikkat çekmektedir. Eric Ries tarafından "olağanüstü belirsizliklerin ve ani değişimlerin yaşandığı bir çevrede yeni ürün ve/veya hizmet sunmak için oluşturulan beşerî sermayeden meydan gelmiş bir yapı"

olarak tanımlanan start-up girişimler, hızlı büyüme etrafında tasarlanan inovasyon sürecinin önemli bir varyantını temsil etmektedir (Freeman ve Engel, 2007, s. 101). Start up girişimlerin bilindiği üzere en önemli özelliği büyüme odaklı olmalarıdır. "Güncel gelişmeler, inovatif düşünce ve uygulamalar aynı zamanda teknoloji temelli bilgi işçilerinin yarattığı bilgi toplumunun şirketleri" olarak da ifade edilen start-up girişimler aynı zamanda "teknogirişim" olarak da adlandırılmaktadır (Örnek ve Danyal, 2015, s. 1150). Burada dikkat çeken bir husus, kuruluş yılı esas alınsa da start-up girişimlerin piyasadaki yaşlarına bağlı olarak mevcut statülerini koruyup korumadıkları yönündeki yanlış algılardır. Start-up girişimlerin gelişim evreleri zamanla değişse bile ne kadar süre daha sahip oldukları özelliklerini sürdürecekleri konusunda net bir görüş bulunmamaktadır, diğer taraftan şirket çevresel değişiklikleri göz önünde bulundurarak sürekli olarak öğrenme ve gelişim içerisindeyse, sahip olduğu farklı ürün ve hizmet anlayışıyla piyasada var olma heyecanını sürdürebiliyorsa bu yapıların statülerini koruma anlamında istikrarlı oldukları yönünde bir düşünceye sahip olmak mümkündür (Kalfaoğlu ve Bedük, 2018, s.26-27). Start-up girişimlerin mevcut konumlarından daha büyük bir statüye sahip olmalarını sağlayan temel faktör ise; onların hem tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelmeleri hem de alışılmışın dışında sürdürülebilir bir farkındalık oluşturarak tüketiciye hizmet sunmalarıdır. Bazı girişimcilerin başarısızlıklarının esas nedeni piyasanın faydalı bulduğu bir ürün geliştirememeleri iken bazılarının başarısızlık nedeni ise "yeniliğin sorumluluğu" ile karşı karşıya gelmeleridir (DeKinder ve Kohli, 2008, s. 84). Her kurulan yeni işletme bir yaşam döngüsüne sahiptir, bu süreci tamamlayan örgütlerin bir süre sonra negatif entropi ile yaşam döngüleri sona erer. Örgütsel ekolojisi kuramında tıpkı insanlar gibi örgütlerin kurulması doğum, örgütlerin mevcudiyetinin sona ermesi ise ölüm kavramlarıyla ifade edilmektedir. Örgütlerin doğum ve ölümleri arasındaki bu süre ve örgütün geçirdiği evreler örgütten örgüte farklılık göstermektedir.

Stayton ve Mangematin (2016, s. 377)'e göre start-up girişimlerin kurulma sürecinde; inovatif ürün geliştirme, örgütsel yaratım geliştirme ve uluslararasılaşma adı verilen üç temel evre söz konusudur. Yeni bir start up girişimin oluşum evreleri; Galbraith (1982) ve Garner (1985)'a göre iş fırsatının tanımlanması, kaynakların tahsisi, ürün ve/veya hizmet prototipinin oluşturulması ve pazarlanması, doğal olarak büyüme ve stratejik manevra şeklinde ifade edilmektedir (Stayton ve Mangematin, 2016, s.379). Söz konusu

bu evreleri iş fırsatlarını tanımlama evresi (fikrin oluşturulması), geçerlilik evresi (yalın bir ürünün çıkarılması, takım kiralama), etkililik evresi (ticari satışların başlaması, satış kanallarının tanımlanması), gelişme evresi (dış kaynak desteklerinin önemli olduğu evre) şeklinde somutlaştırmak mümkündür (Hernández, ve González, 2016, s. 121). Start up girişimlerde ürünün meydana çıkmasında sırayla fikrin oluşumu ve seçimi, prototip oluşturma, pivot oluşturma, müşterinin ihtiyaçlarını karşılayacak en sade ürünün yapılması, üretimin sistematik bir şekle getirilmesi ve sürekli olarak gelişme aşamaları takip edilmektedir. Diğer taraftan organizasyonun oluşumunda ise yine sırayla; takımın oluşturulması, geçici karar verme ve sıra dışı güçlülük, pivot organizasyonunun oluşturulması ve anlaşmaların resmi şekle getirilmesi, yönetimin profesyonelleştirilmesi süreçleri izlenmektedir (Stayton ve Mangematin, 2016, s. 394).

Start-up öncesi gelişim için alanyazında genellikle dört temel aşamadan söz edilmektedir. İlk aşama, Shapero ve Sokol (1982) tarafından da belirtildiği üzere, işletme kurma niyetinin gelişmesidir; ikinci aşamada, girişim fırsatı tanımlanır ve bir iş modeli geliştirilir; üçüncü aşamada, kaynaklar toplanarak işletme meydana getirilir; son aşama ise, işletmenin pazara alışma aşamasıdır. Yeni girişimciliğin daha çok işletmenin meydana getirilmesi peşinde olduğu düşünülmekte ve ağırlıklı olarak ikinci ve üçüncü aşamalar üzerinde durulmakta, onları birinci aşamadan (potansiyel girişimciler, start-up girişimler) ve dördüncü aşamadan (girişimcilik faaliyetine başlayanlar) ayırmak için bazı kriterlere ihtiyaç duyulmaktadır. Ampirik çalışmalarda araştırmacılar birinci ve ikinci aşamadaki başarı ve risk faktörlerini ayrıntılı olarak incelemişler aynı zamanda bir aşamadaki başarı faktörünün bir diğer aşamada başarısızlık faktörü olabileceğine de özellikle dikkat çekmişlerdir (Gelderen ve diğ., 2006, s. 320).

Yeni bir girişim yaratma süreci ile ilgili olarak gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında Gelderen ve diğ. (2006), bu süreçte olan 517 yeni girişimciyi 3 yıl boyunca takip etmişlerdir. Araştırma sonucu çeşitli yaklaşımlar çerçevesi içinde tartışılmış söz konusu etkiler Gartner (1985)'ın yeni girişim meydana getirme boyutlarıyla değerlendirilmiş, girişime yeni başlayan kişilerin karakteristik özellikleri, meydana getirdikleri organizasyon, çevre ve yeni girişimin başlatılma süreci konularında ki farklılıklar inceleme konusu yapılmıştır. Gartner (1985)'ın yeni girişim boyutları çerçevesinde, bireyi ilgilendiren yaklaşımlar, temelde iki tür değişkeni ele alır, bu değişkenler beşerî sermaye ile psikolojik kişisel farklılıklardır (Gelderen ve diğ., 2006, s. 320). Beşerî

sermaye değişkeninin, iş fikrinin geliştirilmesi ve kaynakların organizasyonu üzerindeki etkisi önemlidir. Örneğin, start-up deneyimi, yeni girişimcilere öğrenme fırsatı sunarken; iş deneyimi, iş kurmanın gerektirdiği görevleri yerine getirebilme bilgi ve becerisi; sanayi deneyimi ise, yeni iş fikirlerini anlama ve değerlendirme konularında yeni girişimcilere fırsatlar sunar. Diğer taraftan psikolojik kişisel farklılıklar ise; risk alma eğilimi, kontrol odağı, özerklik, pazardaki ihtiyacı algılama ve fırsatları görme seviyesi, girişimciliğin ortaya çıkması, başarı ihtiyacı gibi eğilimlerle ilgili bir durumdur. Bu özellikler, başlangıç aşamasında başarı üzerinde etkili olabilmektedir. Bilişsel yaklaşımda bireylerin bilgiyi işleme şekilleri önem taşımakta, insanların rasyonel olmadığı, tam aksine bilişsel önyargılı yöntemler kullandıkları ileri sürülmektedir, kısacası tüm bilişsel özellikler algılamadaki kişisel farklılıklarla ilgilidir. Niyet edilmiş organizasyon yaklaşımında, fırsatı büyük ölçüde örgütün teknolojik yenilik derecesi ile ilişkilendirmek önem taşıyan bir faktördür. Çevreyle ilgili yaklaşımlar, esasen sosyal ağlar, finansal ve ekolojik faktörler üzerine odaklı yaklaşımlardır (Gelderen vd., 2016, s. 321-322). Ağ yaklaşımı insanlar arasındaki ilişkiler üzerine kurulu bir yaklaşım iken, finansal yaklaşım büyük ölçüde yeni kurulan firmanın sermaye kaynakları ve aynı zamanda büyüklüğü ile ilgili bir yaklaşımdır. Örneğin, fon yetersizliği başlangıç aşamasındaki bazı girişimcilerin başarısızlık nedeni olabilirken diğer taraftan bir banka ya da melek yatırımcı tarafından ekonomik olarak desteklenmek yeni bir girişimci için başarı faktörü olabilmektedir. Ekolojik yaklaşımlarda ise, çevresel koşullara dikkat çekilir, bu çevresel koşullar zamanla start up girişimlerin sayıları üzerinde etkili olabilir. Lojistik kapasite ve ücreti start-up öncesi dönemde başarıyı açıklayan önemli bir faktördür, kurumsal düzeyde ise siyasi yapı, kültür ve medya gibi çeşitli faktörler girişimlerin ortaya çıkış oranlarını etkileyebilmektedir. Süreç yaklaşımında ise, insanların belli bir iş planı dahilinde çalışıp çalışmadıklarına bakılmaksızın, ne kadar istekli bir şekilde start-up faaliyetinin tamamlanmasına odaklandıkları izlenmektedir (Gelderen vd., 2006, s. 322).

Start-up girişimlerin başarısını girişimcilik açısından değerlendirdiğimiz zaman iki temel faktörün ön plana çıktığını görmekteyiz (Poposka ve Mihajloska, 2016, s. 81). Birincisi, start up girişimler hem rekabet edebilirliği hem de inovatif faaliyetleri ve ekonomik büyümeyi kolaylaştırmaktadırlar; diğeri ise, başarılı start-up girişimlerin ortaya çıkışı potansiyel girişimcilere pozitif bir mesaj göndererek onlara ilham kaynağı olmakta ve onların öz yeterlik düzeylerini de önemli ölçüde arttırmaktadır.

2.5.2. Yeni Girişimlerin Gelişmesinde Teknopark Ekosisteminin Rolü

"Teknopark" terimi, '*technology*' ve '*park*' kelimelerinin birleşmesinden oluşmaktadır; kavram, Türkiye'de alanyazına '*teknopark*' olarak girmiş, daha sonra ise bileşik bir kelime olarak kullanılmıştır. '*Teknopark*' kavramı esas itibarıyla bilim ve teknoloji parklarını ifade etmektedir. Teknopark kavramı yerine İngiltere'de Science Park (Bilim Parkı), A.B.D.'de Research Park (Araştırma Parkı), Fransa'da Technopole (Teknoloji Kenti), Japonya'da Technopolis (Teknoloji Kenti), Almanya'da Grunderzentrum (Kurucu Merkez) ifadeleri kullanılmaktadır. Uluslararası Bilim Parkları Birliği bilim parklarını; "*Temel amacı ilgilendiği iş dallarında ve bilgi temelli kuruluşlarda yenilikçilik (inovasyon) ve rekabetçilik kültürünü geliştirerek toplumun değerini artırmak olan özelleşmiş profesyoneller tarafından yönetilen bir organizasyondur. Bu hedeflere ulaşabilmek için, bilginin, üniversitelerden, Ar-Ge kurumlarından, enstitülerden, şirketlere akmasını sağlar ve kontrol eder. Yenilikçilik (inovasyon) tabanlı şirketlerin, kuluçka ve spin off prosesleri vasıtasıyla kurulmasını ve büyümesini kolaylaştırır ve diğer servisleri de yüksek kalitede tesisler ve alanlarıyla hizmete sunar*" şeklinde tanımlamaktadır (Keleş ve Tunca, 2010, s. 3-4).

Son yıllarda teknolojinin gelişimi ve kullanımının bir çok alanda hızla yaygınlaşması ülkelerin ağırlıklı olarak bilim ve teknoloji alanlarına yatırım yapmalarını gerekli kılmakta, bu bağlamda bünyesinde Ar-Ge faaliyetlerini gerçekleştiren teknoparkların gelişim sürecini de hızlandırmaktadır. Teknoparklar çoğunlukla üniversitelerin bünyesinde kurulmakta, sahip oldukları kuluçka merkezleri vasıtasıyla Ar-Ge faaliyetlerini destekleyerek bilgi ve teknolojinin kullanımını arttırmaktadırlar. Ayrıca yenilikçi firmaların kuruluşunu sağlamakta, sunmuş oldukları bir çok hizmet (eğitim, finansal destek, mentorluk, bilgi paylaşımı, ofis imkanları, yüksek kaliteli mekanlar) yoluyla da gelişimlerini desteklemektedirler. Diğer taraftan teknoparklar, üniversite ve sanayi işbirliğine önemli katkılar sağlayan yapılardır. Büyük bölümü üniversite bünyelerinde faaliyet gösteren teknoparklar Ar,Ge faaliyeti ve yenilikçi fikirleri desteklemek suretiyle teknoloji ağırlıklı firmaların yenilikçi ürünler üretmelerini sağlayarak inovasyonun ekonomik değer kazanmasına ve bu değerin sanayiye aktarılmasına hizmet etmektedirler.

Teknolojik gelişmeler, 20. Yüzyılın ikinci döneminde sanayi toplumunun yerine bilgi toplumunun geçmesi ile ivme kazanmıştır. Sürekli değişen ve gelişen bir çevrede örgütlerin sürdürülebilir rekabet gücünü elde edebilmelerinin en temel koşulu teknoloji faktörünü üretim sürecinde başarılı bir şekilde kullanabilmeleridir. Örgütler mevcudiyetlerini devam ettirmek için sürekli yeni ürün, süreç ve teknoloji geliştirmek, inovasyon yapmak ve transfer etmek durumundadırlar (Gül ve Çakır, 2014, 79). Değişime ayak uydurmanın yolu Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarından geçmektedir, gelişmiş ülkeler Ar-Ge ağırlıklı, inovatif faaliyetlere önem vermekte ve bu şekilde sahip oldukları rekabet gücünü sürdürebilmektedirler. Makro açıdan ülkelerin refah düzeyi sahip oldukları teknoloji düzeyi ile ifade edilmektedir (Başalp, 2010). Löwegren (2003)'e göre, kurulma amaçları üniversitelerdeki mevcut araştırma potansiyelini sanayiye aktararark üniversite-sanayi işbirliğini oluşturmak, teknoloji şirketlerinin kurulmasını sağlamak, spin-off şirketleri teşvik etmek, şirketler arasında sinerji oluşturarak istihdamı ve ekonomik performansı arttırmak ayrıca hali hazırda kurulmuş olan şirketlerin büyümesine katkı sağlamak şeklinde özetlenebilen teknoparklar (Baykul ve diğ., 2016, s. 71) bölgenin ve ülkenin kalkınmasını destekleyen, üniversite ve sanayi işbirliğini somutlaştıran, teknolojil gelişmeyi destekleyen en önemli yapılardır (Hocaoğlu ve Altuğ, 2018, s. 71). Bu bağlamda değerlendirilecek olursa teknoparkları, bilginin üretilmesi ve aynı zamanda ticarileştirilmesi boyutuyla üniversite-sanayi işbirliğinin geliştirilmesinin yanında ayrıca Ar-Ge çalışmalarının ve en önemlisi de girişimciliğin hızlandırılması noktasında oldukça önemli araç olarak ifade etmek mümkündür (Sevsay ve diğ., 2017, s. 447).

Teknoparklar başarı durumları açısından değerlendirildiğinde, genelleme yapmanın mümkün olmadığı görülmektedir, çünkü göstergeler, hedefler ve amaçlar gerek ülke bazında gerekse teknopark bazında birbirinden önemli ölçüde farklılık göstermektedir, aynı zamanda teknoparkların performansını başarılı bir şekilde ölçecek mükemmel göstergeler de mevcut değildir. Diğer taraftan alanyazında teknoparkların başarı durumlarını gösteren bir takım koşul ve kriterler bulunmakta; bu kriterler, kuruluş aşamasından itibaren teknoparkların başarıları üzerinde etkili olmaktadır. Eğer bir teknopark; büyük bir metropol, gelişmiş bir ekonomi, güçlü bir araştırma ve gelişmiş bir girişimcilik kültürü, girişimci bir yönetim, üniversite ve araştırma merkezinden meydana gelmiş paydaşların olduğu bir bölgede kurulmuşsa teknoparkların başarılı olma olasılıkları diğerlerinden çok daha fazladır (Baykul ve diğ., 2016, s. 71). Yurt içi ve yurt

dışı yazında teknoparkların başarıları temel olarak; aldıkları patent sayısı, üniversiteler veya araştırma kurumları ile birlikte yürüttükleri çalışmalar ve bu çalışmaların uygulama alanlarına aktarımı, endüstriye uygun çözümler sunan danışmanlık alanında verilen hizmetler, akademik spinn-off olarak da ifade edilen üniversite ve araştırma kurumlarından teknoparklara geçen araştırmacı sayısı, teknopark ve ilk aşama kuluçka merkezlerinde ticari uygulama alanı bulan bilimsel düşünce ve bunlarla bağlantılı olan lisans ve ürün satışları ile değerlendirilmektedir (Sakarya, 2012, s. 66). Alanyazında yapılan çalışmalar göstermektedir ki, teknoparkların başarısı bünyelerinde barındırdıkları firmaların çıktıları ile ölçülmekte, aynı zamanda çıktıların artışı teknoparkların başarı kriterlerinden biri olan aktif ve girişimci bir yönetimin varlığını göstermektedir. Teknoparkların yönetim fonksiyonunun en temel işlevi ise, mesleki ve yardımcı hizmetlerin firmalara dağılımını yönetmek gerek teknopark içinde gerekse teknopark dışında sosyal ağların kurulmasını sağlayarak mevcut firmaların ihtiyaç duydukları bilgi ve kaynakları temin etmek ve yapıya en uygun şekilde kanalize etmektir (Chan ve diğ., 2008, s. 445). Gerek üniversiteler bünyesinde gerekse bağımsız olarak faaliyet gösteren teknoparklar, yapıları içinde barındırdıkları start up girişimler sayesinde teknolojinin gelişmesine, yeni dünya düzeninde tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda yenilikçi ürünlerin üretilmesine destek vermektedirler. Bu bağlamda ülkenin rekabet edebilme gücüne, ekonominin ve girişimcilik ekosisteminin gelişimine de oldukça önemli katkılar sağlamaktadırlar.

2.5.3. Türkiye'deki Yeni Girişimler (Start up Girişimler) ve Teknoparkların Gelişim Süreci

Türkiye'de start up girişimlerin tarihi yakın bir geçmişe dayanmaktadır. Teknolojinin son yüzyılda hızla ilerlemesi hem teknoloji tabanlı start up girişimlerin sayısını, hem de bu girişimlerin ekonomik yapı içinde ki önemini ve işlevini arttırmıştır.

Türkiye'de girişimciliğin temelini 1990 yılında kurulan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'nın yanı sıra yerel teknoloji geliştirme alanları oluşturmakta; yasal olarak ise 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununa dayanan teknopark uygulamaları, girişimciliğin gelişmesi açısından oldukça önemli bir sinerji oluşturmaktadır (Örnek ve Danyal, 2015, s. 1147). Ülkemizde start up girişimlere destek veren kurumlara ve programlara örnek olarak ise; Bilim ve

Teknoloji Bakanlığı'nın, Santez Proje Destekleri ve Tekno Girişim Sermayesi Programı; Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Maliye Bakanlığının, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu; TUBİTAK'ın, KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı; KOSGEB'in Ar-Ge ve Yenilik Proje Destekleri programları verilebilir (Işık Maden ve diğ., 2014, s. 103). Start up girişimlere finansal destek veren melek yatırımcılık uygulamaları ise Türkiye'ye LAB X tarafından getirilmiştir. LAB X, start-up girişimciler ile melek yatırımcılar arasında ki bağlantıyı sağlayarak melek yatırımcıların start-up girişimlere sermaye desteğinde bulunmalarına aracılık eden bir kurum olarak ifade edilebilir. Bir iş fikri olan girişimci önce LAB X'e başvurmakta, fizibilite çalışmasından sonra LAB X iş fikrinin uygulanabilir olma potansiyeline göre farklı ülkelerdeki melek yatırımcılardan finansman desteği sağlamakta, bunun yanı sıra şirkete ortak olarak girişimciye ayrıca danışmanlık hizmeti de sunmaktadır (Kurnaz ve Bedük, 2017, s. 33). Ülkelerin ekonomilerini yönlendiren ayrıca gelişme ve kalkınmanın en önemli unsurlarından olan girişimcilik faaliyetlerinde ki start-up olma süreci ülkemizde diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında Bingöl ve Türkmen (2016, s. 360)'e göre daha geri bir seviyededir ve bu durumun en önemli nedeni olarak şirketlerin finansal kaynaklara erişim düzeyinin yetersiz olması gösterilebilir. Sözleşme koşulları ve KOBİ'lere yapılan kredi başvurularının yüksek oranda reddediliyor olması, potansiyel girişimcilerin yenilikçi fikir ve davranışlarının önemli ölçüde önünü kesmiştir. Girişimciliğin temel özelliklerinden biri olarak kabul edilen yenilikçilik ve proaktiflik gerek kısa vadede yatırım kararlarını etkileyerek, gerekse orta ve uzun vadede belirsizlik ve riskli durumlar ile karşılaşılması olasılığına karşı finansal fizibilite süreci oldukça büyük bir önem taşımaktadır.

Bilim ve teknolojiye ait sermayenin hem sınırlı düzeyde hem de yavaş artışı, sanayi ile bilim ve teknoloji sektörleri arasında yeteri kadar iş birliğinin sağlanamaması, Ar-Ge faaliyetlerinin teknolojik gelişmeleri yakalayamaması Türkiye'de ki teknoparkların gelişimini diğer ülkelere nazaran geri bırakmıştır. Türkiye'de teknopark kuruluş çalışmalarının temeli 1980-2000 yılları arasına dayanmaktadır (Alkibay ve diğ., 2012, s. 68). Teknoparkların kurulması konusu ilk defa Devlet Plânlama Teşkilatı (DPT)' nın 5. Beş Yıllık Kalkınma Plânı (1984-1989) kapsamında 1989 yılı programında gündeme getirilmiş, sonraki kalkınma plânlarında da teknoparkların kurulması ve geliştirilmesi konusu yer almıştır (Özbay, 2000, s. 1113). Diğer taraftan Babacan (1995)' a göre ilk defa 1990 yılında "Türkiye'de Teknoparkların Kurulması Projesi" kapsamında çalışmalar

başlatılmış; DPT, teknoparkların kurulması konusunda uzman olan Rustam Lalkaka ve Norman Schiff i 1990 yılında Türkiye'ye davet etmiş, uzmanlar İstanbul, İzmir, Gebze, Eskişehir'de bulunan üniversite ve araştırma merkezlerini inceleyerek sanayi odalarında seminerler vermişlerdir. "Birleşmiş Milletler Kalkınma İçin Bilim ve Teknoloji Fonu" tarafından gerçekleştirilen '*Türkiye'de Teknoparklar Kurulması İçin Program*' başlıklı proje kapsamında yürütülen çalışmalarda gerek DPT gerekse Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı programın icrası konusunda önemli görevler üstlenmiştir (Keleş ve Tunca, 2010, s. 5). 12 Nisan 1990 tarihinde Sanayi Bakanlığı bünyesinde küçük işletmeleri desteklemek amacıyla KOSGEB, ardından da 1992'de TÜBİTAK MAM Teknoloji Geliştirme Merkezi kurulmuştur (Keleş ve Tunca, 2010; Morgül, 2012, s. 32). TÜBİTAK MAM Araştırma Merkezi dışında Sarıhan (1998)'a göre bu çalışma kapsamında İTÜ, ODTÜ, Ege Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi olmak üzere 4 adet teknoparkın da kurulmasına karar verilmiştir. TÜBİTAK MAM bağımsız olarak, dört üniversite teknoparkları da KOSGEB ortaklığında, ilk aşama merkezlerini oluşturmuşlar, yeterli firma sayısına ulaşan ODTÜ ve TÜBİTAK MAM teknoparkları 1996 yılında teknopark projelerini gerçekleştirerek yatırım programlarında ikinci aşamaya geçmişlerdir (Keleş ve Tunca, 2010, s.5-6).

Türkiye'de teknopark kavramının hukuki anlamda kullanılması 26 Haziran 2001 tarihli 4691 sayılı "Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu" ile yasallık kazanmış, kanun, 06 Temmuz 2001 tarihinde, 24454 sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Gürsel, 2007, s. 999). Söz konusu kanun 10 sene süresince uygulandıktan sonra, 2011 yılında bazı değişikliklere uğramış, nihai olarak 12 Mart 2014 tarihinde 28939 sayılı Resmî Gazete 'de" Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği" adı altında yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Teknoparkların hedefleri; Türkiye'nin Ar-Ge ve teknoloji üretebilme potansiyeline katkı sağlamak, ülke ekonomisi için sürdürülebilir kalkınmanın ögelerinden biri olmak, girişimciliği ve inovasyonu desteklemek, Türkiye'nin teknoloji üretiminin yönlendirilmesine katkı da bulunmak, teknoloji transferine uygun ortam oluşturmak, ileri teknolojiye sahip ürün ve hizmet üretimini destek sağlamak, sanayi-üniversite işbirliğinin sürekliliğini sağlayarak etkinliğini arttırmak, üniversite bünyesindeki ve bilgi birikiminin ve yapılan araştırmaların ekonomik değere dönüşümünü sağlamak, nitelikli işgücüne yönelik istihdam oluşturmak, yabancı sermayenin ülkeye girişini sağlayacak ve hızlandıracak bölgeler oluşturmak, Ar-

Ge çalışmalarında uluslararası alanda ki işbirliğini güçlendirmek şeklinde sayılabilir (Baykul ve diğ., 2016, s.72). 1990'lı yıllarda temelleri atılan teknoparklar ve bünyelerindeki start up girişimler günümüzde ülke ekonomisinde sahip oldukları önemle paralel bir şekilde gerek sayısal açıdan gerekse kapsamları ve faaliyetleri açısından önemli ölçüde gelişim göstermektedirler.

Bu bölümde araştırmanın değişkenlerini oluşturan kavramsal yapılar (duygusal zeka, girişimci öz yeterlilik, risk alma eğilimi, girişimciliğe yönelik tutum, girişimcilik niyeti) ele alınmış; bu yapıların girişimcilikle olan ilişkilerine, söz konusu kavramların kullanıldığı girişimcilik araştırmalarına ve bu araştırmaların bulgularına da yer verilmiştir. Ayrıca araştırmanın örneklemini oluşturan start up girişimler ve bu girişimleri bünyesinde barındıran teknoparklar da bu bölümde ele alınmış; yeni girişimlerin (start up girişimler) başarı faktörleri, yeni girişimlerin (start up girişim) gelişiminde teknopark ekosisteminin rolü, Türkiyede ki yeni girişimler (start up girişimler) ve teknoparkların gelişim süreci inceleme konusu yapılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise araştırma sürecine, yapılan analizlere, elde edilen bulgulara, değerlendirmeye ve bu doğrultuda oluşturulan önerilere yer verilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE YÖNETİMİ

3.1. Araştırmanın Amaç ve Önemi

Günümüzde girişimcilik kavramı; oldukça önem taşıyan, yönetimlerin, araştırmacıların ve iş dünyasının ilgisini çeken bir kavramdır. "Neden bazı insanlar girişimci olmayı tercih ederken, diğerleri kurumsal firmalarda ücret karşılığı çalışmaktadırlar?" sorusu, araştırmacıların girişimci davranışı etkileyen faktörleri ayrıntılı olarak irdelemelerine yol açmıştır. Girişimci davranışın en önemli göstergesi olarak kabul edilen girişimcilik niyetini etkileyen çok sayıda faktörün varlığı, yapılan araştırmalar ile ortaya konmuştur. Alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde, araştırmaların ağırlıklı olarak girişimci bireyin kişilik özellikleri üzerine odaklandığı görülmektedir. Yapılan çok sayıda araştırma sonucuna göre kişilik faktörleri, girişimcilik niyeti üzerinde oldukça önem taşımaktadır. Kişilik faktörlerinin yanında sosyal faktörlerin (eğitim, iş deneyimi, rol modeller, girişimci aile geçmişi), çevresel faktörlerin (içinde bulunduğu çevrenin ekonomik ve politik şartları, kültürel değerleri, girişimci çevre, girişime direnç gösteren bir çevre, girişimi destekleyen politikalar), demografik faktörlerin ve bilişsel faktörlerin girişimcilik niyetinin oluşumunda büyük önemi vardır.

Gartner (1988)'a göre girişimcilik alanında yapılan pek çok araştırma bireylerin aynı koşullara sahip oldukları halde niçin bazılarının iş kurma davranışı sergilerken, bazılarının ise girişimciliği tercih etmediği sorusundan hareketle kişilerin sahip oldukları kişilik özelliklerine odaklanmıştır. Girişimcileri, girişimci olmayan kişilerden ve yöneticilerden farklı kılan özelliklerinin belirlenmeye çalışılması Morris ve diğ. (1994)'ne göre özellikle 1970 ve 1980'li yıllarda gerçekleştirilen girişimcilik araştırmalarının temelini oluşturmaktadır. Geçmişte yapılan girişimci kişilik özellikleri ve buna bağlı olarak girişimcilik sürecindeki girişimci kişiliğin farklılığı konusunu ele alan araştırmaların başarısızlığı Mitchell ve diğ. (2002) tarafından girişimcilik konusunda doldurulması gereken önemli bir boşluğa dikkat çekmektedir (Akdemir ve diğ., 2009, s.65).

Son yıllarda yapılan çalışmalar ile bilişsel faktörlerin girişimcilik ve girişimcilik niyeti üzerinde sahip olduğu etkiye ve öneme özellikle vurgu yapılmaktadır. Araştırmanın

amacı teknopark bünyesinde faaliyet gösteren teknoloji yoğun start up girişimlerde girişimcilik niyetinin ortaya çıkmasında etkili olan kişilik faktörlerini ve bilişsel faktörleri birlikte ele alarak, özellikle start up girişimlerde, girişimciliğe giden yolda hangi faktörlerin (kişilik faktörleri ve bilişsel faktörler) daha etkili olduğunu irdeleyerek, bilişsel sürecin ve bilişsel faktörlerin önemine dikkat çekmektir. Ayrıca araştırmanın diğer amacı, girişimcilik niyetinin önemli bir öncülü olarak kabul edilen girişimciliğe yönelik tutum üzerinde etkili olan faktörlerini de tespit etmektir. Bu bağlamda kişilik faktörleri; duygusal zekâ ve girişimci öz yeterlilik çerçevesinde kapsamlı olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada bilişsel faktör olarak, "davranışa yönelik tutum" kavramı ele alınarak, çalışmanın amacına uygun olarak, "girişimciliğe yönelik tutum" şeklinde çalışmaya dahil edilmiştir. Sözü edilen bilişsel faktör, Ajzen (1991)'nin "Planlı Davranış Modeli"ne ait üç bileşenden (davranışa yönelik tutum, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrol) biri olan tutum faktörüdür. Araştırma kapsamında, duygusal zekâ ve girişimci öz yeterlilik kavramlarının girişimcilik niyetinin en önemli göstergesi olarak kabul edilen girişimciliğe yönelik tutum üzerinde ki etkisi incelenmiş, bilişsel bir faktör olan tutum ile kişilik faktörü olan risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde ki etkisi de ayrıca inceleme konusu yapılmıştır. Bilişsel bir faktör olan tutumun araştırmaya dahil edilmesinin, girişimcilik niyetinin oluşum sürecinin daha sağlıklı olarak analiz edilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir, araştırmada sadece niyet üzerinde değil, tutum üzerinde de hangi kişilik faktörlerinin etkili olduğunun tespiti hedeflenmiş, bu sebepten dolayı araştırmada duygusal zekâ ve girişimci öz yeterlilik kavramlarının bilişsel bir faktör olan girişimciliğe yönelik tutum üzerinde sahip olduğu etki de araştırma konusu yapılmıştır.

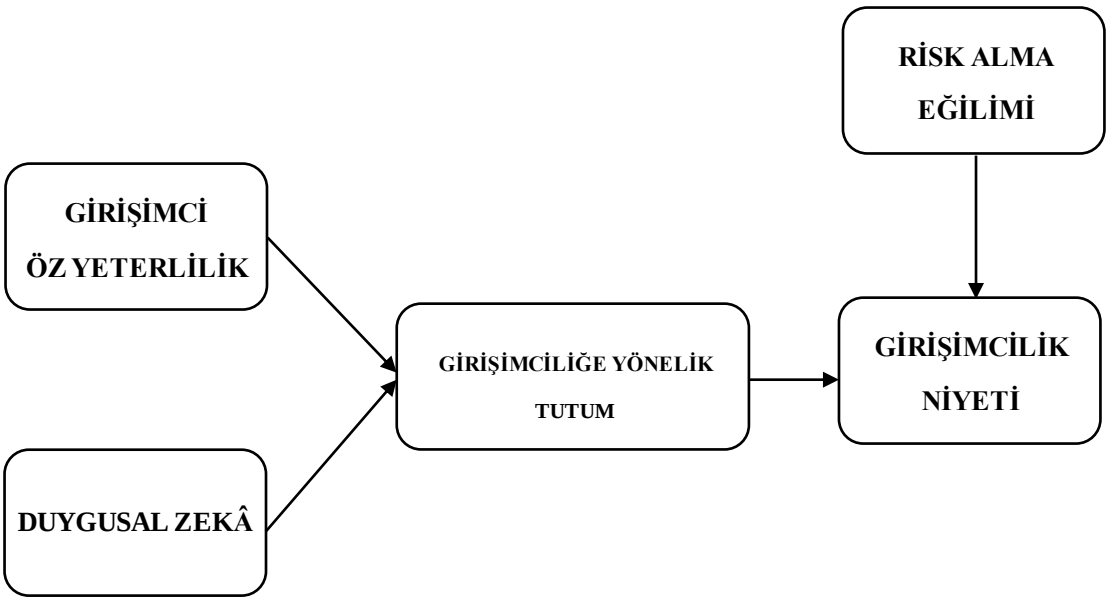
3.2. Araştırmanın Sorunsalı

Girişimci davranışın ortaya çıkmasında oldukça önemli olan girişimcilik niyetine etki eden bilişsel faktörler ve girişimcilik süreci araştırmalarda ihmal edilmiş, çalışmalar girişimcilerin kişilik özellikleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Çalışmalarda ağırlıklı olarak kişilik faktörlerine odaklanılması, bilişsel faktörler ve girişimcilik sürecinin ihmal edilmesi, girişimcilik niyetine etki eden faktörlerin ortaya konulabilmesi adına sorun teşkil etmektedir. Bu amaçla, özellikle bilişsel faktörler arasından girişimsel niyetler üzerinde etkili en güçlü faktör olduğu araştırma sonuçlarıyla ortaya konmuş olan

girişimciliğe yönelik tutum araştırmaya dahil edilerek, inceleme konusu yapılmıştır. Duygusal zekânın ve girişimci öz yeterliliğin bilişsel bir faktör olan girİşimciliğe yönelik tutum üzerinde ki etkisi, tutumun girişimcilik niyeti üzerinde ne yönde bir etkiye sahip olduğu, risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi, girişimcilik niyeti üzerinde hangi faktörlerin (kişilik ve bilişsel) daha fazla bir etkiye sahip olduğu araştırma problemi olarak ele alınmıştır. Girişimcilik davranışının en önemli göstergesi kabul edilen girişimcilik niyetinin oluşumunda bilişsel sürecin dikkate alınarak araştırmaya dahil edilmesi; kanaatimizce araştırmaya derinlik kazandırarak, girişimcilik sürecinin daha doğru bir şekilde anlaşılmasına ve girişimcilik ekosistemine olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma kapsamında risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi irdelenmiş; girişimcilerin sahip olduğu girişimci öz yeterliliğin ve duygusal zekânın girişimciliğe yönelik tutum üzerinde sahip olduğu etki test edilmiştir. Ayrıca bu bağlamda girişimci davranışa yönelik güçlü bir tutumun girişimcilik niyetinin oluşması üzerinde güçlü bir etkiye sahip olup olmadığı inceleme konusu yapılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın hipotezleri oluşturulmuş, hipotezlerin oluşturulmasına dayanak teşkil eden çalışmalarla birlikte geliştirilen hipotezlere yer verilmiştir.



Şekil 9. Araştırmanın Modeli

H_1: Risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır. Alanyazında risk alma eğilimi, risk alma potansiyeli, riskten kaçınma davranışı, risk tolerans seviyesi gibi çok sayıda kavramın girişimcilik niyeti, girişimcilik eğilimi, girişimcilik davranışı ve girişimcilik potansiyeli üzerindeki etkilerini inceleyen çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür. Risk alma durumu ile ilgili kavramlar yapılan çalışmalarda girişimcilik ile en çok ilişkilendirilen kavramlar olmuştur. Girişimciliğin tarihi gelişimine bakıldığında, girişimcilik kavramına önemli katkılar yapan Cantillon'un girişimcilerin sahip oldukları risk alma özelliklerine vurgu yaptığını, gerek Cantillon'un gerekse J.B.Say'ın girişimcilerin kendi sermayelerine yatırım yapmalarından dolayı girişimcileri "risk alan kişiler" olarak tanımladıklarını görmekteyiz. Alanyazında kurumsal yapı içinde çalışan yöneticiler ile girişimciler arasında risk alma davranışı açısından mevcut farklılıkları irdeleyen çalışmalara da rastlamak mümkündür. Bütün bu bilgilerden hareketle girişimci davranışın en önemli öncülü olarak kabul edilen girişimcilik niyeti üzerinde kişinin sahip olduğu risk alma eğiliminin etkisi olduğu düşünülmektedir. Konu ile ilgili Lüthje ve Franke (2003)'nin 512 adet üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri nicel araştırmada risk alma eğilimi ve iç kontrol odağı kişilik özelliği olarak ele alınmış, söz konusu faktörlerin girişimciliğe yönelik tutum ve girişimcilik niyeti üzerinde sahip olduğu etki incelenmiştir. Sonuç olarak; kişilik özelliklerinin (risk alma eğilimi ve iç kontrol odağı) girişimciliğe yönelik tutum üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu, tutum ile girişime başlama niyeti arasında da yine kuvvetli bir ilişkinin mevcut olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucuna göre; girişimcilik niyeti kişisel faktörlerden (risk alma eğilimi ve iç kontrol odağı) dolaylı olarak, bağlamsal faktörlerden (algılanan destek ve algılanan engeller) ise direk olarak etkilenmektedir. Zhao ve diğ. (2005)'in beş farklı üniversitede, işletme alanında yüksek lisans yapan 265 öğrenci üzerinde gerçekleştirmiş oldukları bir diğer nicel çalışma sonucunda ise risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu, aynı zamanda özyeterliliğin bu ilişkide aracı bir role sahip olduğu şeklinde bir sonuca ulaşılmıştır. Benzer bir çalışma yine Timuroğlu ve Çakır (2014) tarafından Erzurum'da 289 girişimci üzerinde gerçekleştirilmiş ve risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu sonucu elde edilmiştir.

H_2: Yüksek girişimci öz yeterlilik düzeyi girişimciliğe yönelik tutumu etkiler. Duygusal zekâ ve öz yeterliliğin sosyal girişimci tutum ve sosyal girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla sosyal girişimcilik konusunda gerçekleştirilmiş olan Tiwari

ve diğ. (2017)'nin Hindistan'da eğitim gören 230 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma sonuçları; gerek öz yeterliliğin gerekse duygusal zekânın hem sosyal girişimci tutum, hem de sosyal girişimcilik niyeti ile aralarında önemli ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Girişimcilik çalışmalarında girişimci öz yeterlilik kavramına ihtiyaç olup olmadığı, araştırmalarda genel öz yeterlilik ve girişimci öz yeterlilik kavramlarından hangisinin kullanılmasının gerekli olduğu yıllardan beri tartışma konusu olmuştur. Bazı kuramcılar istkrarlı bir özelliğe sahip olması ve genellenmiş bir yeterlilik inancından dolayı genel öz yeterliliğin yeterli bir yapı olduğunu ileri sürmektedirler. Genel öz yeterlilik, talepler ne olursa olsun kişinin bu taleplere ilişkin görevleri yerine getirebilme konusunda kendine duyduğu güvendir. Markman ve diğ. (2002)'ne göre girişimcilik çeşitli rol ve becerilere ihtiyaç duyar. Bu sebepten bazı araştırmacılar ayrıntılı olarak bu rol ve becerilerin tanımlanmasının çok zor olduğuna inandıkları için genel öz yeterlilik kavramı ve ölçeğinin kullanımını desteklemektedirler. Diğer yandan araştırmacıların büyük bir bölümü ise girişimci öz yeterliliğin sahip olduğu bu kendine has rol ve becerilerin varlığından dolayı girişimci öz yeterlilik ölçütünün kullanılması gerektiğini savunmaktadırlar (McGee ve diğ., 2009, s. 967-969). Boyd ve Vozikis (1994) ve Bird (1988)'e göre girişimci öz yeterlilik kişiliği olduğu kadar çevresel faktörleri de bünyesinde topladığı için faydalı bir yapıdır; girişimcilik niyeti ve sonucunda oluşan girişimcilik faaliyetinin güçlü bir göstergesidir. Zhao ve diğ. (2005), Florin ve diğ. (2007)' ne göre son yapılan çalışmalar göstermektedir ki; bireyin girişimci öz yeterlilik algısı, yetiştirme ve eğitim faaliyetleri ile arttırılabilir ve bu durumun doğal sonucu olarak, girişimci faaliyetlerinin oranı da yükselir.

H_3: Yüksek duygusal zekâ, davranışa yönelik tutumu etkiler. Girişimcilik davranışına yönelik tutum, etkili faktörlere dayanmaktadır; duygusal ve bilişsel faktörler ise bu faktörlerin iki temel unsurudur. Duygusal faktörler, duygu ve duygularla ilişkiliyken, bilişsel faktörler ise fikir ve düşüncelerle ilgilidir. Duygusal benlik saygısı olan insanlar, stres ve stresli çevresel faktörlere karşı daha fazla toleranslıdırlar; bu tür insanlar bir sorunla karşılaştıkları zaman daha istikrarlı bir davranış ortaya koyarlar (Zampetakis ve diğ., 2009). Alanyazında konuyla ilgili oldukça önemli iki çalışma mevcuttur. Bunlardan birincisi; Zampetakis ve diğ. (2009)'nin üç farklı Yunan üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmadır, diğeri de Zampetakis ve diğ. (2009)'nin çalışmasından bir yıl sonra Zakarevičius ve Župerk (2010) yine öğrenciler üzerinde Zampetakis ve diğ.

(2009)'nin modeline bazı eklemeler yaparak gerçekleştirmiş oldukları çalışmadır. Zampetakis ve diğ. (2009) geliştirmiş oldukları model ile duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemişler, duygusal zekâ ile girişimciliğe yönelik tutum arasında pozitif bir ilişkinin var olduğunu, aynı zamanda duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında da yine pozitif bir ilişkinin mevcudiyetini bulgulamışlardır. Zakarevičius ve Župerk (2010)'in araştırma sonuçlarına göre, duygusal zekâ girişimciliğin gelişiminde oldukça önem taşıyan bir faktördür, diğer taraftan duygusal zekânın eğitilmesi kişinin kendi işini kurmaya yönelik olan girişimciliğe yönelik davranışını da pozitif anlamda arttırmaktadır. Duygusal zekâ ile girişimciiğe yönelik tutum arasındaki ilişkiyi inceleyen Farahbod ve diğ. (2013)'nin 326 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri nicel araştırma sonucunda bu iki faktör arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hassan ve Binti Omar (2016) tarafından 213 özel okul öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda da duygusal zekâ ile girişimciliğe yönelik tutum arasında pozitif yönde bir ilişkiye rastlanmıştır. Tischeler ve diğ. (2002)'ne göre yüksek duygusal zekâya sahip kişiler daha mutlu ve başarılı kişilerdir.

H_4: Girişimciliğe yönelik güçlü bir tutum, güçlü bir girişimcilik niyetinin oluşmasına etki etmektedir. Günümüze kadar yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde, girişimciliğe yönelik tutumun girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu bulgulayan çok sayıda araştırmaya rastlanmaktadır. Son dönemlerde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmış, girişimciliğe yönelik tutum ile girişimcilik niyeti arasında olumlu bir ilişkinin varlığı söz konusu araştırmalar ile teyit edilmiştir.

Sabah (2016)'ın işletme öğrencileri ile gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonucuna göre; öz yeterlilik ve tutum girişimcilik niyetini etkileyen en önemli faktörlerdir, sosyal normlar ise girişimcilik niyeti üzerinde daha az bir etkiye sahiptir. Ariff ve diğ. (2010)'nin araştırması ise planlı davranış modelinin üç faktörünün (tutum, subjektif norm ve algılanana davranışsal kontrol) de girişimcilik niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu, aralarında en etkili faktörün ise algılanan davranışsal kontrol olduğu sonucuna ulaşmıştır. Benzer bir çalışma Ferreira ve diğ. (2012) tarafından 14-15 yaş aralığındaki öğrenciler üzerinde yapılmış, tutum ve subjektif normların girişimcilik niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu, bunun yanı sıra tutum ve subjektif normların algılanan davranışsal kontrolü de pozitif yönde etkilediği şeklinde bir bulgu elde edilmiştir. Mühendislik öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen Peng ve diğ. (2012) 'nin araştırma

sonucu da Ajzen (1991)'nin planlı davranış modelinin tüm faktörleri ile girişimcilik niyeti arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığını ortaya koyarken; diğer taraftan subjektif normların, tutum ve öz yeterliliği pozitif yönde etkilediği sonucuna vurgu yapmıştır. Zhang ve Cain (2017)'in araştırması planlı davranış modelinin faktörleri ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişkinin mevcut olduğu sonucuna ulaşırken, Feder ve Nitu-Antonie (2017)' da girişimci eğitim ve davranışsal özelliklerin (tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) girişimcilik niyetinin en önemli göstergesi olduğu şeklinde bir sonuç ortaya koymuşlardır. Konuyla ilgili bir diğer önemli çalışma ise Miranda ve diğ. (2017/a)'nin akademisyenler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmadır. Araştırmanın sonucuna göre girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan en önemli faktör ise davranışa yönelik tutumdur. Tiwari ve diğ. (2017) tarafından Hindistanda ki üniversite öğrencileri ile yapılan araştırmanın sonucu duygusal zekâ ve öz yeterliliğin her ikisinin de sosyal girişimciliğe yönelik tutum ile subjektif normlar üzerindeki pozitif etkisine dikkat çekerken, diğer yandan duygusal zekâ ve öz yeterliliğin sosyal girişimcilik niyeti ile de aralarında güçlü bir ilişkinin var olduğunu ortaya koymaktadır.

3.4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmanın verileri, nicel araştırma yöntemlerinden kapalı uçlu soru formları ile toplanmıştır, araştırmada kullanılan ölçekler ile ilgili temel bilgiler ise şu şekildedir:

Duygusal Zekâ Ölçeği. Carson ve diğ. (2000) tarafından geliştirilmiş, Türkçe'ye Aslan (2013) tarafından uyarlanmış olan ve 20 maddeden meydana gelen "Duygusal Zekâ Ölçeği" kullanılmıştır. Söz konusu ölçek 5 boyut ve 20 alt boyuttan oluşan 20 madde ile temsil edilmektedir. Bu boyutlar;

- Empati (6 madde)
- Ruh halini ayarlama (3 madde)
- Kişilerarası ilişkiler (4 madde)
- İç motivasyona sahip olma (5 madde)
- Kendini bilme (2 madde)

Duygusal zekâ ölçeği bu araştırmada Aslan (2013)'ın çevirmiş olduğu Türkçe formatıyla kullanılmıştır.

Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği. DeNoble ve diğ. (1999) ve Kickul ve D'Intino (2005) tarafından geliştirilmiş olan, 6 boyutlu ve 35 maddeden (Türkçe geçerlilik çalışmasında 7. ve 9. soruların hiçbir faktöre ait olmadığı sonucuna ulaşılmış, araştırma 33 soru üzerinden yapılmıştır) oluşan (Başol ve diğ., 2011, s. 13), Türkçeye çevirisi ise Naktiyok ve diğ. (2010) tarafından gerçekleştirilmiş olan bir ölçektir. Girişimci öz yeterlilik ölçeği boyutları ise şunlardır:

- Temel amacı tanımlamak (6 madde)
- Beklenmedik zorluklarla baş etmek (6 madde)
- Yenilikçi bir çevre oluşturmak (5 madde)
- Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek (8 madde)
- Yatırımcılarla ilişki başlatmak (3 madde)
- Temel insan kaynaklarını belirlemek (4 madde)

Orjinali İngilizce olan Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Naktiyok ve diğ. (2010)'nin çalışmasından alınarak, öncelikle araştırmacı tarafından Türkçeye çevirisi yapılmış, yapılan çalışma çeviri ve danışmanlık merkezi tarafından onaylanmış, sonraki aşamada yapılan çeviri söz konusu ölçeği yüksek lisans tezinde kullanan Başol (2010)'un çalışmasındaki ölçek sorularıyla karşılaştırılmış, en son aşamada ise tez danışmanı ile yapılan ayrıntılı bir değerlendirme ile her soru tek tek irdelenerek anket soruları son halini almıştır.

Risk Alma Eğilimi Ölçeği. Hisrich ve Peters (2002)' den tercüme edilmiş, Alpkan ve diğ. (2002) ile Ören ve Biçkes (2011)'in çalışmalarında kullanılmış olan "Risk Alma Eğilimi Ölçeği" (RAE) tek boyutlu ve 6 maddeden meydana gelmektedir.

Davranışa Yönelik Tutum (Kişisel Tutum) ve Girişimcilik Niyeti Ölçeği. Araştırmada Liñán ve Chen (2009) tarafından geliştirilmiş olan ölçekler kullanılmıştır, kişisel tutum ölçeği tek boyut ve 5 maddeden, girişimcilik niyeti ölçeği ise tek boyut ve 6 maddeden meydana gelmektedir. Orjinali İngilizce olan girişimciliğe yönelik tutum ölçeğinin öncelikle araştırmacı tarafından Türkçeye çevirisi yapılarak sorular çeviri ve danışmanlık merkezine onaylatılmış, son olarak tez danışmanı ile yapılan değerlendirme sonunda ölçek soruları son halini almıştır. Girişimcilik niyeti ölçeği araştırmada Şeşen ve Basım (2012) tarafından Türkçeye çevirisi yapılmış olan formatıyla kullanılmıştır. Davranışa

yönelik tutum ölçeği, kavram karışıklığına yol açmamak için araştırmanın amacına uygun bir şekilde analiz bölümünde girişimciliğe yönelik tutum olarak ifade edilmiştir.

3.5. Pilot Araştırma

Çalışmanın pilot araştırması İstanbul Ticaret Üniversitesi Bilgiyi Ticarileştirme Merkezinde yapılmış. 42 adet girişimciye toplam 70 adet sorudan oluşan kapalı uçlu soru formları elden doldurtulmuş, ulaşılan veriler ile ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır.

Güvenilirlik, "Cronbach Alpha Katsayısı" ile ölçülmüş, genel güvenilirlik 0,965 olarak bulunmuştur; anket, araştırma için yüksek güvenilirliktedir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri aşağıda ki tabloda verilmiştir.

Tablo 4. Pilot Araştırma Güvenilirlik Analizi

ÖLÇEKLER	CRONBACH'S ALPHA KATSAYISI	GÜVENİLİRLİK DÜZEYİ
Duygusal Zekâ Ölçeği	0,715	Güçlü
Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği	0,949	Çok güçlü
Risk Alma Eğilimi Ölçeği	0,711	Güçlü
Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği	0,923	Çok güçlü
Girişimcilik Niyeti Ölçeği	0,804	Çok güçlü

Çalışmada yapı geçerliliğini ölçmek için ise KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü Ölçüsü) kullanılmıştır. Ölçeklere ilişkin faktör analizi sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 5. Pilot Araştırma Geçerlilik Analizi

ÖLÇEKLER	KMO	AÇIKLANAN TOPLAM VARYANS
Duygusal Zekâ Ölçeği	0,760	52,692
Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği	0,711	48,324
Risk Alma Eğilimi Ölçeği	0,771	55,585
Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği	0,823	77,7439
Girişimcilik Niyeti Ölçeği	0,717	64,0393

Duygusal zekâ ölçeğinin birinci düzey DFA (Doğrulayıcı Faktör Analizi) sonuçları 5 boyutlu yapıyı doğrulamıştır, uygulanan ikinci düzey DFA sonucuna göre yeni değişken duygusal zekâ ölçeğini %52,692 oranında açıklamaktadır. Toplamda 20 sorudan oluşan

ölçeğin faktör analizi sonucuna göre düşük yüke sahip olan 9 adet yargısı faktör analizi tablosunda yer almamaktadır.

Girişimci öz yeterlilik ölçeğinin birinci düzey DFA sonuçları orjinalinde 6 boyutlu olan yapıyı 4 boyutlu olarak doğrulamıştır, uygulanan ikinci düzey DFA sonucuna göre yeni değişken girişimci öz yeterlilik ölçeğini %48,324 oranında açıklamaktadır. Toplamda 33 sorudan oluşan ölçeğin faktör analizi sonucuna göre düşük yüke sahip olan 7 adet yargısı faktör analizi tablosunda yer almamaktadır.

Risk alma eğilimi ölçeği faktör analizi sonucuna göre orjinaline uygun bir şekilde tek boyutta faktörleşme göstermiş, toplamda 6 sorudan oluşan ölçeğin faktör analizi sonucuna göre düşük yüke sahip olan bir adet yargı faktör analizi tablosundan çıkarılmıştır. Toplam varyansı açıklam oranı ise % 55,585 tir.

Girişimciliğe yönelik tutum ve girişimcilik niyeti ölçeklerine faktör analizi uygulandığında ölçeklerin orjinaline uygun olarak tek boyutta faktörleşme gösterdiği görülmüştür. Tutum ölçeğinin toplam varyans açıklama oranı % 77,43 iken bu oran girişimcilik niyeti ölçeği için ise % 64,0383 olarak gerçekleşmiştir. Ölçeklerin tamamının geçerlilik ve güvenilirlikleri uygundur ve bu doğrultuda ana araştırmaya devam edilmiştir.

3.6. Araştırmanın Örneklem Yapısı ve Veri Toplama Süreci

Son yıllarda dünyada Ar-Ge faaliyetlerinin ve inovasyonun artan bir ivme ile önem kazanması sonucu ileri teknoloji üreten firmalardan oluşan teknoparkların da önemi ve sayısı artmış, üniversite ve sanayi işbirliğinin somut göstergesi olan teknoparklar özellikle üniversite bünyelerinde kurulmaya başlamıştır. Teknoparklar, bünyelerinde ileri teknoloji üreten ve geliştiren firmaları barındırmaktadırlar. Küresel rekabetin hızlı bir şekilde artış gösterdiği piyasalarda varlığını sürdürmek ve daha da önemlisi rekabet avantajını yakalayarak söz sahibi olmak isteyen ülkelerin inovasyon ve Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık vererek bu faaliyetleri desteklemeleri, yüksek katma değere sahip ürünleri ve teknolojileri üretebilmeleri gerekmektedir. Teknoparklar; bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde öncü bir kuvvet özelliği taşımakta, işgücü ve sermayenin yanı sıra aynı zamanda teknoloji ve bilgi işbirliğini de içermektedirler. Hernández, ve González

(2016, s.119)'e göre alanyazın incelendiğinde bir ülkenin girişimcilik ekosistemini şekillendiren ana unsurların; girişimci toplulukları, rehberler, ön kuluçka ve kuluçka merkezleri, hızlandırıcı ve hizmet sağlayıcılar, melek yatırımcılar, üniversiteler, girişim sermayesi yatırımcıları, hükümetin sağladığı destekleri ve diğer ekosistemlerle kurulan bağlantılar olduğu ifade edilmiş, bu sebeplerden dolayı da teknopark bünyesindeki start up girişimler araştırma örneklemi olarak seçilmiştir.

Girişimcilik konusuda yapılan araştırmalarda dikkat çeken başka bir konu ise, geçmiş çalışmaların girişimci bireylerden ziyade henüz girişimci olmamış öğrenciler ve potansiyel girişimciler üzerine odaklı olmasıdır. Girişimci olup olmayacağı belli olmayan bireyleri örneklem olarak ele alan bu çalışmaların girişimcilik alanına yapacağı katkılar ise tartışmalıdır. Bu konuda girişimci olmayan örneklem üzerinde yapılan çalışmaların, bireyler girişimci olduktan sonra boylamsal olarak tekrar edilmesinin alana çok önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir (Eser ve Yıldız, 2015, s. 104). Günümüze kadar alanda yapılan çalışmalar henüz bir iş kurmamış ve bir girişimde bulunmamış, girişimci olacağı kesin olarak bilinmeyen çalışanlar ve özellikle de öğrenciler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu sebepten dolayı bu çalışmayı; yeni kurulan girişimler, yani gerçek anlamda ki girişimciler üzerinde gerçekleştirerek, gerçek girişimcileri girişimciliğe yönlendiren faktörleri belirlemek ve bu şekilde farklılık oluşturmak hedeflenmektedir. Araştırmada örneklem yöntemi olarak basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Olasılıklı örneklem yöntemlerinden biri olan ve araştırmalarda en sık kullanılan basit tesadüfi örnekleme yönteminde araştırmanın evreninden çekilen her bir bireyin örneklemimize girme şansı eşittir ve elde edilecek bilgiler araştırma evrenine genellenir.

Pilot araştırmanın sonuçları değerlendirildikten sonra çalışmanın ana araştırma bölümüne geçilmiş, öncelikle İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörlüğünden 15.02.2019 tarihli dilekçe ile onay istenmiş, etik kurul onayı alındıktan sonra veri toplama işlemi Mart 2019–Ekim 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni İstanbuldaki Teknoparklar ve girişimcilik platformlarında bulunan start up girişimcilerdir. Araştırma örneklemi ise İstanbul da bulunan Teknopark İstanbul (Cube Incubation Kuluçka Merkezi), İstanbul Ticaret Odası Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Çekirdek ve İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Magnet ve Startup Grind bünyesinde bulunan start up girişimciler ile sınırlandırılmıştır. Bu teknopark ve girişimcilik platformlarının seçilme sebebi, evreni en iyi şekilde temsil

ettikleri yönündeki düşüncedir. Söz konusu teknoparklar ve girişimcilik platformları, İstanbulun en kapsamlı teknopark ve girişimcilik platformları olarak ifade edilebilir. Araştırmada yeni kurulan işletmeler hedeflenmiş, bu kapsamda veriler teknoparkların ön kuluçka, kuluçka ve ileri kuluçka merkezleri bünyesinde bulunan ve kurulma aşamasında ya da en fazla beş yıllık bir geçmişe sahip startup şirketlerde ki girişimcilerden elde edilmiştir. İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Çekirdek ön kuluçka ve kuluçka merkezi; İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Magnet ise ileri kuluçka merkezi olarak ifade edilebilir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış, araştırma verileri söz konusu tarihler arasında yukarıda isimleri sayılan teknopark, teknokent ve girişimcilik platformu bünyesindeki girişimcilerden elde edilmiştir, hem ön kuluçka, kuluçka ve ileri kuluçka merkezlerinde bulunan startup firmalar hem de son beş yıl içinde (2015-2019) kurulmuş olan startup firmalar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Teknopark İstanbul (Cube Incubation Kuluçka Merkezi), İstanbul Ticaret Odası Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Çekirdek ve İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Magnet bünyesindeki girişimcilere 70 adet sorudan oluşan soru formları araştırmacı tarafından elden dağıtılmış ve cevaplanmış olarak aynı gün geri toplanmıştır. Girişimciler soru formlarını doldururken araştırmacı yanlarında bulunmuş, kendine yöneltilen sorulara cevap vererek soru formunun girişimciler tarafından doğru bir şekilde anlaşılarak doldurulmasını sağlamıştır. Aynı zamanda bu davranış hatalı ve eksik form doldurmalardan kaynaklanan geçersiz form sayısını da ciddi oranda azaltmış, böylelikle araştırma verilerinin daha sağlıklı bir şekilde temin edilmesi mümkün olmuştur. Girişimcilik platformu olan Startup Grind bünyesindeki girişimcilere ise, kuruluşun kuralları gereği elden dağıtmak mümkün olmadığı için soru formları google formda düzenlenerek kendilerine on-line olarak iletilmiştir. Startup grind bünyesinden elde edilen verileri toplamak amacıyla yönetimle işbirliği yapılmış, dönemsel olarak düzenlenen girişimci söyleşi programına katılım bileti ve kuluçka aşamasındaki start up girişimlere mentorluk eğitimi sunan sponsorluk karşılığında 2019 Nisan ayında 10 günlük bir süreç içerisinde veriler online olarak girişimcilerden elde edilmiştir.

Veri toplama süreci sonunda 51 adet kapalı uçlu soru formu on-line olarak, 311 adet kapalı uçlu soru formu ise araştırmacı tarafından girişimcilere elden dağıtılmak suretiyle toplam 362 adet soru formu dolturtulmuştur. Sözkonusu formlardan 18 tanesi;

işletmelerin kuruluş tarihi 2014 yılı ve daha önceki dönemler olduğu, araştırma konusu olan, yeni kurulan şirketler tanımı içine son 5 yılda kurulan şirketlerin (2014-2019) alınması planlandığı için değerlendirme dışı bırakılmış; araştırmanın analizi, 303 tanesi elden , 41 tanesi ise on-line olarak doldurulmuş olan toplam 344 adet soru formu ile gerçekleştirilmiştir. Alanyazında örneklem büyüklüğünün yeterli olmasına ilişkin çok sayıda çalışma mevcuttur. Gorsuch (1983) örneklem büyüklüğünün en az 100; Cattell (1978) en az 250; Hutchesen ve Sofroniou (1999) 150-300 arası olması gerektiğini önermişler; Comrey ve Lee (1992) ise örneklem büyüklüğünün 100 olmasını "zayıf", 200 olmasını "yeterli", 300 olmasını "iyi", 500 olmasını "çok iyi", 1000 ve üzerinde olmasını ise "mükemmel" olarak değerlendirmiştir (MacCallum ve diğ. 1999, s.84). Bu bilgiler ışığında araştırma, "iyi" olarak nitelendirilen 344 adet örneklem ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın spesifik bir örneklem yapısına sahip olmasından dolayı bu sayı, araştırma amacına uygun olarak araştırma için yeterli görülmüştür. Araştırma verilerinin toplandığı teknoparklar ve girişimcilik platformu aşağıda kısaca tanıtılmıştır:

Teknopark İstanbul ve Cube Incubation Kuluçka Merkezi: Teknopark İstanbul, Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı'nın yanında yerli ve yabancı girişimcilerin Türkiye'nin teknoloji geliştirme kapasitesine katkı sağlayabilmeleri amacıyla, Savunma Sanayi Müsteşarlığı ve İstanbul Ticaret Odası ortaklığında kurulmuş olan bir teknoloji geliştirme bölgesidir; amacı sunduğu hizmetler ile Ar-Ge faaliyetlerinin, inovasyonun ve teknolojik üretimin desteklendiği, aynı zamanda bunların da girişimciliği ve ekonomiyi tetiklediği bir ekosistem oluşturmaktır. Teknopark İstanbul, Ar-Ge faaliyetlerini yürüten yaklaşık 260 firma, 4800'den fazla Ar-Ge personeline ve tamamlanan ve devam eden toplamda 1400'den fazla yerli ve milli projeye ev sahipliği yapmaktadır. Kuruluşun odak teknoloji alanları Savunma Sanayi, Havacılık ve Uzay, Denizcilik, Enerji, Sağlık Bilimleri, İleri Malzemeler, İleri Elektronik ve Endüstriyel Yazılımdır. İstanbul Ticaret Üniversitesi başta olmak üzere 10 üniversite ile iş dünyasını buluşturan Teknopark İstanbul, üniversite-sanayi-kamu işbirliği çerçevesinde çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Teknopark İstanbul bünyesinde tematik alanlara uygun her Ar-Ge projesi kabul edilmemekte, projelerin yüksek teknolojili alanlarla entegre olmasına dikkat edilmektedir.

Teknopark İstanbul bünyesinde bulunan Cube Incubation Kuluçka Merkezi, tematik alanlar kapsamında yer alan inovatif ve teknoloji tabanlı iş fikirlerine sahip olan

girişimcilerin ve yatırımcıların ortak hedeflerde buluştuğu bir ekosistem olarak tanımlanabilir. Türkiye'nin en başarılı ve nitelikli kuluçka merkezlerinden biri olması hedeflenen Cube Incibation, sahip olduğu Biyoküp Labaratuvarı ile beraber 2000 metrekarelik bir alanda faaliyet göstermektedir. Biyoküp Laboratuvarı 300 metrekarelik alana, temiz odalar sağlık bilimleri ise 100 metrekarelik alana kurulmuştur; biyoteknoloji ve ileri malzeme alanlarında yapılacak olan projelere destek sağlayacak şekilde tasarlanarak girişimcilere geniş olanaklar sağlamaktadır. Sıfır maliyetli kuluçka merkezi bünyesindeki girişimciler; iş planı hazırlama, etkili sunum teknikleri, pazarlama, finans konularında eğitim ve mentorluk hizmetleri almakta, mali konularda desteğe ulaşmak için bedelsiz danışmanlık hizmetlerinden yararlanmakta ayrıca yatırımcı buluşmalarından da faydalanmaktadırlar. Sağlanan bu hizmetlerin yanı sıra ofis alanları, açık çalışma alanları, toplantı odaları, internet ve telefon hizmetleri ücretsiz olarak girişimcilerin hizmetine sunulmakta ve bu durum 18 ay boyunca sıfır maliyetlerini sürdürülebilir kılmaktadır. Kuluçka Merkezinden başarıyla mezun olan girişimcilerin, Ar-Ge ofisine geçmeden önce ara bir dönem olarak yer alacağı, "Ortak Çalışma Alanı", 2018 yılı başında faaliyete geçmiştir. Kulıçka merkezinden mezun olan girişimciler büyük bir başarı yüzdesiyle teknopark firması olarak ticari ve Ar-Ge faaliyetlerini sürdürmektedirler. Teknopark İstanbul bünyesinde 32 ön kuluçka, 53 kuluçka grubu ve 197 girişimci mevcuttur https://www.teknoparkistanbul.com.tr/ (Erişim tarihi 12.12.2019).

İstanbul Ticaret Odası Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi: İstanbul Ticaret Odası tarafından kurulmuş, girişimciliği yaymayı ve kurumsallaşma sürecinde girişimcilere profesyonel ve çok işlevli bir hizmet sunmayı hedef edinmiş olan sosyal bir kurumdur. Merkezin vizyonu, İstanbul'un inovasyon ve girişimcilik kapasitesini güçlendiren öncü bir kuruluş olmak, gerçek anlamda ticarileşme ile küresel konumunu arttırmak ve dünya genelinde bu alanlarda faaliyet göstermektir. Merkezin misyonu ise, inovasyon ve girişimcilik potansiyelini güçlendirecek, ticarileştirme faaliyetlerini yürütecek ve tüm bileşenleri bu çerçevede uyumlu hale getirecek, küresel ölçekte hizmet vererek, farklı disiplinlerde değer yaratma mekanizmaları oluşturmaktır.

Merkez BTM Kamp, Ön Kuluçka, Kuluçka ve Post Kuluçka programlarıyla girişimcilere hizmet vermektedir. BTM'de yenilikçi bir iş fikrine sahip olan ancak uygulama metodlarını bilmeyen, girişimci olmak ve ekosistem içerisinde yer almak isteyen girişimci adayları "BTM Kamp"; yenilikçi bir iş fikri olup, bununla ilgili ürün veye ürün

çıktılarına (yazılım ve web sitesi vb) sahip olan girişimciler "Ön Kuluçka"; şirket sahibi ve satış yapmış girişimciler "Kuluçka"; yatırım almış, ikinci veya üçüncü tur yatırım arayışında olan girişimciler ise "Post-Kuluçka" programında yer almaktadır. Küresel doğan startuplara yönelik projesi Winglobal ile globale açılan BTM girişimcilik ekosisteminde yürüttüğü programların yanı sıra "Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı" ile "Alman Uluslararası İşbirliği Kurumu" gibi kurumlarla birlikte gerçekleştirdiği projelerle hem ulusal hem de uluslararası alanlarda faaliyetlerde bulunmaktadır. BTM, Amerika ve Mozambik gibi birçok ülkede girişimcilik ekosistemiyle ilgili programların içinde yürütücü olarak yer alırken, ölçeklenebilir girişimlere odaklı çalışmalarını global arenada da gerçekleştirmektedir. Yeni dönem çalışmalarına "BTM 1000" projesi kapsamında başlayan BTM, başta e-ticaret olmak üzere bir çok sektörden 3000'e yakın başvuru alarak, kabul ettiği 300 startup ve 700 girişimci ile büyüme hedefini yükselterek 2023'e kadar stratup sayısını 1000'e ulaştırma konusunda çalışmalarını sürdürmektedir.

İstanbul Teknik Üniversitesi ARI Teknokent Çekirdek: Teknolojik, yenilikçi iş fikirlerine sahip, fikrinin inovatif ve ticari faaliyete dönüştürülebilir olduğuna inanan tüm girişimciler ve startup girişimler için bilim, teknoloji ve tasarımı bir araya getiren, erken aşama girişimcilerin tam entegre kuluçka merkezidir. İTÜ ve İTÜ ARI Teknokent tarafından 2012 yılında kurulan İTÜ Çekirdek, bugüne kadar 2424 girişime ve 5432 girişimciye destek olmuştur. Finansal teknolojilerden sağlık teknolojilerine, arttırılmış gerçeklik uygulamalarından donanım projelerine kadar birçok farklı alanda projeye destek olan İTÜ Çekirdek 40'ı aşkın paydaşıyla girişimcileri, şirketleri, melek yatırımcıları ve profesyonelleri bir araya getiren geniş bir girişimcilik platformudur.

İTÜ Çekirdek bünyesinde; fikir aşamasındaki girişimciler için "BIGG Programı", fikirden ilk ürünün geliştirilmesi aşamasındaki girişimciler için "Önkuluçka Programı", ürünlerini tamamlamış ve ilk satışlarını gerçekleştirmiş olan girişimciler için "Hızlı Önkuluçka Programı", erken aşama kuluçka merkezinde fikirlerini geliştiren girişimcilerin arasından pazara en yakın olanlarının seçilerek sahne aldığı ve bu girişimlerin iş dünyası ile buluşturulduğu "Big Bang Programı", Big Bang sonunda başarılı olup şirket kuran girişimci grupların girişimlerini geliştirmeye ve büyütmeye devam etmeleri için ise "Kuluçka Programı" bulunmaktadır. İTÜ Çekirdek'e kabul edilen girişimler ön kuluçka sürecinde İTÜ Çekirdek'in 800 metrekarelik açık ofisini çalışma

ofisi olarak ücretsiz olarak kullanabilmekte, Ar-Ge için gerekli donanımların bulunduğu labaratuvar alanında protiplerini geliştirebilmekte, sayısı 250'yi aşkın çekirdek mentorden bire bir randevu alarak mentorluk eğitimi alabilmektedirler. Girişimciler için özel hazırlanmış "Girişimcilik Eğitim" programı ile kanvas iş modeli, finansal modeller ve pazara giriş stratejileri konularında projelerini geliştirmektedirler. "Girişimcilik Eğitimi" sonu jürisinde başarılı olan girişimler ön kuluçka hızlandırma programı aşamasında eğitim, seminer, danışmanlık ve mentorluk hizmetlerinden faydalanmaya devam etmekte ayrıca protiplerini geliştirebilmek için ayrılan Ar-Ge fonundan yararlanmaya hak kazanabilmektedirler. İTÜ Çekirdek'te "Big Bang" sonunda başarılı olarak şirket kuran girişimciler ise bir yıl süreyle "İTÜ Çekirdek Kuluçka" imkanlarından faydalanırlar. Girişimcilere özel atanan mentorler tarafından girişimlerin yakından takibi yapılmaktadır. Girişimlerin geliştirilmesi amacıyla girişimci müşteri buluşmaları, girişimlerin ihtiyacına özel olarak hazırlanmış eğitimler ve danışmanlık hizmetleri gerçekleştirilmektedir. Araştırmanın gerçekleştirildiği dönemlerde İTÜ Çekirdek bünyesindeki girişim sayısı toplam 366 tanedir https://itucekirdek.com/ (Erişim Tarihi. 25.11.2019).

İstanbul Teknik Üniversitesi ARI Teknokent Magnet: İTÜ ARI Teknokentin İleri Aşama Girişimcilik Merkezi olan İTÜ Magnet, 2017 yılı Şubat ayında faaliyetlerine başlamıştır. Ürününü pazara sunan, hızlı büyüme potansiyeline sahip, çekirdek yatırımını almış veya yaptığı satışlarıyla gerekli olan kaynağı sağlamış olan startuplar yönetici şirket tarafından İTÜ Magnet'e kabul edilmektedir. İTÜ Magnet'in amacı değerlendirme kurulundan geçerek kabul alan startupların hızla büyümelerine yardımcı olmaktır. Bu çerçevede İTÜ Magnet start up girişimleri risk sermayesi şirketleri ile ve kurumsal müşteriler ile buluşturarak finansal erişimlerini sağlamakta, sürdürdüğü eğitim ve koçluk faaliyetleri ile büyüme yolunda girişimcilere destek vermekte ve düzenlediği ulusal ve uluslararası düzeydeki etkinliklerle girişimcilere iş bağlantısı kurma ve iş birliği gerçekleştirme fırsatları oluşturmaktadır. İTÜ Magnet ayrıca İTÜ'nün kurumsal, akademik ve insan kaynağı gücünü girişimcilerle bir araya getirerek katma değeri yüksek ürün ve teknolojilerin ekonomiye kazandırılması için faaliyetler sürdürmektedir. İTÜ Magnet'teki start up girişimler finans, sigorta, tarım ve eğitim teknolojileri, robotik, perakende satış, enerji verimliliği ve optimizasyon gibi pek çok alanda faaliyet

göstermektedir. İTÜ Magnet bünyesinde araştırmanın verilerinin toplandığı Haziran 2019 döneminde toplam 55 civarında girişim mevcuttur.

Startup Grind İstanbul: Startup Grind dünyanın 55 ülkesinde ve 100'den fazla şehirde girişimcileri buluşturan ve yaklaşık 100 bin girişimci üyesi bulunan bir girişimcilik platformudur. Startup Grind İstanbul ise İstanbuldaki girişimcileri periyodik olarak bir araya getirererk gerçekleştirmiş olduğu söyleşi programları ve söyleşi programı sonrası yapılan networking çalışmaları ile girişimciler, yatırımcılar ve girişimci adaylarının kendi aralarında fikir alış verişi yapmalarını ve başkalarının hikayelerinden ilham almalarını olanaklı hale getirerek, girişimcilik ekosistemine önemli katkılar sağlayan bir girişimcilik platformudur. Startup Grind, dünyada global bazda düzenlediği konferansların yanı sıra, İstanbulda Startup Grind olarak her ay düzenlediği söyleşi programları ve networking seansları ile bu amaca hizmet etmektedir https://webrazzi.com/2014/10/16/startup-grind-istanbul-yeni-donem/ https://anlatsin.com/startup-grind-nedir (Erişim tarihi. 12.12.2019).

3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, İstanbul da faaliyet gösteren teknoparklar ve girişimcilik platformları arasından seçilmiş sınırlı sayıdaki teknopark ve girişimcilik platformlarında bulunan 344 adet start up girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklem sayısı arttırılarak, İstanbul da bulunan diğer teknoparklar, hatta İstanbul dışındaki teknoparklar araştırma kapsamına dahil edilerek farklı sonuçlara ulaşmak ve hatta farklı teknoparklar bünyesindeki girişimciler arasında karşılaştırma yapmak mümkündür. Bu sebeple araştırma kapsamı ve bölgesel farklılıklar bu araştırma için bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir fakat diğer taraftan sınırlılık olarak görülen bölgesel farklılıklar ileride ki araştırmacılar tarafından karşılaştırmalı analiz yapmak suretiyle avantaja dönüştürülebilir. Araştırmanın kısıtı olarak değerlendirilebilecek bir diğer faktör de zaman faktörüdür. Çalışmayı sonraki dönemlerde daha uzun bir sürece yayarak ve daha fazla sayıda veri toplamak suretiyle daha kapsamlı bir çalışma haline getirmek mümkündür. Ayrıca boylamsal bir analiz yapılarak aynı veri seti üzerinden farklı zamanlarda veri toplayarak, zaman içinde meydana gelen değişimler tespit edilebilir, boylamsal analizin çalışmaya derinlik ve zenginlik kazandıracağı düşünülmektedir. Araştırma veri toplama sürecinde karşılaşılan engeller araştırmanın bir diğer kısıtı olarak

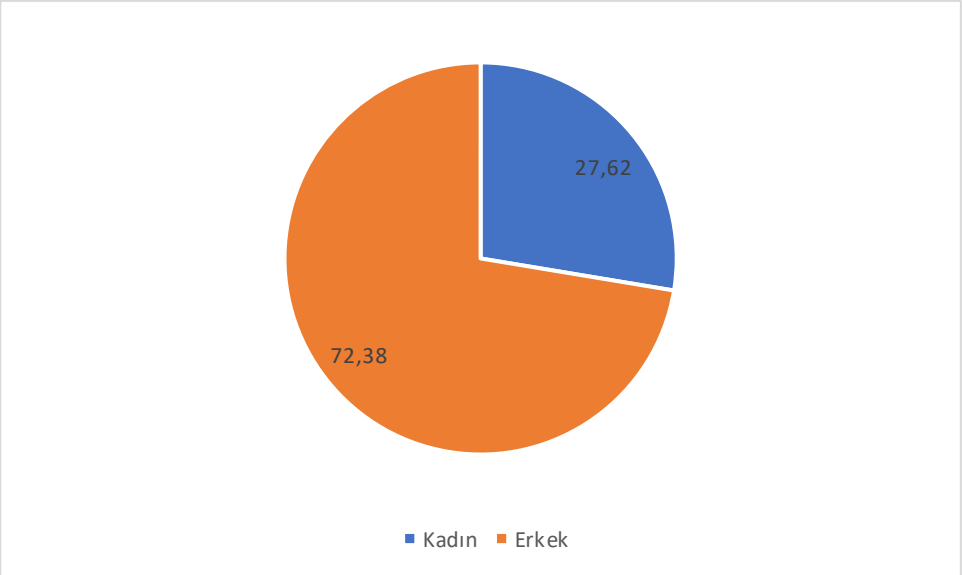
değerlendirilebilir. Araştırma örneklemi olarak seçilen teknopark bünyesindeki start up girişimcilere on line olarak ulaşmak mümkün olmamıştır. Teknopark yönetiminden iletişim bilgilerini almak konusunda karşılaşılan yasal engellerden dolayı veriler araştırmacı tarafından yüz yüze veri toplama yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırma kısıtı olarak değerlendirilebilecek bu durum başka bir açıdan, verilerin sağlıklı bir şekilde toplanmasına yol açmıştır, zira bu yöntemle yanlış ya da eksik doldurulan soru formu olmamıştır. Aynı zamanda söz konusu durum, araştırmacının start up girişimci profilini ve girişimcilik ekosistemini yakından tanımasına ve bu doğrultuda değerlendirme yapabilmesine olanak sağlamıştır.

3.8. Araştırmanın Analizi ve Bulguları

Bu bölümde, öncelikli olarak demografik değişkenlere ilişkin sonuçlara yer verilmiş; sonrasında ise sırasıyla, araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi, ölçek alt boyutlarının kendi aralarında tutarlı bir yapıya sahip olup olmadıklarını ölçmek amacıyla yapılan güvenilirlik analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi görebilmek için yapılan korelasyon analizi, araştırma hipotezlerini test edebilmek için yapılan yapısal eşitlik analizi sonuçlarına ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

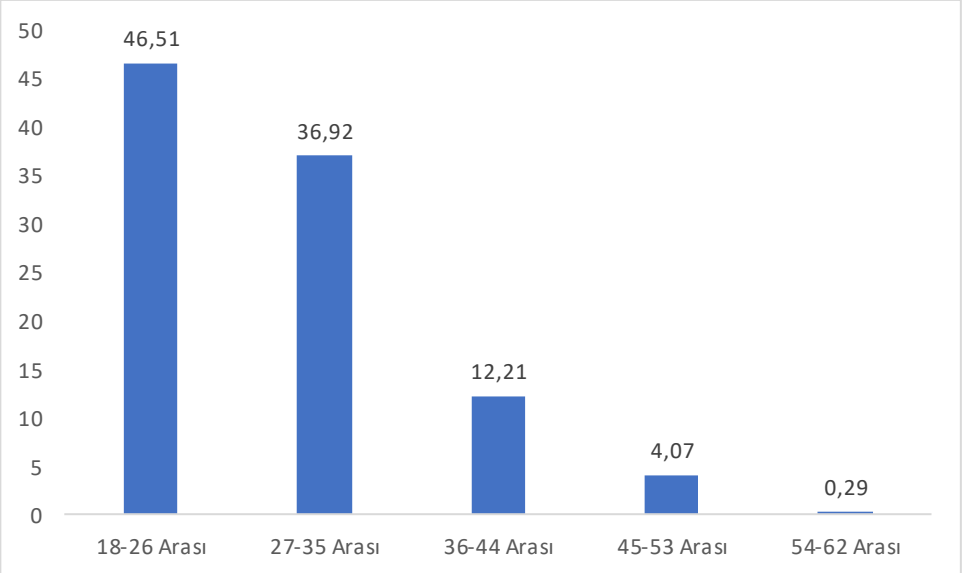
3.8.1. Demografik Özellikler

Bu bölümde araştırmanın demografik verilerine ilişkin sonuçlar tablo ve şekiller aracılığıyla açıklanmıştır.



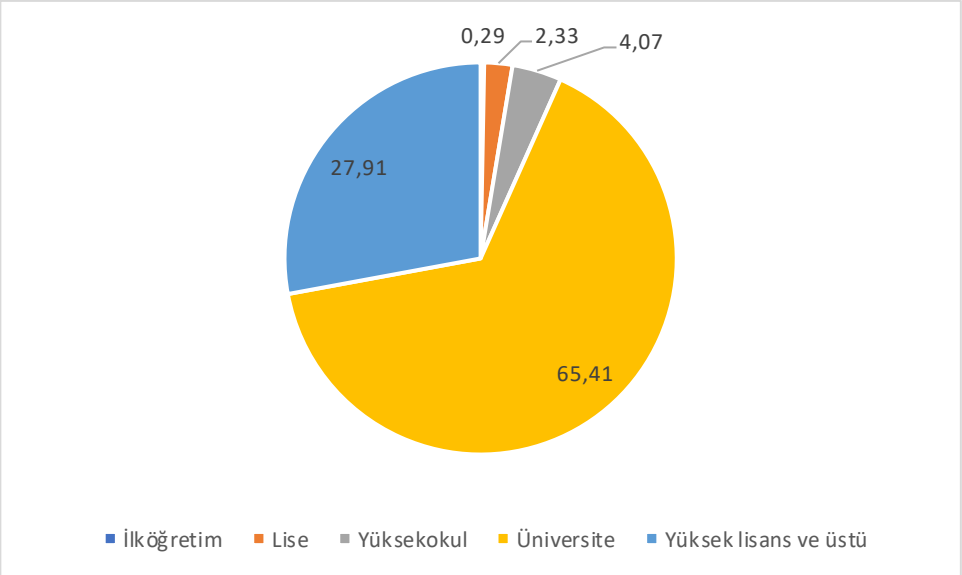
Şekil 10. Cinsiyet Dağılımı

Araştırmaya katılanların %72,38'i erkek, %27,62'si ise kadındır.



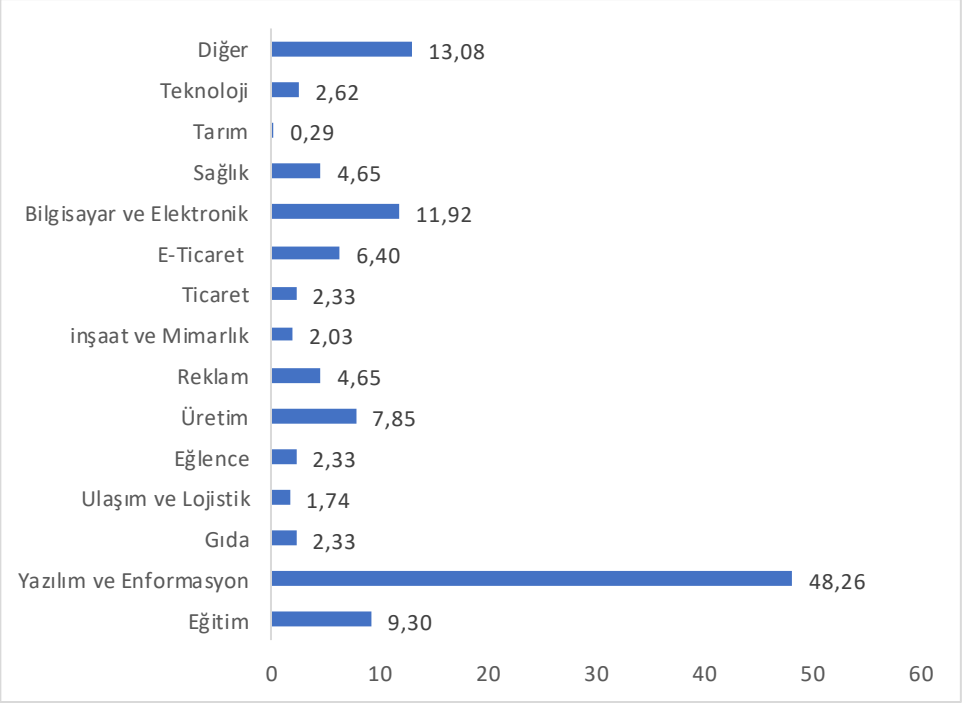
Şekil 11. Yaş Dağılımı

Araştırmaya katılanların %46,51'i 18-26 yaş aralığında, %36,92'si 27-35 yaş aralığında, %12, 21'i 36-44 yaş aralığında, %4,07'si ise 45-53 yaş aralığında ve %0,29'u ise 54-62 yaş aralığındadır.



Şekil 12. Eğitim Durumu

Araştırmaya katılanların %65,41'i üniversite mezunu, %27,91'i yüksek lisans veya doktora yapmış, %4,07'si yüksekokul, %2,33'ü lise, %0,29'u ise ilkokul mezunudur.

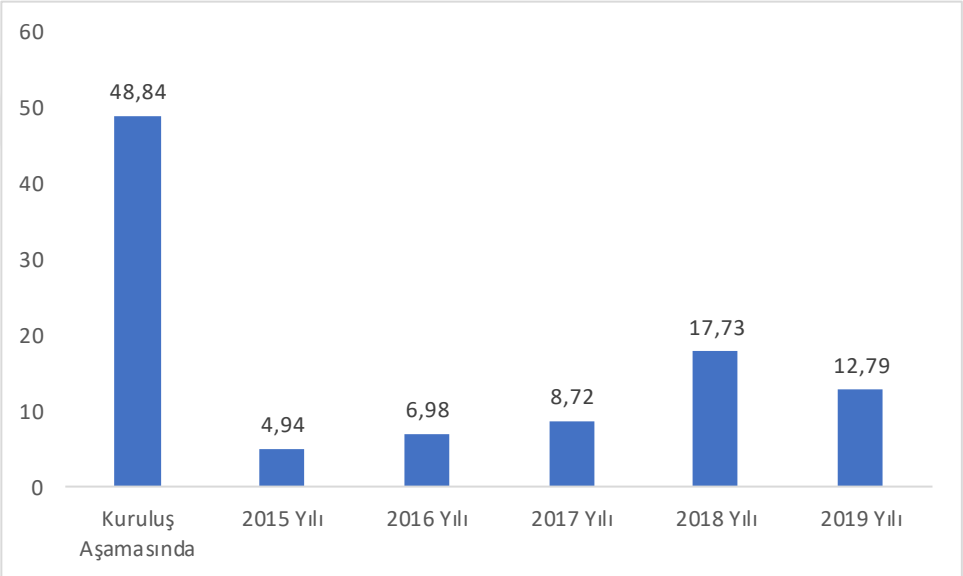


Şekil 13. Girişimlerin Sektörlere Göre Dağılımı

Araştırmaya katılan girişimcilerin %48,26'sı yazılım ve enformasyon, %11,92'i bilgisayar ve elektronik, %7,85'i üretim, %6,40'ı e-ticaret, %4,65'i sağlık, %4,65'i reklam, %2,62'si teknoloji, %2,33'ü ticaret, %2,33'ü eğlence, %2,33'ü gıda, %2,03'ü

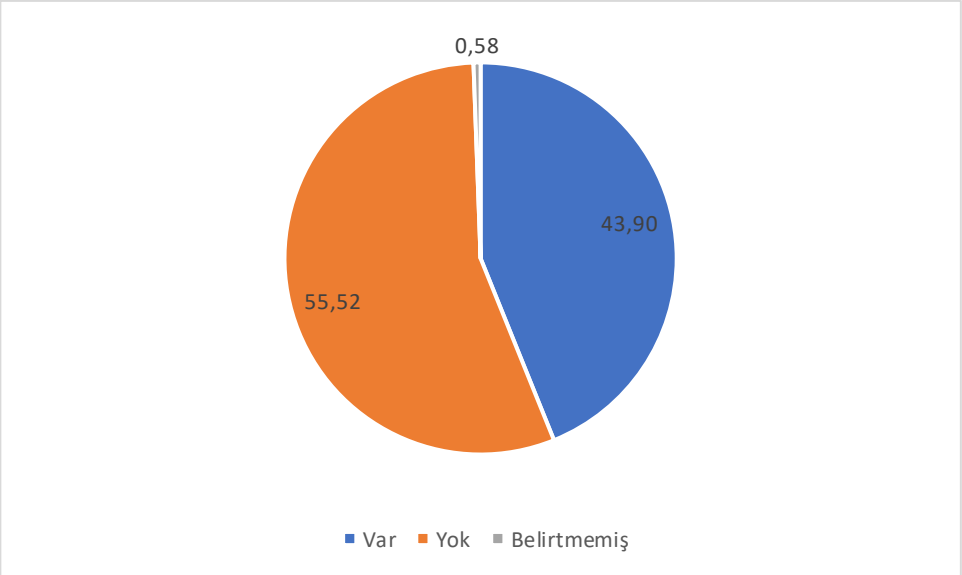
inşaat ve mimarlık, %1,74'ü ulaşım ve lojistik, %0,29'u ise tarım alanında faaliyet göstermektedir.

Diğer alanda faaliyet gösterenlerin oranı %13,08, yüzdelik dağılımları ise sırayla; bilişim (%5), savunma sanayi (%4), mobil uygulama (%3), dijital pazarlama (%3), turizm (%3), enerji (%3), uzay (%3), oyun tasarımı (%3), turizm (%3), tasarım (%2), robotik (%2), tasarım (%2), emlak (%1), hizmet (%1), sanat (%1), oyuncak (%1), spor (%1), hayvancılık (%1), insuretech (%1), çevre teknolojileri (%1), fintech (%1), tekstil (%1), havacılık (%1), finans (%1), otomotiv (%1), geri dönüşüm (%1) ve sanayi (%1)'dir.



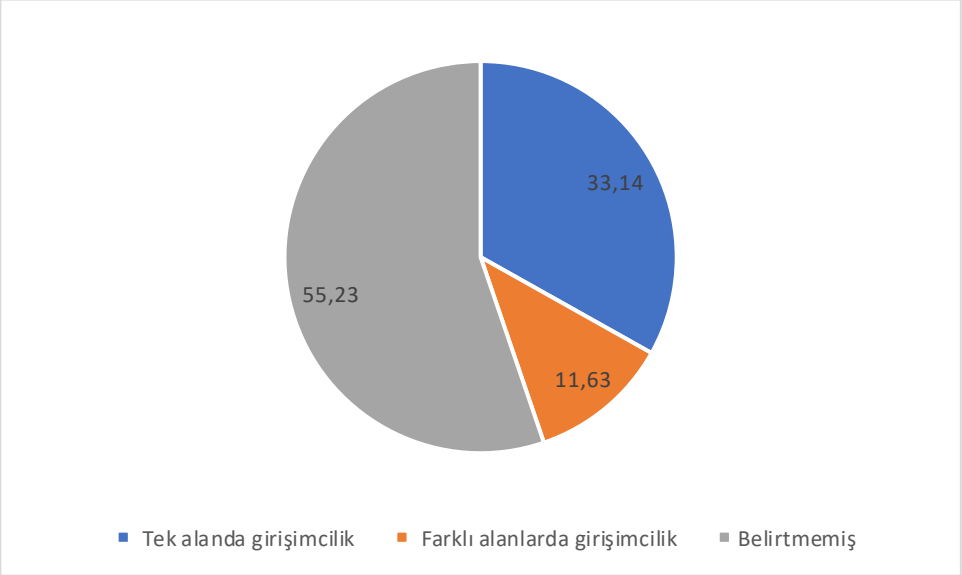
Şekil 14. Girişimlerin Kuruluş Zamanları

Araştırmaya katılan girişimlerin %48,84'ü kuruluş aşamasındadır; kurulma aşamasını tamamlamış olan ve yeni girişim olarak tanımlanan girişimlerin, %4,94'ü 2015'yılında, %6,98'i 2016 yılında, %8,72'i 2017 yılında, %17,73'ü 2018 yılında ve %12,79'u ise 2019 yılında kurulmuştur.



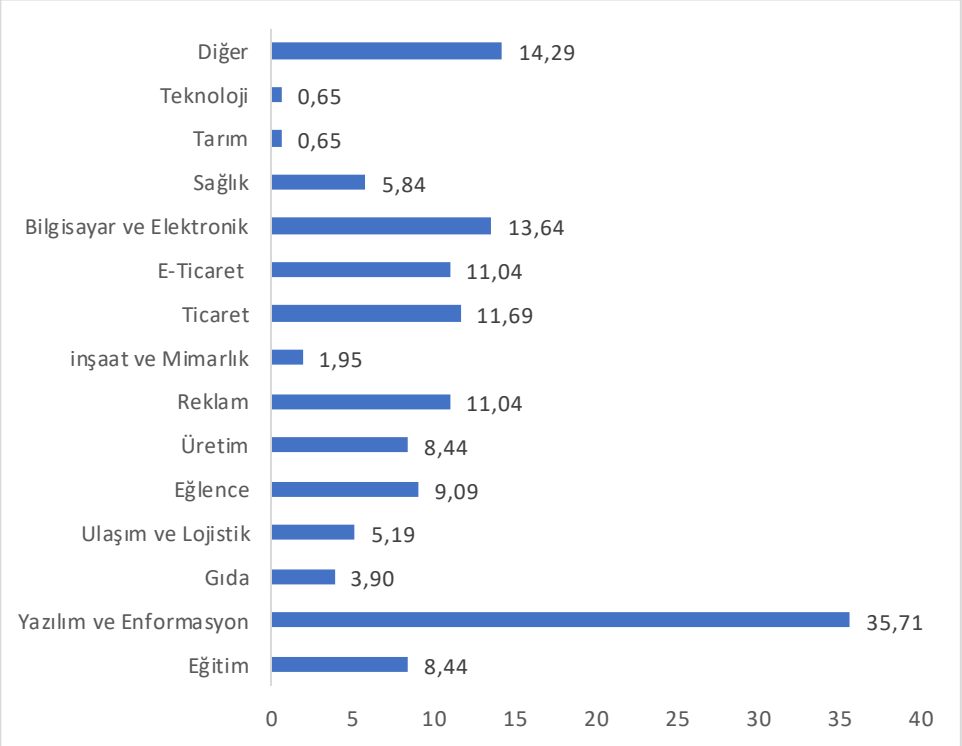
Şekil 15. Geçmişte Girişimcilikte Bulunma Durumu

Araştırmaya katılan girişimcilerin %55,52'sinin geçmişte bir girişimcilik deneyimi bulunmamakta, %41,90'ının ise daha önceden de bir girişimcilik deneyimi bulunmaktadır; diğer taraftan çalışmaya katılan girişimcilerin %0,58'i ise girişimcilik deneyimleri hakkında herhangi bir bilgi vermemişlerdir.



Şekil 16. Girişimcilik Yapılan Alanların Zamanlaması

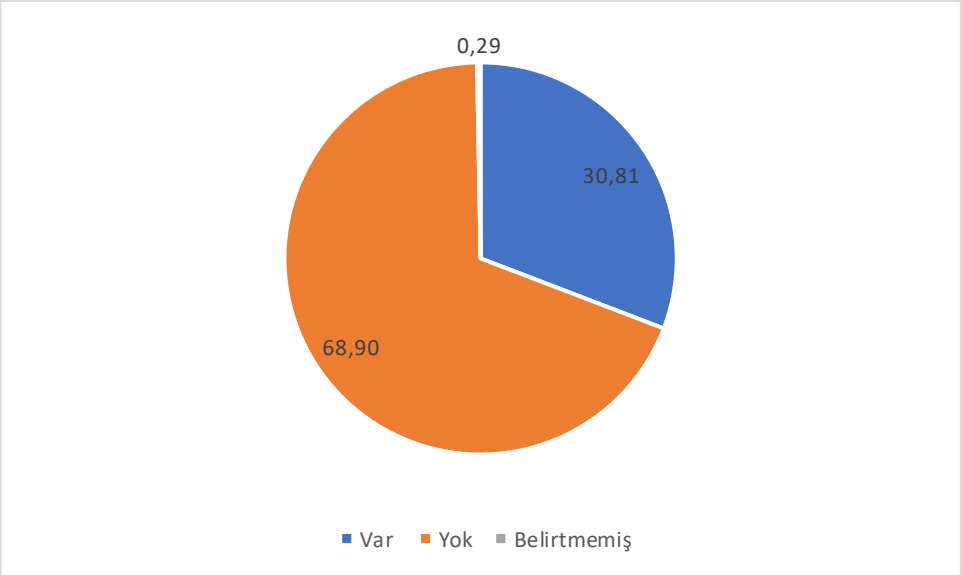
Araştırmaya katılan ve daha önceden girişimcilik deneyimi olan kişilerin %34,14'ü tek alanda girişimcilik yaparken (seri girişimci), %11,63'ü ise aynı anda farklı alanlarda (paralel girişimci) girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuşlardır.



Şekil 17. Girişimcilerin Geçmişteki Girişimcilik Alanları

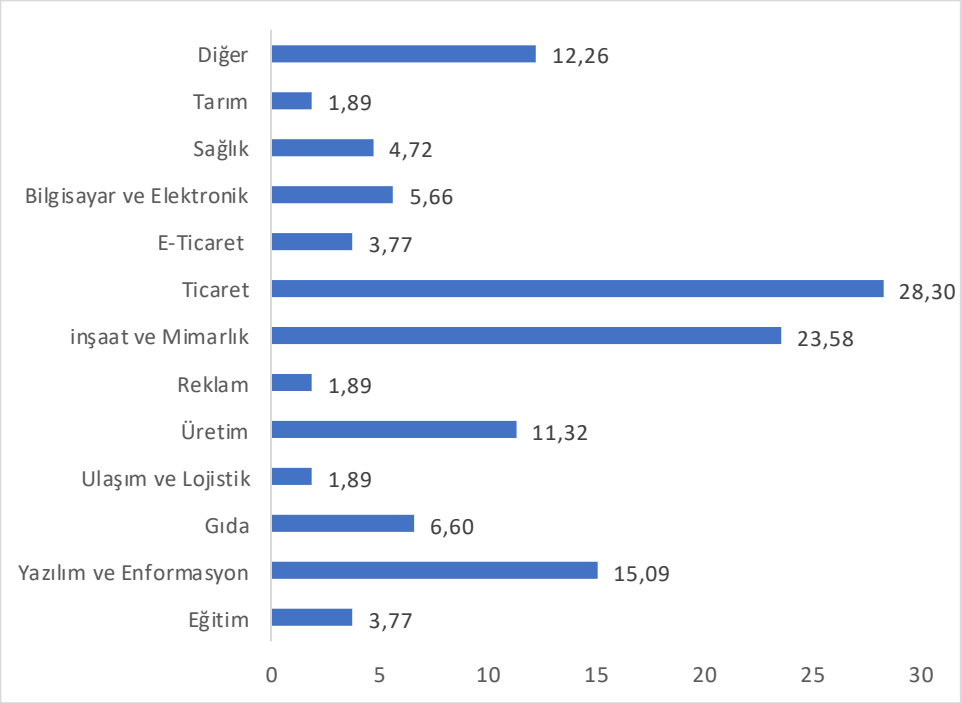
Geçmişte girişimcilik faaliyetinde bulunan girişimcilerin %35,71'i yine yazılım ve enformasyon, %13,64'ü bilgisayar ve elektronik, %11,04'ü e-ticaret, %11,69'u ticaret, %11,04'ü reklam, %9,09'u eğlence, %8,44'ü üretim, %8,44'ü eğitim, %5,84'ü sağlık, %5,19'u ulaşım ve lojistik, %3,90'ı gıda, %1,95'i inşaat ve mimarlık, %0,65'i teknoloji ve yine %0,65'i tarım alanlarında faaliyet göstermişlerdir.

Geçmişte girişimcilik faaliyetinde bulunan girişimcilerin %14,29'u ise diğer alanlarda faaliyette bulunmuşlardır, faaliyet gösterdikleri alanların yüzdelerini ise sırasıyla; hizmet (%5), sanat (%3), fintech (%2), sigorta (%1), bilişim (%1), enerji (%1), insan kaynakları (%1), otomotiv (%1), turizm (%1), danışmanlık (%1), block chain (%1), boya-badana (%1), robotik (%1), mobil uygulamalar (%1), muhasebe (%1) olarak sıralamak mümkündür.



Şekil 18. Girişimcilerinin Ailelerinin Girişimcilik Yapma Durumları

Araştırmaya katılan girişimcilerin %68,90'unun aile geçmişlerinde girişimcilik faaliyeti yoktur, %30,81'inin aileleri de kendileri gibi geçmişte girişimcilik faaliyetinde bulunmuşlardır.



Şekil 19. Girişimcilerin Ailelerinin Uğraştığı Girişimcilik Alanları

Araştırmaya katılan girişimcilerin geçmişte girişimcilik faaliyetinde bulunan aile üyelerinin %28,30'u ticaret, %23,58'i inşaat ve mimarlık, %15,09'u yazılım ve enformasyon, %11,32'i üretim ve %12,26'sı diğer (çöp toplama, emlak, enerji, finans, geri dönüşüm, gıda, hafriyat, hizmet, matbaa, moda, nano teknoloji ve otomotiv ve spor), %6,60'ı gıda, %5,66'sı bilgisayar ve elektronik, %4,72'si sağlık, %3,77'si e-ticaret, %3,77'si eğitim, %1.89'u tarım, %1,89'u ulaşım ve lojistik, %1,89'u reklam alanlarında faaliyet göstermişlerdir.

3.8.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Araştırmada, öncelikle veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) örneklem yeterliliği testi ve *Bartlett* Küresellik testi yapılmıştır. KMO, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO katsayısı ve *Bartlett* Küresellik testlerinin anlamlı olması, verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2011). Ölçeğin Keiser-Meyer-Olkin analiz sonucu 0,844 ve Barlett testi anlamlı (p= 0,000) olarak tespit edilmiştir. KMO değerinin 0,844 olduğunun tespit edilmesi, örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2010, s. 322). Bir diğer uygunluk testi olan *Bartlett* Küresellik testi sonuçlarına göre ölçeğin (p<,005) anlamlılık derecesinde test değerinin 3298,374 olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bu sonuç veriye açıklayıcı faktör analizi uygulanabileceğini göstermektedir. Elde edilen sonuçların olumlu olması nedeniyle faktör analizine geçilmiştir.

Tablo 6. KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Örneklem Yeterliliğinin Testi: Kaiser-Meyer-Olkin		0,844
Bartlett Testi	Yaklaşık X^2 İstatistik Değeri	3298,374
	Serbestlik Derecesi	190
	Olasılık Değeri	0,000

Daha sonra araştırma ölçeğinde yer alan ölçeklere ilişkin faktör analizlerine ilişkin bulgular aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

Tablo 7. Duygusal Zekâ Ölçeği Faktör Yapısı

Toplam Açıklanan Varyans						
Maddeler	Başlangıç Öz Değerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamının Gösterimi		
	Toplam	% Varyans	% Kümülatif	Toplam	% Varyans	% Kümülatif
1	5,751	28,754	28,754	5,751	28,754	28,754
2	3,092	15,462	44,216	3,092	15,462	44,216
3	1,838	9,191	53,407	1,838	9,191	53,407
4	1,421	7,106	60,513	1,421	7,106	60,513
5	1,048	5,239	65,752	1,048	5,239	65,752
6	0,967	4,834	70,586			
7	0,719	3,593	74,179			
8	0,702	3,509	77,689			
9	0,609	3,043	80,732			
10	0,557	2,785	83,517			
11	0,526	2,632	86,149			
12	0,498	2,491	88,639			
13	0,398	1,989	90,628			
14	0,388	1,938	92,565			
15	0,339	1,697	94,263			
16	0,305	1,525	95,787			
17	0,298	1,489	97,276			
18	0,223	1,113	98,389			
19	0,204	1,021	99,410			
20	0,118	0,590	100,000			
Metot: Temel Bileşenler Analizi						

Yapılan analiz sonucu duygusal zekâ ölçeğinin 5 faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve toplam varyansın %65,752'sinin açıklandığı görülmüştür.

Tablo 8. Duygusal Zekâ Ölçeği Faktör Yükleri

Maddeler/Faktörler	1	2	3	4	5
Empati					
Empati 1	0,845				
Empati 2	0,835				
Empati 3	0,823				
Empati 4	0,815				
Empati 5	0,793				
Empati 6	0,658				
Ruh Halini Ayarlama					
Ruh Halini Ayarlama 1		0,843			
Ruh Halini Ayarlama 2		0,833			
Ruh Halini Ayarlama 3		0,747			
Kişisel Arası İlişkiler					
Kişiler Arası İlişkiler 1			0,889		
Kişiler Arası İlişkiler 2			0,846		
Kişiler Arası İlişkiler 3			0,845		
Kişiler Arası İlişkiler 4			0,522		
İç Motivasyona Sahip Olma					
İç Motivasyona Sahip Olma 1				0,773	
İç Motivasyona Sahip Olma 2				0,754	
İç Motivasyona Sahip Olma 3				0,729	
İç Motivasyona Sahip Olma 4				0,655	
İç Motivasyona Sahip Olma 5				0,643	
Kendini Bilme					
Kendini Bilme 1					0,858
Kendini Bilme 2					0,681

Faktör analizinde; faktör yapısını belirlemek ve anlamlı yorumlanabilir faktörler elde etmek amacıyla temel bileşenler analizi seçilmiştir. Dikey döndürme tekniklerinden Varimax tekniği kullanılmıştır. Faktör yükü 0,40'ın üstünde olan veriler dikkate alınmıştır (Alpar, 2011, s. 269; Büyüköztürk vd., 2016, s. 120). Bununla birlikte, bir faktörün en az üç maddeden oluşması ve karışık yük farkının en az 0,10 olması kararı benimsenerek, herhangi bir faktöre boyutlanmayan maddelerin de ölçekten çıkarılması kararı verilmiştir (Kalaycı, 2010, s. 321-322). Faktörleri isimlendirebilmek için, bir faktör altında büyük ağırlıkları olan değişkenleri sınıflandırmak gerekmektedir (Kalaycı, 2010, s. 330). Bu sınıflandırma sonucunda isimlendirilen "Empati" faktörünün altında 5 madde, "Ruh halini ayarlama" faktörünün altında 3 madde, "Kişiler arası ilişkiler" faktörü altında

4 madde, "İç motivasyona sahip olma" faktörü altında 5 madde ve "Kendini bilme" faktörü altında 2 madde bulunduğu görülmektedir.

Duygusal zekâ ölçeğinin alt boyutlarının beş faktör altında toplandığı, faktör yüklerinin ise 0,522 ile 0,889 arasında değiştiği görülmektedir. KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,787 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(170) = 1207{,}668, 0.000 < 0{,}01$] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Yapısı

Toplam Açıklanan Varyans						
Maddeler	Başlangıç Öz değerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamının Gösterimi		
	Toplam	% Varyans	% Kümülatif	Toplam	% Varyans	% Kümülatif
1	10,033	30,404	30,404	10,033	30,404	30,404
2	2,243	6,797	37,201	2,243	6,797	37,201
3	2,034	6,164	43,365	2,034	6,164	43,365
4	1,681	5,094	48,460	1,681	5,094	48,460
5	1,495	4,529	52,989	1,495	4,529	52,989
6	1,254	3,801	56,790	1,254	3,801	56,790
7	1,053	3,191				
8	1,017	3,082				
9	0,897	2,720				
10	0,891	2,699				
11	0,827	2,507				
12	0,730	2,212				
13	0,700	2,122				
14	0,632	1,916				
15	0,623	1,887				
16	0,583	1,766				
17	0,547	1,658				
18	0,531	1,609				
19	0,522	1,581				
20	0,482	1,461				
21	0,443	1,343				
22	0,430	1,302				
23	0,399	1,210				
24	0,391	1,185				
25	0,346	1,050				
25	0,330	0,999				
26	0,316	0,957				
27	0,297	0,900				
28	0,293	0,889				
29	0,260	0,788				
30	1,053	3,191				
31	0,256	0,776				
32	0,249	0,756				
33	0,213	0,645				
Metot: Temel Bileşenler Analizi						

Yapılan analiz sonucu girişimci öz yeterlilik ölçeğinin 6 faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve toplam varyansın ise %56,790'nının açıklandığı görülmektedir.

Tablo 10. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Yükleri

Faktörler/Maddeler	**Faktör Yük Değerleri**					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme	1	2	3	4	5	6
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 1	0,781					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 2	0,733					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 3	0,722					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 4	0,698					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 5	0,695					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 6	0,690					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 7	0,650					
Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme 8	0,510					
Yenilikçi Çevre Oluşturma						
Yenilikçi Çevre Oluşturma 1		0,761				
Yenilikçi Çevre Oluşturma 2		0,735				
Yenilikçi Çevre Oluşturma 3		0,687				
Yenilikçi Çevre Oluşturma 4		0,663				
Yenilikçi Çevre Oluşturma 5		0,659				
Yatırımcılarla İlişki Başlatmak						
Yatırımcılarla İlişki Başlatmak 1			0,796			
Yatırımcılarla İlişki Başlatmak 2			0,786			
Yatırımcılarla İlişki Başlatmak 3			0,508			
Temel Amacı Tanımlamak						
Temel Amacı Tanımlamak 1				0,798		
Temel Amacı Tanımlamak 2				0,784		
Temel Amacı Tanımlamak 3				0,701		
Temel Amacı Tanımlamak 4				0,658		
Temel Amacı Tanımlamak 5				0,655		
Temel Amacı Tanımlamak 6				0,568		
Beklenmedik Zorluklarla Baş Etmek						
Beklenmedik Zorluklarla Baş etmek 1					0,714	
Beklenmedik Zorluklarla Baş etmek 2					0,700	
Beklenmedik Zorluklarla Baş etmek 3					0,678	
Beklenmedik Zorluklarla Baş etmek 4					0,663	
Beklenmedik Zorluklarla Baş etmek 5					0,616	
Beklenmedik Zorluklarla Baş etmek 6					0,578	
Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek						
Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek 1						0,741
Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek 2						0,726
Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek 3						0,696
Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek 4						0,532
Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek 5						0,503

Girişimci Öz yeterlilik Ölçeğinde "Yeni Ürün ve Pazar Fırsatları Geliştirme" faktörünün altında 8 madde, "Yenilikçi Çevre Oluşturma" faktörünün altında 5 madde, "Yatırımcılarla İlişki Başlatmak" faktörü altında 3 madde, "Temel Amacı Tanımlamak" faktörü altında 6 madde, "Beklenmedik zorluklarla baş etmek" faktörü altında 6 madde, Temel İnsan Kaynaklarını Belirlemek" faktörü altında ise 5 madde bulunduğu görülmektedir.

Girişimci Öz yeterlilik ölçeğinin alt boyutlarının 6 faktör altında toplandığı, faktör yüklerinin ise 0,503 ile 0,798 arasında değiştiği görülmektedir. KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,912 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [χ^2(180) =4211,058, 0,000<0,01] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 11. Risk Alma Ölçeği Faktör Yapısı

Toplam Açıklanan Varyans						
Maddeler	Başlangıç Öz değerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamının Gösterimi		
	Toplam	% Varyans	% Kümülatif	Toplam	% Varyans	% Kümülatif
1	3,277	54,624	55,625	3,277	54,624	55,625
2	0,872	33,224	62.788			
3	0,692	17,905	73,185			
4	0,615	11,529	85,987			
5	0,602	10,258	93,789			
6	0,543	9,058	100,00			
Metot: Temel Bileşenler Analizi						

Yapılan Analiz sonucu risk alma ölçeğinin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu, toplam varyansın ise %55,625'nin açıklandığı görülmüştür.

Tablo 12. Risk Alma Ölçeği Faktör Yükleri

Maddeler	**Faktör Yükleri**
Risk Alma 1	0,701
Risk Alma 2	0,526
Risk Alma 3	0,597
Risk Alma 4	0,686
Risk Alma 5	0,719
Risk Alma 6	0,662

Risk alma ölçeğinin faktör yüklerinin 0,662 ile 0,719 arasında değiştiği görülmektedir. KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,722 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [χ^2(183) =2156,212, 0,000<0,01] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 13. Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Faktör Yapısı

Toplam Açıklanan Varyans						
Maddeler	Başlangıç Öz değerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamının Gösterimi		
	Toplam	% Varyans	% Kümülatif	Toplam	% Varyans	% Kümülatif
1	3,441	68,823	68,823	3,441	68,823	68,823
2	0,504	10,088	78,912			
3	0,451	9,015	87,926			
4	0,332	6,641	94,568			
5	0,272	5,432	100,000			
Metot: Temel Bileşenler Analizi						

Yapılan Analiz sonucu girişimciliğe yönelik tutum ölçeğinin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu, toplam varyansın ise %68,823'nin açıklandığı görülmüştür.

Tablo 14. Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Faktör Yükleri

Maddeler	**Faktör Yükleri**
Girişimciliğe Karşı Tutum 1	0,858
Girişimciliğe Karşı Tutum 2	0,849
Girişimciliğe Karşı Tutum 3	0,848
Girişimciliğe Karşı Tutum 4	0,814
Girişimciliğe Karşı Tutum 5	0,775

Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeğinin tek faktör ve 5 maddeden oluştuğu, faktör yüklerinin ise 0,775 ile 0,858 arasında değiştiği görülmektedir. KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,819 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [χ^2(195) =3178,114, 0,000<0,01] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 15. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Faktör Yapısı

Toplam Açıklanan Varyans						
Maddeler	Başlangıç Öz değerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamının Gösterimi		
	Toplam	% Varyans	% Kümülatif	Toplam	% Varyans	% Kümülatif
1	3,529	58,823	58,823	3,529	58,823	58,823
2	0,834	13,900	72,723			
3	0,644	10,737	83,460			
4	0,480	8,000	91,460			
5	0,320	5,342	96,802			
Metot: Temel Bileşenler Analizi						

Yapılan analiz sonucu girişimcilik niyeti ölçeğinin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu, toplam varyansın ise %58,823'nin açıklandığı görülmüştür.

Tablo 16. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Faktör Yükleri

Maddeler	**Faktör Yükleri**
Girişimcilik Niyeti 1	0,880
Girişimcilik Niyeti 2	0,872
Girişimcilik Niyeti 3	0,791
Girişimcilik Niyeti 4	0,778
Girişimcilik Niyeti 5	0,685
Girişimcilik Niyeti 6	0,543

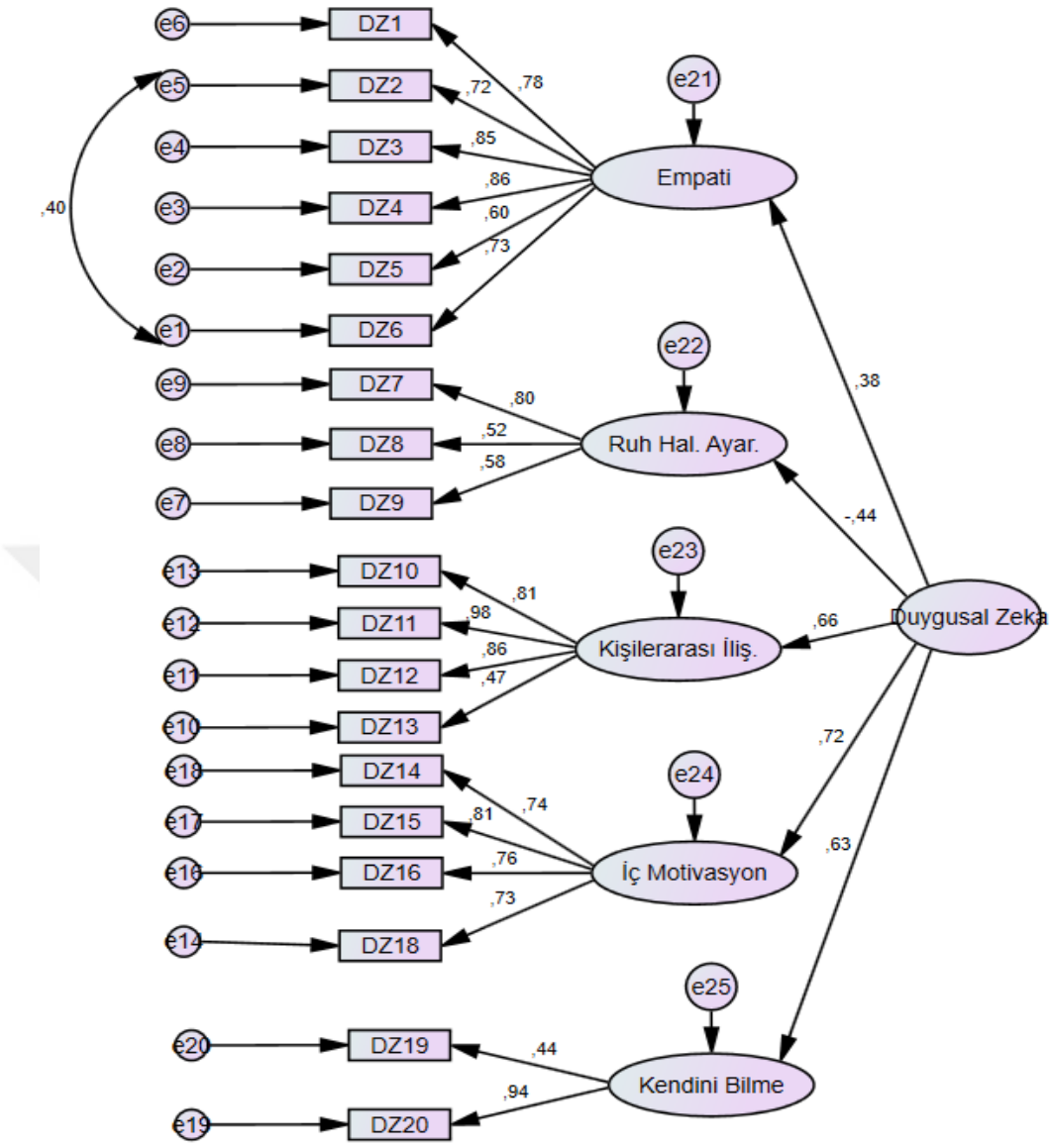
Girişimcilik niyeti ölçeğinin faktör yüklerinin 0,543 ile 0,880 arasında değiştiği görülmektedir. KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,704 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(165)$ =3514,188, 0,000<0,01] maddeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

3.8.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklere ait yapı geçerliliğini yani ölçeği oluşturan soruların tamamının aynı yapıyı ölçtüğünü test etmek ve faktörleri hangi maddelerin daha çok etkilediğini bulmak amacıyla yapı geçerliliğini test etmede en çok kullanılan araç olan doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi, ölçek maddelerinin 0 ile 1,0 arasında değişen faktör yük değerlerini kullanarak, ilgili maddenin kavramsal

yapıyı hangi ölçüde açıkladığını ortaya koymaktadır, faktör yük değerinin 0,45 ya da daha yüksek bir değerde olması (Yiğit ve diğ., 2008) seçim için iyi bir ölçü olarak kabul edilmektedir. Doğrulayıcı faktör analizinde örneklem büyüklüğü konusuna ilişkin önceki çalışmalardaki tavsiyeler, yanlış anlamaya dayanmaktadır; bu yanlış anlama, minimum düzeyde N ya da minimum N: p oranının çalışmalarda değişmez olduğu yönündedir. Bu görüşün yanlış olduğu, N değerinin aslında çalışmanın spesifik yönlerine bağlı olduğunu görmekteyiz; bazı koşullar altında nispeten küçük örneklem sayısı tamamen yeterli olabilirken, farklı koşullar altında ise çok büyük örneklem sayısı yetersiz kalabilmektedir (MacCallum ve diğ., 1999, s. 86). Teknopark bünyesindeki kurulma aşamasında olan ya da son beş yıllık süreç içinde kurulmuş olan start up girişimleri örneklem olarak alan bu çalışma, spesifik bir örneklem yapısına hitap ettiği için 344 adet örneklem yeterli sayı olarak kabul edilmiştir.

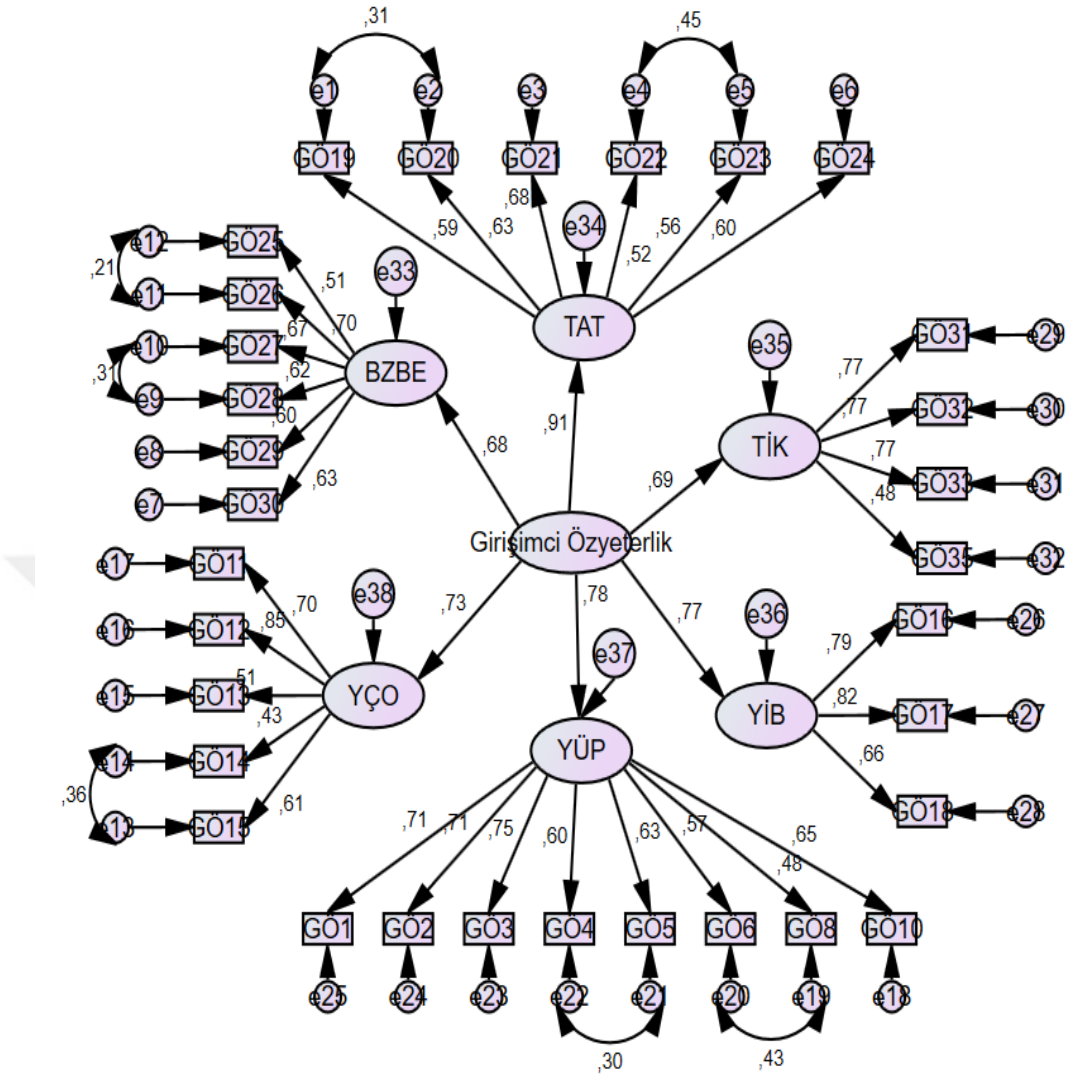
Duygusal zekâ ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) diyagramı Şekil 20'de ve DFA uyum iyiliği değerleri ise Tablo 17'de verilmiştir.



Şekil 20. Duygusal Zekâ DFA Diyagramı

DFA sonucu duygusal zekâ ölçeğinin faktör yükleri empati boyutu için 0,60 ile 0,85 arasında, ruh halini ayarlama boyutu için 0,52 ile 0,8 arasında, kişilerarası ilişkiler boyutu için 0,47 ile 0,98 arasında, iç motivasyona sahip olma boyutu için 0,73 ile 0,81 arasında, kendini bilme boyutu için ise 0,44 ve 0,94 olarak bulunmuştur. İç motivasyona sahip olma boyutuna ait DZ 17 maddesi, faktör yükü düşük çıktığından dolayı analizden çıkarılmıştır.

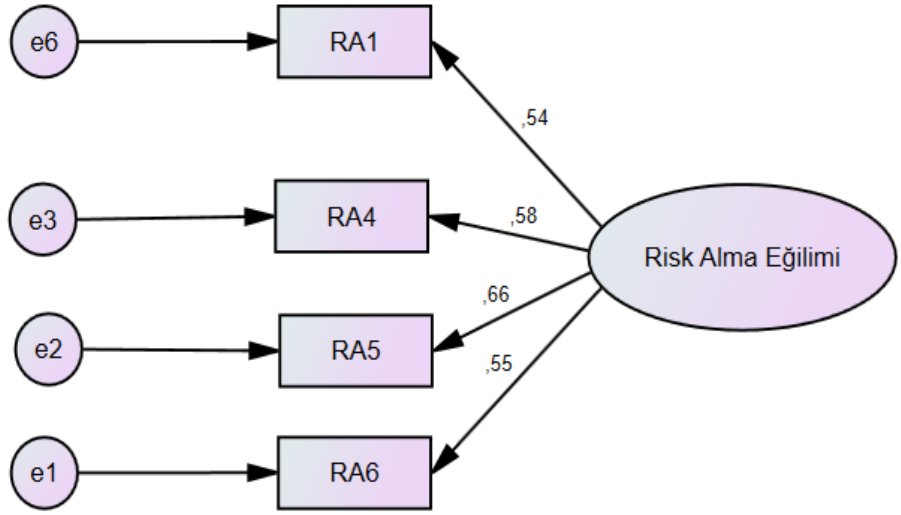
Girişimci öz yeterlilik ölçeğinin DFA diyagramı Şekil 21'de ve uyum iyiliği değerleri ise Tablo 17'de verilmiştir.



Şekil 21. Girişimci Öz Yeterlilik DFA Diyagramı

DFA sonucu girişimci öz yeterlilik ölçeğinin faktör yükleri temel amacı tanımlama boyutu için 0,52 ile 0,68 arasında, beklenmedik zorluklarla baş etme boyutu için 0,51 ile 0,72 arasında, yenilikçi bir çevre oluşturma boyutu için 0,43 ile 0,85 arasında, yeni ürün ve pazar fırsatlarını geliştirme boyutu için 0,48 ile 0,75 arasında, yatırımcılarla ilişki başlatma boyutu için 0,66 ile 0,82 arasında, temel insan kaynaklarını belirleme boyutu için ise 0,48 ile 0,77 arasında bulunmuştur.

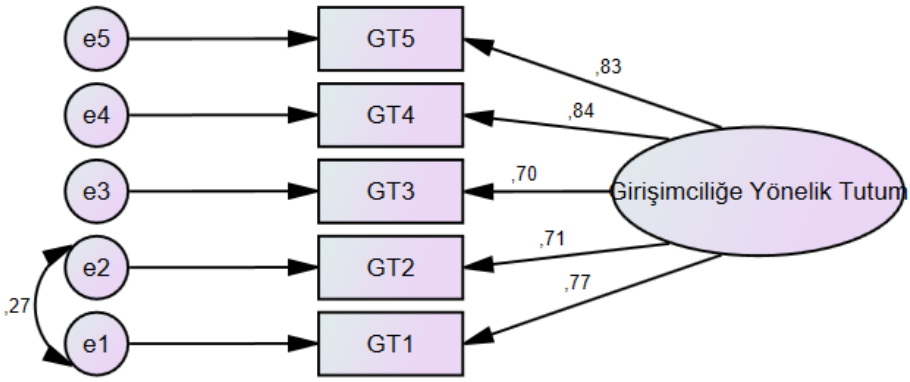
Tek bir boyuttan oluşan risk alma eğilimi ölçeği DFA Diyagramı Şekil 22'de uyum iyiliği değerleri ise Tablo 17'de verilmiştir.



Şekil 22. Risk Alma Eğilimi DFA Diyagramı

DFA sonucu risk alma eğilimi ölçeğinin faktör yükleri 0,54 ile 0,66 arasında bulunmuştur. Ölçeğe ait RA2 ve RA3 maddeleri faktör yükleri düşük çıktığı için analizden çıkarılmıştır.

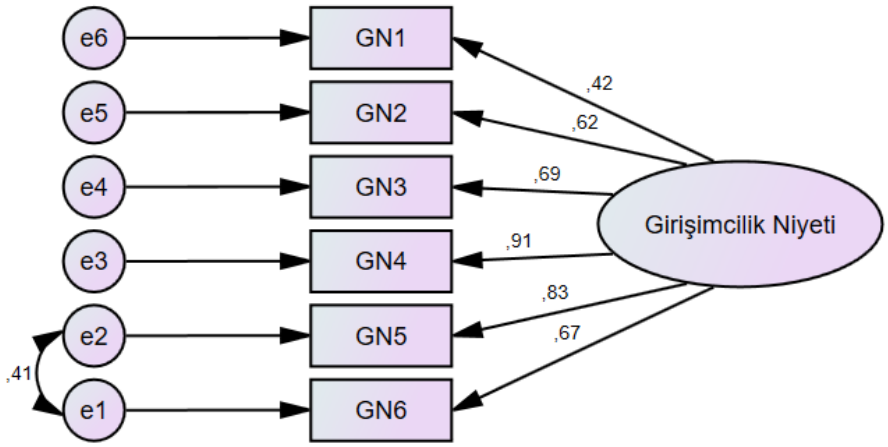
Tek bir boyuttan oluşan girişimciliğe yönelik tutum ölçeğinin DFA diyagramı Şekil 23'de, uyum iyiliği değerleri ise Tablo 17'de verilmiştir.



Şekil 23. Girişimciliğe Yönelik Tutum DFA Diyagramı

DFA sonucu girişimciliğe yönelik tutum ölçeğinin faktör yükleri 0,70 ile 0,84 arasında elde edilmiştir.

Tek bir boyuttan oluşan girişimcilik niyeti ölçeği DFA diyagramı Şekil 24'te, uyum iyiliği değerleri Tablo 17'de verilmiştir.



Şekil 24. Girişimcilik Niyeti DFA Diyagramı

DFA neticesinde girişimcilik niyeti ölçeğinin faktör yükleri 0,42 ile 0,91 arasında elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklere ait soruların ve boyutların faktör yük değerlerinin 0,45'den yüksek olması ölçeklerin yapısal geçerliliğini ortaya koymaktadır.

Tablo 17. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

DEĞİŞKEN	χ^2	sd	χ^2/sd	GFI	CFI	TLI	RMSEA
KABUL EDİLEBİLİR KRİTER			≤5	≥,90	≥,90	≥,90	≤,08
DUYGUSAL ZEKÂ	341,601	146	2,34	0,907	0,938	0,927	0,062
GİRİŞİMCİ ÖZ YETERLİLİK	820,264	442	1,856	0,873	0,916	0,906	0,05
RİSK ALMA EĞİLİMİ	5,162	2	2,581	0,992	0,983	0,95	0,068
GİRİŞİMCİLİĞE YÖNELİK TUTUM	6,578	4	1,645	0,993	0,997	0,993	0,043
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ	17,049	6	2,841	0,984	0,989	0,972	0,073

DFA sonucunda ölçeklerin kabul edilebilir uyum iyiliği kriterlerini sağladığı bulgusuna ulaşılmıştır. DFA için uyum değerleri; ki-kare/sd değeri duygusal zekâ için 2,34, girişimci

öz yeterlilik için 1,856, risk alma eğilimi için 2,581, girişimciliğe yönelik tutum için 1,645, girişimcilik niyeti için 2,841 olarak bulunmuştur; ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesi yoluyla elde edilen bu değer iki veya altında olmalıdır, diğer yandan değerin beş ya da daha az olması kabul edilebilir bir durumdur (Şimşek, 2007; Hooper ve diğ., 2008). GFI (uyum iyiliği indeksi) değeri modelin örneklemdeki kovaryans matrisini ne oranda ölçtüğünü gösterir (Çokluk ve diğ., 2010), GFI değeri 0 ile 1 arasında değişir, değerin 0,90'ı aşması ise modelin iyi bir model olduğunun göstergesidir (Waltz ve diğ., 2010). Söz konusu bu değer; duygusal zekâ için 0,907, girişimci öz yeterlilik için 0,873, risk alma eğilimi için 0,992, girişimciliğe yönelik tutum için 0,993, girişimcilik niyeti için ise 0,984 olarak tespit edilmiştir. CFI (karşılaştırmalı uyum indeksi) değeri; değişkenler arasında bir ilişkinin olmadığı varsayımı üzerine kurulan modelin yokluk modelinden farkını açıklar, kısacası araştırmanın değişkenleri arasında hiçbir ilişkinin var olmadığını öngören bir modeldir ve değeri 0 ile 1 arasındadır (Çokluk ve diğ., 2010). Araştırmada bu değer; duygusal zekâ için 0,938, girişimci öz yeterlilik için, 0,916, risk alma eğilimi için 0,983, girişimciliğe yönelik tutum için 0,997, girişimcilik niyeti için 0,989 olarak elde edilmiştir. TLI (Tucker- Lewis uyum indeksi) değeri; duygusal zekâ için 0,927, girişimci öz yeterlilik için 0,906, risk alma eğilimi için 0,95, kişisel tutum için 0,993, girişimcilik niyeti için 0,972 olarak bulunmuştur, bu değerin ise 0,90 ve üzerinde olması kabul edilebilir bir durumdur. RMSEA (yaklaşık ortalamaların karekökü), ana kütlede ki yaklaşık uyumun ölçüsüdür ve 0 ile 1 arasında değer almaktadır (Çokluk ve diğ., 2010). Söz konusu bu değer; duygusal zekâ için 0,062, girişimci öz yeterlilik için 0,05, risk alma eğilimi için 0,068, kişisel tutum için 0,043, girişimcilik niyeti için 0,073 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu değerler modelin kabul edilebilir olduğunu desteklemektedir. Sadece girişimci öz yeterlilik ölçeği için GFA değeri 0,873 olarak elde edilmiş, fakat ölçeğin CFI, ki kare / sd. ve RMSEA değerlerinin kriterleri sağlamış olması iyi uyum göstermesi için yeterli olmaktadır. Yani uyum iyiliği kriterlerinden ki kare/sd, CFI ve RMSEA değerlerinin raporlanması yeterlidir. Sonuç olarak, DFA sonuçlarının veri seti ile uyumlu olduğu belirlenmiştir.

3.8.4. Korelasyon ve Güvenilirlik Analizi

DFA ile ölçeklerin yapı geçerliği sağlandıktan sonra ölçeklerin güvenilir olup olmadıklarını test edebilmek için güvenilirlik analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi görebilmek için ise korelasyon analizi yapılmıştır.

Araştırmada güvenilirlik, likert tipi ölçeklerin güvenilirlik katsayısını ölçmede en çok kullanılan araç olan "Cronbach Alfa Katsayısı" ile ölçülmüştür. Ölçek maddelerinin iç tutarlılığının ölçüsü olarak kabul edilen bu katsayı, ölçekte ki mevcut maddelerin homojen yapısını açıklamak için kullanılır. Sonuç olarak, Cronbach alfa katsayısı yüksek olan maddelerin birbiriyle tutarlı ve aynı özelliği ölçen maddelerden oluştuğu şeklinde bir yorum yapılabilir. Cronbach alfa katsayısının 0,40 değerinden düşük olması ölçeğin güvenilir olmadığını, değerin 0,40 ile 0,60 arasında olması ölçeğin düşük güvenilirliğe sahip olduğunu, değerin 0,60 ile 0,80 arasında olması ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu, değerin 0,80 ile 1,00 arasında olması ise ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir (Uzunsakal ve Yıldız, 2018). Araştırmada kullanılan ölçeklere ait analiz sonuçları Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18. Güvenilirlik ve Korelasyon Analizi

	ORT.	STD. SAPMA	GÖ	RA	GT	GN	DZ
GİRİŞİMCİ ÖZ YETERLİLİK	4,0229	0,44858	**(0,924)**				
RİSK ALMA EĞİLİMİ	4,0988	0,70326	0,459**	**(0,667)**			
GİRİŞİMCİLİĞEYÖNE-LİK TUTUM	4,3459	0,64685	0,503**	0,355**	**(0,885)**		
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ	4,2471	0,63352	0,474**	0,322**	0,737**	**(0,836)**	
DUYGUSAL ZEKÂ	3,7742	0,43107	0,581**	0,381**	0,335**	0,284**	**(0,786)**

Güvenilirlik analizi sonucu elde edilen alfa katsayısı değerleri Tablo 18'de parantez içerisinde ve koyu renkle gösterilmiştir. Risk alma ölçeğinin alfa katsayısı 0,667 olarak hesaplanmış, ölçeğin orta derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekâ ölçeğinin alfa katsayısı 0,786 olarak hesaplanmış, ölçeğin güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Girişimci öz yeterlilik, girişimciliğe yönelik tutum ve girişimcilik niyeti

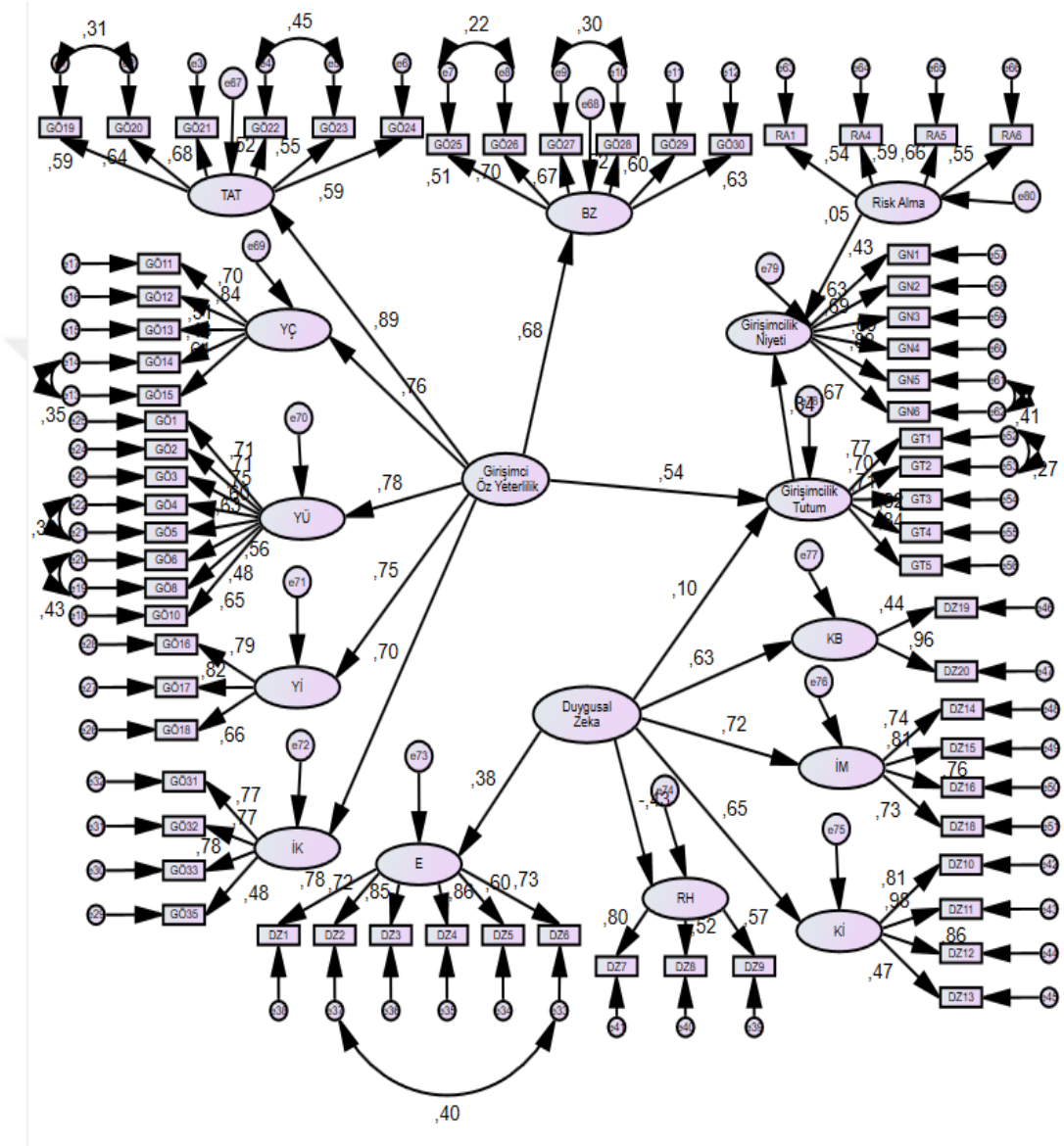
ölçeklerine ait alfa katsayıları ise 0,80'in üzerindedir. Bu ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip oldukları ifade edilebilir.

Korelasyon analizi ise, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi göstermektedir, korelasyon analizinde amaç, değişkenler arasındaki ilişkinin hem derecesini hem de yönünü belirlemektir. Korelasyon analizinde değişkenlerin ikisi de aynı yönde bir değişim gösteriyorlarsa aralarındaki ilişki pozitiftir ve korelasyon katsayısının işareti (+) olur, eğer değişkenlerden birisi artarken diğeri azalma gösteriyorsa aralarındaki ilişki negatiftir ve korelasyon katsayısının işareti (-) dir, değişkenler arasında pozitif veya negatif yönde bir değişim mevcut değilse, değişkenler arasında ilişki yoktur ve korelasyon katsayısı sıfırdır. Korelasyon analizi sonucu girişimci öz yeterlilik ile risk alma eğilimi, girişimciliğe yönelik tutum, girişimcilik niyeti ve duygusal zekâ arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkinin var olduğu; risk alma eğilimi ile girişimciliğe yönelik tutum, girişimcilik niyeti ve duygusal zekâ arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkinin var olduğu; girişimciliğe yönelik tutum ile girişimcilik niyeti ve duygusal zekâ arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkinin var olduğu; girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ arasında da 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,01$).

3.8.5. Yapısal Eşitlik Modeli Analizi

Araştırma hipotezlerini test edebilmek için yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi, regresyon analizi gibi birinci nesil olarak adlandırılan istatistiksel analizlerle karşılaştırıldığında birçok avantaja sahiptir; bu avantajlar, çok sayıda bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin modellenmesini, tek bir süreçte karmaşık bir araştırma probleminin çözümlenmesini ve sistematik olarak ele alınıp incelenmesini sağlamaktadır (Anderson ve Gerbing, 1988). YEM, özellikle karmaşık modellerin test edilmesinde oldukça başarılıdır, çok sayıda analizi tek seferde yapmakta, modeldeki ilişkiler ağına yönelik yeni düzenlemeler önermekte, aracılık ve düzenleyicilik etkilerinin incelenmesini kolaylaştırmakta ve bütün bunları yaparken de ölçüm hatalarını hesaba katmaktadır; sahip olduğu bu özelliklerden dolayı YEM, bir çok teorinin test edilmesi ve farklı modellerin geliştirilmesinde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Dursun ve Kocagöz, 2010). Sahip olduğu bu avantajlardan dolayı YEM, sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda ağırlıklı olarak kullanılmaktadır ve bu araştırmanın hipotezlerini

test etmek için de hipotez testi olarak YEM tercih edilmiştir. Araştırmanın yapısal eşitlik modeline ait bulgular Şekil 25'de, modelin uyum iyiliği değerleri Tablo 19'da verilmiş, analiz sonuçları ise Tablo 20'de sunulmuştur.



Şekil 25. Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 19. Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği Değerleri

DEĞİŞKEN	χ^2	sd	χ^2/sd	GFI	CFI	TLI	RMSEA
KABUL EDİLEBİLİR KRİTER			≤5	≥,90	≥,90	≥,90	≤,08
YAPISAL EŞİTLİK MODELİ	3070,338	2016	1,523	0,791	0,905	0,899	0,039

Yapısal eşitlik modelinin analizi sonucu ki kare/sd değerinin 5'in altında bulunması, CFI değerinin 0,90'ın üzerinde elde edilmesi ve RMSEA değerinin 0,8'in altında bulunması modelin kabul edilebilir uyum iyiliği kriterlerini sağladığı bulgusunu vermektedir.

Tablo 20. Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Ağırlıkları

TEST EDİLEN YOL			Standardize Edilmiş Tahmin	Std. Hata	Kritik Oran	P
Girişimciliğe Yönelik Tutum	<---	Girişimci Öz Yeterlilik	**0,544**	0,216	5,34	***
Girişimciliğe Yönelik Tutum	<---	Duygusal Zekâ	0,097	0,166	1,225	0,22
Girişimcilik Niyeti	<---	Girişimciliğe Yönelik Tutum	**0,835**	0,088	7,475	***
Girişimcilik Niyeti	<---	Risk Alma	0,048	0,048	0,903	0,366

Yapısal eşitlik modelinin analizi sonucu risk alma eğiliminin girişimcilik niyetini anlamlı olarak etkilemediği bulgusu elde edilmiş ve $\boldsymbol{H_1}$ hipotezi reddedilmiştir.

Girişimci öz yeterliliğin girişimciliğe yönelik tutumu pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği analiz neticesinde tespit edilmiş, standardize edilmiş katsayı tahmin değeri 0,544 olarak bulunmuştur. Bu bulgu, girişimci öz yeterliliğin 1 birim artması durumunda girişimciliğe yönelik tutumun 0,544 birim artacağı anlamına gelmektedir. Bu sonuçlara göre $\boldsymbol{H_2}$ hipotezi kabul edilmiştir.

Analiz sonucunda duygusal zekânın girişimciliğe yönelik tutumu anlamlı olarak etkilemediği bulgusu elde edilmiş ve $\boldsymbol{H_3}$ hipotezi reddedilmiştir.

Girişimciliğe yönelik tutumun ise girişimcilik niyetini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği analiz neticesinde bulgulanmış, standardize edilmiş katsayı tahmin değeri 0,835 olarak elde edilmiştir. Bu bulgu, girişimciliğe yönelik tutumun 1 birim artması durumunda girişimcilik niyetini 0,835 birim artmakta olduğunu göstermektedir,

girişimcilik niyeti üzerinde girişimciliğe yönelik tutumun yüksek bir etkisi bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

3.9. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın hedefi; öncelikle start up girişimcilerde girişimcilik niyeti ve niyetin en önemli öncülü olarak kabul edilen girişimciliğe yönelik tutum üzerinde etkili olan faktörleri tespit etmek, özellikle niyet üzerinde etkili bilişsel bir faktör olan tutumun girişimcilik niyeti ve girişimcilik davranışının oluşum sürecinde sahip olduğu öneme dikkat çekmektir. Bu amaç doğrultusunda geliştirilmiş olan hipotezlerin yapısal eşitlik modeli ile test edilmesi sonucu; duygusal zekânın girişimciliğe yönelik tutum üzerinde etkili olmadığı, diğer taraftan girişimci öz yeterliliğin girişimciliğe yönelik tutumu güçlü bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca analiz sonucu elde edilen bulgulara göre, bir kişilik özelliği olan risk alma eğilimi girişimcilik niyeti üzerinde etkili olmaz iken, bilişsel bir faktör olan girişimciliğe yönelik tutum girişimcilik niyetini güçlü bir şekilde etkilemektedir. Bu bölümde elde edilen bulgular alanyazındaki geçmiş araştırmaların ekseni altında değerlendirilerek, tartışılacaktır.

Yapılan analiz sonucunda risk alma eğiliminin girişimcilik niyetini anlamlı olarak etkilemediği sonucu elde edilmiştir. Risk alma eğilimi, alanyazında girişimcilik niyeti üzerinde en çok etkili olan kişilik faktörü olarak ifade edilmekte ve günümüze kadar yapılan birçok araştırma sonucu da bu yargıyı desteklemektedir. Girişimci olmak demek büyük ölçüde kişinin risk alabilme özelliğine sahip olması anlamına gelmekte ve risk kavramı girişimcilik denildiği zaman akla ilk gelen kavramlardan biri olmaktadır. Girişimcilik niyeti dışında risk faktörü alanyazında girişimcilik performansı, girişimcilik davranışı, girişimcilik isteği, girişimcilik potansiyeli, girişimcilik eğilimi kavramlarıyla da birlikte ele alınarak incelenmiştir. Bütün bunların yanı sıra risk alma ve risk alma eğiliminin girişimcilik ve girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı bulgusuna ulaşan çalışmalar da alanyazında mevcuttur. Norton ve Moore (2002) yaptıkları araştırma sonucunda risk alma eğilimi açısından girişimciler ve girişimci olmayanları karşılaştırdığında iki grup arasında fark tespit edememişler, Miner ve Raju (2004) ise 14 araştırmanın sonuçlarını inceledikleri meta analiz çalışmasında girişimciler ile yöneticiler arasında riske yatkınlık açısından bir fark olmadığını fakat girişimcilerin yöneticilerden daha fazla riskten kaçınma davranışı sergilediklerini bulgulamışlardır. Bu

çalışmada elde edilen sonuç, söz konusu çalışmaların bulgularını destekler niteliktedir. Araştırma; büyüme potansiyeline sahip, teknoloji yoğun start up girişimler üzerinde yapılmıştır, start up girişimler kurulma aşamasında ve kurulduğu ilk dönemlerde yüksek düzeyde risk alma iştahına sahiptirler; ürün, hizmet ve pazar farklılaştırmasına gidebilir, hitap ettikleri müşteri kitlesini değiştirebilirler fakat start up girişimler büyüdükçe ve yaşları arttıkça girişimciler geldikleri noktada elde ettikleri kazanımları kaybetmemek, mevcut yapıyı korumak amacıyla daha az risk alma eğiliminde olabilirler.

Son yıllarda çevre koşullarındaki hızlı değişim, makro ekonomik yapının istikrarsızlığı rekabetçi bir sistemin oluşmasını engellemekte, girişimcilerin risk iştahlarını da olumsuz yönde etkilemektedir, zira ülke ekonomisinin içinde bulunduğu durum, girişimcilerin risk alma iştahları ve eğilimleri üzerinde etkili olan en önemli etkendir. Diğer taraftan araştırmaya katılanların %93,3 gibi oldukça yüksek bir oranı üniversite, yüksek lisans ve doktora mezunlarından oluşmakta, belli bir alanda uzmanlığa sahip olan bu kişilerin girişimcilik davranışına karar verme aşamasında sahip oldukları bilgi, eğitim ve uzmanlık düzeyinin özellikle etkili olduğu, riske yatkınlıklarının ise sahip oldukları bu özellikler yanında bu süreç de önemsiz kaldığı düşünülmektedir. Çünkü girişimci adaylarının bu aşamada yüksek oranda sahip oldukları teknik bilgi ve uzmanlık güçleri ile girişimcilik niyetleri şekillenmektedir, zira araştırmaya katılan girişimcilerin %60,18 gibi yüksek oranı yazılım, enformasyon ve bilgisayar, elektronik gibi teknoloji ve teknik bilgi ağırlıklı alanlarda girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadırlar, bu durum araştırmadan elde edilen sonuçları destekler mahiyettedir. Bu noktada kanaatimizce hesaplı risk alma özelliği söz konusu olmaktadır. Çünkü girişimciler şans eseri risk alan kişiler değil, sahip oldukları yetenek ve bilgilerini kullanarak hesaplı risk alabilen kişilerdir. Hesaplı risk alma, kişinin yeteneklerine bağlı bir durumdur. Hesaplı risk alabilen kişiler, riski bir fırsat olarak algılayıp, durumu kendi avantajlarına çevirebilirler. Start up girişimciler de bu bağlamda hesaplı risk alan kişiler olarak değerlendirilebilir.

Yapılan analiz sonucunda elde edilen bir diğer sonuç, girişimcilerin sahip olduğu girişimci öz yeterliliğin girişimciliğe yönelik tutumu pozitif yönde anlamlı olarak etkilemesidir. Bandura (1977)' nın "Sosyal Öğrenme Teorisi" nden türetilmiş olan öz yeterlilik kişinin kendisinden talep edilen zor görevleri yerine getirme sürecinde, ihtiyacı olan faaliyetleri organize etme ve uygulama konularında, ihtiyaç duyduğu yeteneklerin kendinde olup olmadığına ilişkin kendi kapasitesine duyduğu inanç olarak ifade edilir

(Bandura,1995). Girişimci öz yeterlilik ise girişimcilik sürecindeki görevlere ilişkin olarak kişinin kendine duyduğu güvendir (Boyd ve Vozikis, 1994). Öz yeterlilik; kişinin performansını, faaliyete geçme konusunda ki karar verme sürecini, inancını, motivasyonunu etkilediği gibi örgütsel bağlamda makro açıdan değerlendirme yapıldığında örgütsel süreçlerin işleyişi üzerinde de önemli ölçüde etkiye sahiptir (Tian ve Huang, 2013). Yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler hem güçlükler karşısında zor hedefler belirler hem de iş çevrelerini fırsatlarla dolu olarak algılarlar. Düşük öz yeterliliğe sahip bireyler ise tam aksine güçlükler karşısında ya hedeflerinden vaz geçer ya da başarısız olurlar, iş çevresini de engellerle dolu olarak algılarlar (Luszczynska ve diğ., 2005; Naktiyok ve diğ., 2010). Yüksek öz yeterlilik özellikle girişimci bir faaliyetin kurulma aşamasındaki karar verme noktasında büyük önem taşıyan bir faktördür, girişimci öz yeterlilik ise kişilerin iş kurma konusunda başarılarına olan inançlarının derecesi olarak ifade edilebilir. Öz yeterlilik bazı çalışmalarda bağımsız bir kavram olarak ele alınırken, bazı çalışmalarda ise bilişsel teoriyi açıklamak amacıyla kurulmuş olan modellerin bir bileşeni olarak kullanılmıştır. Shapero ve Sokol (1982)'un "Girişimci Olay Modeli"nde algılanan uygulanabilirlik, Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Teorisi"nde algılanan davranışsal kontrol olarak ifade edilen kavramlar girişimci olmak için algılanan kolaylıklar ve zorluklar olarak tanımlanmakta, bu durum işin yapılabilirliği olarak da ifade edilmektedir, söz konusu kavramlar bu süreci yönetirken kişinin ihtiyaç duyduğu yeteneklerin varlığına ilişkin olarak kendi kapasitesine duyduğu güven olarak tanımlanan öz yeterlilik kavramıyla da örtüşmektedir (Ajzen, 1991). Shapero ve Sokol (1982), sosyal ve kültürel faktörlerin kişinin kendi değerlendirmesini yapma sürecinde önemli olduğunu diğer taraftan ise öz yeterliliklerin oluşumunda da önem taşıdığını ifade etmişlerdir (Shapero ve Sokol; 1982). Kısacası bu süreçte en çok hissedilen faktör değer sistemleridir. Süreci bu açıdan ele aldığımızda kişide öz yeterliliğin oluşumu bilişsel bir süreçtir ve bu sebeple öz yeterlilik, algılanan davranışsal kontrolün en iyi göstergesi olarak kabul edilmiş, hatta Armitage ve Conner (2001)'e göre öz yeterlilik algılanan davranışsal kontrolden daha güçlü bir kavram olduğu için, çok sayıda çalışmada algılanan davranışsal kontrol kavramı yerine öz yeterlilik kavramı kullanılmıştır. Shepherd ve Krueger (2003)'e göre, yüksek öz yeterliliğe sahip olan kişilerin düşük öz yeterliliğe sahip olan kişilerle karşılaştırıldığında farklı düşünce ve davranış içinde oldukları görülmekte ve aynı zamanda öz yeterlilik kişilerin davranışları ve çabalarının miktarı üzerinde etkili olmaktadır (Markman ve diğ., 2002, s. 152). Öz yeterlilik kavramı niyet

modellerinde farklı isimler altında yer bulmuş bir kavramdır. Alanyazında girişimci öz yeterliliğin, girişimcilik niyeti ve davranışının en önemli ön göstergesi olduğunu, bunun sonucu olarak da öz yeterlilik ile girişimciliğe yönelik tutum arasında bir ilişkinin var olduğunu ileri süren araştırmalar (Tiwari ve diğ., 2017) mevcuttur, bunun yanı sıra girişimci öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin mevcudiyetini gösteren araştırmalar da yoğunluktadır (Ajzen, 1991; Chen ve diğ., 1998; De Noble ve diğ, 1999; Jung ve diğ, 2001; Segal ve diğ, 2005; Wilson ve diğ., 2007; Borchers ve Park, 2010; Byabashaija ve diğ., 2010; Nwankwo ve diğ., 2012; Tsai ve diğ, 2016). Girişimci faaliyetin ortaya çıkma sürecinde girişimciliğe yönelik tutum, girişimcilik niyetinin en önemli öncülü olarak kabul edilir, niyetin ortaya çıkmasından önce bilişsel süreç içinde niyete yönelik tutum oluşur, bilişsel olarak meydana gelen pozitif bir tutum pozitif bir niyetin ve davranışın ortaya çıkmasını sağlar. Arshad ve diğ. (2016)'nin araştırmaları girişimci öz yeterliliğin, erkeklerin girişimciliğe yönelik tutumu üzerinde kadınların sahip olduğu tutuma göre daha büyük bir etkiye sahip olduğu, aynı zamanda girişimciliğe yönelik tutumun girişimcilik niyeti üzerinde de pozitif bir etkiye sahip olduğu şeklinde bir bulguya ulaşmıştır. Yapılan bu araştırmada, araştırmaya katılan girişimcilerin %72,38'i erkek girişimcilerden oluşmaktadır ve bu bulgudan hareketle, girişimciliğe yönelik tutumun niyet üzerindeki etkisinin de yüksek olduğu şeklinde bir çıkarım yapmak mümkün olabilir. Kişilerin eğitim düzeyi arttıkça sahip oldukları uzmanlık bilgisinin önemi de artmaktadır, eğitim ve bilgi düzeyi yüksek kişilerin öz yeterlilikleri de yüksek olacak ve girişimci olma süreçlerinde sahip oldukları öz yeterliliğin niyet üzerinde ki etkisi de daha etkili ve güçlü olacaktır. Araştırmaya katılan girişimcilerin %93,32'si lisans, yüksek lisans ve doktora mezunlarından oluşmaktadır, bu oran oldukça yüksek bir orandır, Zhao ve diğ. (2005), Florin ve diğ. (2007)'ne göre son araştırmalar desteklemektedir ki, eğitim ve yetiştirme faaliyetleri ile geliştirilebilen öz yeterlilik, girişimci faaliyetlerin oranında da artış sağlayabilir. Lent ve diğ. (1994, 2000) tarafından geliştirilen "Sosyal Bilişsel Kariyer" teorisine göre kariyer geliştirme faaliyeti üç faktör tarafından etkilenir, bunlar; kişisel, bilişsel ve çevresel faktörlerdir, öz yeterlilik çevresel faktörler kapsamında değerlendirilir, bu bağlamda çevresel özelliklerden etkilenen öz yeterlilik algısının eğitim faaliyetleri ile geliştirilebileceği son derece açıktır. McGee ve diğ. (2009), araştırma sonucu elde edilen bulgular da göstermektedir ki eğitim faaliyetleri ile öz yeterlilikleri gelişmiş olan girişimcilerin sahip oldukları yüksek düzeydeki öz yeterlilik girişimcilik niyeti üzerinde de oldukça etkilidir. Bu noktada girişimcilik

sürecinde yüksek eğitim düzeyine sahip girişimcilerin öz yeterlilikleri girişimsel niyetleri etkilemede ön plana geçmektedir. Hamidi ve diğ. (2008)'nin çalışması lisansüstü girişimcilik programlarına katılanlar arasındaki girişimcilik niyetini araştırmayı hedeflemiş; bulgular, yaratıcılık egzersizlerinin öğrencilerin girişimcilik eğitimindeki girişimcilik niyetlerini arttırmak için kullanılabileceğini göstermiştir. Solesvik (2013) ise gerçekleştirdiği çalışma ile kurumsal programlara katılan bireylerin daha yüksek girişimcilik motivasyonuna sahip olma eğiliminde olduklarını ve girişimci olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koyarken, Boukamacha (2015)'nın çalışması girişimci eğitimin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine vurgu yapmakta, Zhang ve diğ. (2019) ise çalışmaları sonucu girişimci öğrenme ile niyet arasında pozitif bir ilişkiye rastladıklarını ifade etmektedirler. Feder ve Nitu-Antonie (2017)'nun araştırması girişimci yüksek öğretim eğitiminin girişimcilik niyetinin önemli ve doğrudan belirleyicisi olduğunu belirterek, gençlerin girişimcilik niyetlerini teşvik etmede yüksek öğretim girişimcilik eğitiminin önemine vurgu yapmaktadır. Srivastava ve Misra (2017)'nın araştırma sonuçları girişimcilik eğitiminin Hindistan'daki genç kadınların girişimcilik niyetlerini etkileyen önemli bir unsur olduğunu tespit etmekte, Ertuna ve Gürel (2011)' in çalışma bulguları ise benzer şekilde yüksek öğrenim gören öğrencilerin girişimci olma niyetinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Araştırma sonucunda hem girişimci öz yeterlilik ile girişimciliğe yönelik tutum arasında hem de girişimciliğe yönelik tutum ile girişimciliki niyet arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuş, yukarıda açıklanan bilgiler ışığında eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile güçlendirilen girişimci öz yeterliliğin girişimciliğe yönelik tutumu arttıracağı, güçlü bir tutumun da girişimcilik niyetini güçlendireceğini söylemek mümkündür, zira tutum ile niyet arasındaki pozitif ve güçlü bir ilişki bu araştırma sonucunda elde edilen bir diğer önemli bulgudur. Aynı zamanda start up girişimleri girişimcilik açısından değerlendirdiğimiz zaman başarıları üzerinde etkili olan başlıca iki önemli faktörle karşılaşmaktayız. Bunlardan birincisi; start up girişimlerin rekabet edebilirliği, inovatif faaliyetleri ve aynı zamanda ekonomik büyümeyi kolaylaştırması, diğeri ise; başarılı start up girişimlerin meydana çıkışının potansiyel girişimcilere pozitif bir mesaj gönderme yoluyla onlara ilham kaynağı olması ve öz yeterlilik düzeylerini de oldukça önemli sayılabilecek bir ölçüde arttırmalarıdır (Poposka ve Mihajloska, 2016, s. 81). Diğer taraftan Başar (2018)'ın çalışma sonucuna göre örgütsel öğrenmenin de girişimci öz yeterlilik üzerinde pozitif etkisi vardır; bu çalışma sonucundan hareketle örgütsel öğrenme ile girişimci öz

yeterlilik düzeyinde artış sağlayabileceğimizi de ifade edebiliriz. Öz yeterlilik kavramı; Shapero ve Sokol (1982), Krueger (1993), Krueger ve Brazil (1994)'in modellerinde arzu edilen yapılabilirlik; Bird (1988)'in modelinde rasyonel düşünce sistemi ile test edilen yapılabilirlik; Ajzen (1991), Krueger ve Carsrud (1993)'un modelinde algılanan davranışsal kontrol isimleri altında yer almaktadır. Boyd ve Vozikis (1994)'in modeli ile öz yeterlilik kavramı ilk defa öz yeterlilik adı ile bir niyet modelinde yer almıştır, Boyd ve Vozikis (1994), öz yeterliliğin tutumları etkilediği, tutumların da girişimcilik niyetini güçlendirdiğini özellikle vurgulamaktadır. Start up girişimci örneklemi üzerinde yapılan bu araştırma sonucunda elde edilen girişimci öz yeterlilik ile girişimciliğe yönelik tutum arasında ki pozitif ilişki de bu yorumu destekler mahiyettedir, piyasadaki başarılı start up girişimler kurulma aşamasında olan ya da yeni kurulmuş olan start up girişimlerdeki girişimcilerin öz yeterliliğini arttırma yolu ile girişimcilerin girişimciliğe yönelik tutumlarını, aynı zamanda da girişimcilik niyetleri üzerinde de önemli ölçüde artışa neden olmaktadırlar.

Analiz sonucunda elde edilen bir diğer bulgu ise, duygusal zekânın girişimciliğe yönelik tutumu anlamlı olarak etkilemediği yönündedir. Akademik dünyada ilk kez Salovey ve Mayer (1990) tarafından tanımlanan duygusal zekâ, kişinin hem kendisinin hem de başkalarının duygularını anlayabilmesi, kontrol edebilmesi, bu duyguları birbirinden ayırarak sahip olduğu bu bilgileri diğer kişilerin düşünce e faaliyetlerini anlamak için kullanabilmesi yeteneğini kapsayan sosyal ve kişisel zekâ türüdür. Girişimcilik araştırmalarında da duygusal zekâ son yıllarda sıklıkla kullanılmıştır. Duygusal zekânın gerek girişimciliğe yönelik tutumu gerekse girişimcilik niyetini anlamlı ve pozitif olarak etkilediği bulgusunu elde eden alanyazında birçok çalışma mevcuttur. Bunun yanı sıra alanyazında duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ve güçlü bir ilişkinin var olmadığı sonucunu elde etmiş çalışmalar da mevcuttur. Duygusal zekâya sahip girişimcilerin iş süreçlerinde daha başarılı oldukları görülmekte (Cin ve Günay, 2013), ekip çalışmalarının önem kazandığı günümüz koşullarında ekip çalışmasının başarıya ulaşması için üyelerin yüksek duygusal zekâya sahip olmaları önem taşımaktadır (Doğan ve Demiral, 2007). Bu araştırmada ise duygusal zekânın girişimciliğe yönelik tutumu etkilemediği bulgusu elde edilmiştir. Sahip olduğu örneklem ve elde ettiği sonuç açısından ele alındığında araştırmamız ile benzerlik gösteren bir araştırma ise, Ghorbani ve diğ. (2012)'nin teknopark çalışanları üzerinde yaptığı çalışmadır. Araştırma

sonucunda, duygusal zekâ ile girişimcilik arasında bir ilişki bulunamamıştır. Bu araştırma, teknoparklar bünyesinde bulunan ağırlıklı olarak teknoloji alanında faaliyet gösteren start up girişimlerde faaliyet gösteren girişimciler üzerinde yapılmıştır, özellikle yazılım ve enformasyon alanında çalışmalar yapan start up girişimcilerin sayısı bu çalışmada fazladır. Bu veriler ışığında teknik alanlarda çalışan kişilerin sosyal alanlarda çalışan kişilere göre duygusal zekâlarının daha düşük olabileceği şeklinde bir yorum yapılabilir. Kılıçarslan (2009)'a göre, duygusal zekânın ön plana çıkması mantığın etkisinin azalmasından değil, insanın kalbinin çalışmasından kaynaklanmaktadır. Belli bir sistematik yapı içinde, teknoloji alanında çalışmalar yapan, iş modelleri ve projeler geliştiren girişimcilerin duygusal zekâlarının, sosyal alanlarda faaliyette bulunan ve insanla sürekli olarak birebir ilişki içinde bulunan girişimcilerden daha düşük olabileceği ve girişimciliğe yönelik oluşturdukları tutumlar üzerinde de sahip oldukları duygusal zekânın etkili olmadığı düşünülebilir, bu bağlamda araştırmanın verilerinin ağırlıklı olarak ülkemizde mühendislik ve teknik alanda eğitim veren, bu alanda öncü sayılan ve uzun yıllardır mühendislik eğitimi denildiğinde akla ilk gelen birkaç üniversiteden biri olan İTÜ'nün Teknoparkından toplandığı da ayrıca dikkate alınmalıdır.

Girişimciliğe yönelik tutumun girişimcilik niyetini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği ise analiz sonucunda elde edilen bir diğer bulgudur. Girişimciliğe yönelik tutum bilişsel bir faktördür, bu araştırmanın amaçlarından biri, girişimciliğe giden süreçte bilişsel faktörlerin etkisine ve bilişsel sürecin önemine dikkat çekmektir, araştırma sonuçları da bize göstermektedir ki girişimcilik niyetinin oluşumunda bilişsel bir faktör olan tutumun etkisi oldukça büyüktür. Girişimcilik niyeti üzerinde bilişsel süreçlerin etkisine odaklanan bilişsel yaklaşım, bu süreci alanyazında farklı niyet modelleri ile açıklama yoluna gitmiştir. Bu çalışmada bilişsel faktör olarak Ajzen (1991)'in "Planlı Davranış Teorisi" ne ait davranışa yönelik tutum bileşeni, girişimciliğe yönelik tutum şeklinde araştırmaya dahil edilmiş ve niyet üzerinde ki etkisi inceleme konusu yapılmıştır, çünkü bu model girişimcilik niyeti ile ilgili çalışmalarda en fazla kullanılan modeldir. Ajzen (1991)'e göre girişimci davranış sergilemeye yönelik tutum, yeni bir girişime başlama hakkındaki pozitif değerlerin sürdürülmesi olarak ifade edilmektedir. Niyet faktörünü daha iyi anlamak için Ajzen'e göre girişimci motivasyonunu (davranışa yönelik tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) araştırmak önem taşımaktadır (Nabi ve Liñán, 2013), söz konusu modele göre girişimcilik niyeti; kişilerin davranışsal, normatif ve

kontrol türü davranışlarından etkilenmektedir (Ajzen, 1991). Kişi, yeni bir girişimde bulunma ile ilgili ne kadar çok pozitif çıktıların varlığına ilişkin olarak olumlu bir algı geliştiriyorsa, davranışa yönelik tutumu da o kadar fazla olacak ve yeni bir iş kurma konusunda da çok daha güçlü bir niyete sahip olacaktır (Kibler, 2013). Tutum, bireylerin ileride elde edilecek olan çıktıların pozitif veya negatif sonuçlarına ilişkin inançlarından ortaya çıkmaktadır. Girişimciler ve onların bilişsel özellikleri; yeni bir girişimin meydana gelme sürecinde girişimci olmaya karar verme aşamasından, fırsatları fark etme ve uygulama aşamasına kadar olan bütün süreçlerde oldukça önemli ve kritik bir role sahiptir (Pihie ve diğ., 2013). Kısacası denilebilir ki, davranışa yönelik geliştirilen tutum ne kadar olumluysa, davranışa yönelik niyet de o kadar kuvvetli olur (Sabah, 2016). Alanyazında yapılan çok sayıda araştırma sonucu davranışa yönelik tutum ile girişimcilik niyeti arasındaki güçlü ilişkinin varlığını ortaya koyarken (Ariff ve diğ., 2010; Ferreira ve diğ., 2012; Peng ve diğ., 2012; Sabah, 2016; Feder ve Nitu-Antonie, 2017; Miranda ve diğ., 2017/a; Tiwari ve diğ., 2017; Zhang ve Cain, 2017), davranışa yönelik tutum, (Miranda ve diğ., 2017/a)'nin çalışma sonucuna göre girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan en önemli bilişsel faktördür. Bütün bu bilgiler göz önüne alınarak araştırmaya dahil edilen tutum bileşeninin bu çalışma sonucunda da girişimcilik niyeti üzerinde çok güçlü bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmış, demografik ve kişilik faktörlerinin girişimcilik niyetini ve davranışını açıklamada yetersiz kaldığı ve bilişsel faktörlerin niyet üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahip olduğu yönünde görüş bildiren önceki araştırma sonuçları yapılan bu çalışma ile teyit edilmiştir. Analiz sonucu girişimciliğe yönelik tutumun girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini gösteren standardize edilmiş katsayı tahmini değeri 0,835 gibi yüksek bir değerdir, tutumun niyet üzerinde oldukça kuvvetli pozitif bir etkisi vardır; sonuç olarak denilebilir ki bilişsel faktörlerin niyet üzerindeki etkisi oldukça güçlüdür, bu bulgu son yıllarda ağırlıklı olarak ele alınan bilişsel yaklaşımın önemine vurgu yapmakta ve teorik anlamda bilişsel yaklaşım tarafından da desteklenmektedir.

Son yıllarda, zihinsel sürecin girişimcilik niyeti ve davranışı üzerinde oldukça etkili olduğunu ileri süren bilişsel yaklaşımı esas alan çalışmalar ağırlık kazanmıştır. Yapılan çok sayıda çalışma sonucunda da, özellikle girişimciliğe yönelik tutumun, girişimcilik niyeti üzerinde en etkili bilişsel faktör olduğu görülmüştür. Teknoparklarda faaliyet gösteren teknoloji ağırlıklı start up girişimlerde bilişsel sürecin ve bilişsel faktörlerin niyet üzerinde sahip olduğu etkiyi araştırmayı hedefleyen bu çalışma sonucunda da tutum

faktörünün niyet üzerinde çok güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Diğer taraftan kişinin girişimci davranış sergilemeye yönelik süreç de sahip olduğu kapasiteye inancının ifadesi olan girişimci öz yeterlilik algısının da girişimciliğe yönelik tutum üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Girişimci öz yeterlilik algısının tutumu etkilemesi, tutumun da girişimcilik niyetini etkilemesi; girişimci öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan alanyazında ki geçmiş çalışmaları destekler niteliktedir.

Araştırma bulgularına dayanarak çalışmayla ilgili çeşitli öneriler oluşturulmuştur.

- Girişimcilik alanında gerçek girişimciler üzerinde daha çok sayıda araştırma yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Alanyazın incelemesi sonucu; girişimcilik niyeti, eğilimi ve potansiyeli konusunda daha çok öğrenciler ile yapılmış çalışmalara rastlanmaktadır. Yeni girişimcilerin hali hazırda sahip oldukları girişimsel niyetler, ayrıca ileride yeni bir girişimcilik faaliyetinde bulunmasını sağlayacak olan niyetler üzerinde hangi faktörlerin etkili olacağını tespit etmeye yönelik çalışmaların önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda gelecekteki araştırmacılar tatafından, girişimcilik rütbesi ve girişimcilik deneyimlerinin niyet ve davranış üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar yapılabilir.

- Araştırma sonucu elde edilen bulguların girişimciliğe karar verme sürecinde olan, girişimciliği düşünen ya da yeni girişimci olmaya hazırlanan potansiyel girişimciler tarafından değerlendirilmesi, başarılı start up girişimlerin doğmasına yol açabilir. Araştırmanın yapıldığı teknoparklar bünyesinde ki ön kuluçka merkezleri bu anlamda kıymetlidir. Başarılı start up girişimlerin ortaya çıkması aynı zamanda potansiyel girişimcilere ilham kaynağı olarak, öz yeterlilik düzeylerinde de önemli oranda artışa yol açabilir. Girişimciliğe yeni adım atmakta olan, iş fikirlerinin yapılabilirliğini bu aşamada test eden girişimciler yapacakları değerlendirmeler ile girişimciliğe giden yolda güçlü ve zayıf yönlerini tespit edebilir, güçlü yönlerini kuvvetlendirecek zayıf yönlerini ise törpüleyecek eğitim çalışmaları içinde yer alabilirler. Araştırma sonucunda elde edilen bir bulgu da girişimci öz yeterliliğin tutum üzerinde ki güçlü etkisidir. Eğitim faaliyetleri ile geliştirilebilen öz yeterlilik algısı, tutumları pozitif anlamda etkileyecek, bu etkilenme niyetler üzerinde de artışa yol açacaktır. Bu amaç doğrultusunda teknoparklarda teknik eğitim ve monitörlük hizmetleri yanında kişisel gelişimi

destekleyecek, öz yeterlilik algısını güçlendirecek eğitimlere yer verilmesi de düşünülebilir. Bu faaliyetler sonucu girişimcide oluşacak pozitif iyilik halinin girişimcilik ekosisteminin gelişimine ve başarısına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Öz güveni ve öz yeterlilik algısı yüksek bireylerin girişimcilik yolculuğunda avantaj sahibi olacağı gerçeği de göz ardı edilmemelidir. Mikro anlamda yaşanan pozitiflik, makro anlamda da çarpan etkisi yaparak başarılı start up girişimlerin doğmasına, Ar-Ge araştırmalarının artmasına ve inovasyonun güçlenmesine yol açar. Sonuç olarak bu durum, ülke girişimciliğinin ve ekonomisinin gelişimine ciddi anlamda destek sağlayacaktır.

- Araştırmamızda risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde, aynı zamanda duygusal zekânın da girişimciliğe yönelik tutum üzerinde etkili olmadığı sonucu elde edilmiştir. Bilişsel bir yapı içinde şekillenen risk algısı; girişimcilerin riski bir tehdit olarak değil, bir fırsat olarak görmelerine, bilgi ve yeteneklerini kullanarak hesaplı risk almalarına yol açmaktadır. Diğer taraftan yüksek duygusal zekâ algısı da kişinin belirsizliğe karşı tolerans göstererek hesaplı risk almasına ve riski yönetebilmesine neden olmaktadır. Araştırmadan elde edilen risk alma eğilimi ve duygusal zekâ ile ilgili sonuçlar da bu doğrultu da değerlendirilebilir. Duygusal zekanın girişimciliğe yönelik tutum üzerindeki etkisi ayrıca risk alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi farklı kültürlerde ve farklı örneklemler üzerinde ölçülebilir.

Bu çalışmanın alana yönelik katkısı ise iki farklı yönden ele alınabilir:

- Birincisi; çalışma sonuçları, girişimciliğe giden yolda bilişsel faktörlerin ve bilişsel sürecin önemini start up girişimciler üzerinde de teyit etmektedir. Bu anlamda zihinsel süreçlere yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi ve sürecin başarılı bir şekilde yönetilmesine katkı sağlayacak yöntemlerin geliştirilmesi düşünülebilir. Kısacası planlı bir davranış olan niyetin planlanma sürecinde, girişimciliğe yönelik tutumu güçlendirecek çalışmalar ve eğitimlerin uygulanması, eğitim geliştirme faaliyetleri kapsamına alınabilir.

- İkincisi ise, bu çalışma teknoparklar bünyesinde faaliyette bulunan teknoloji yoğun start up girişimleri oluşturan girişimciler üzerinde gerçekleştirilmiş ilk çalışmadır. Araştırmanın, alanyazında daha önce yapılmış çalışmaları ve elde

edilen sonuçları start up ekosisteminde teyit ederek girişimcilik alanyazınına önemli katkılar sağladığı düşünülmektedir. Çalışmanın gerçek girişimciler üzerinde yapılmış olması, girişimcilik sürecinin daha sağlıklı olarak değerlendirilmesi ve mevcut durumun tespit edilmesine yönelik daha gerçekçi yorumlar yapılabilmesi açısından kıymetlidir. Bu bağlamda girişimcilik rütbesi ve girişimcilik deneyimlerinin niyet ve tutum üzerinde etkili olduğu düşünülerek, gelecekteki araştırmacılara girişimcilik rütbesinin niyet üzerindeki etkisine odaklı çalışmalar yapmaları tavsiye edilebilir. Söz konusu bu durumun, start up girişimcilik ekosisteminin, dolayısıyla inovasyonun ve ülke ekonomisinin gelişimine de önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Çünkü zaman, özellikle genç girişimciler tarafından oluşturulan, yoğun teknoloji geliştiren ve kullanan start up girişimlerin zamanıdır. Genç girişimciler artık günümüzde başkalarının rüyasını gerçekleştirmeye hizmet etmek yerine, kendi hedeflerinin ve hayallerinin peşinde koşmaktadırlar. Teknolojinin hızlı bir şekilde ilerlemesi ve global dünya düzeni, zaman içerisinde bu durumun öneminin katlanarak artmasına yol açmaktadır.

KAYNAKÇA

Ağırman, Ü. H. ve Naktiyok, A. (2018). Öz yeterlilik algısı bağlamında duygusal zekâ özellikleri ve girişimcilik niyeti. *Journal of Social and Humanities Sciences Research, 5*(28), 3253-3262.

Ahmad, S. Z., Xavier, S. R. , & Abu Bakar, A. R. (2014). Examining entrepreneurial intention through cognitive approach using Malaysia GEM data. *Journal of Organizational Change Management, 27*(3), 449-464.

Ahmetoğlu, G., Leutner, K. L., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: understanding the relationship between ındividual differences in trait emotional ıntelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences, 5*(8), 1028-1033.

Ahuja, V., Akhtar, A., & Wali, O. P. (2019). Development of a comprehensive model of social entrepreneurial intention formation using a quality tool. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(41), 1-27.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process, 50*(2), 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2004). Questions raised by a reasoned action approach: Comment on Ogden (2003). *Health Psychology, 23*(4), 431-434.

Akdemir, A., Kasımoğlu, M. ve Uygun, R. (2009). Yerel piyasalarda girişimsel niyetlerin ortaya çıkışı: Niyetlerin gelişiminde bireysel özgeçmişin rolü ve Çanakkale ili Biga ilçesinde yapılan bir araştırma. 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (ss. 65-71). Eskişehir, Türkiye.

Alhaj, B. K., Yusof, M. Z., & Edama, N. (2011). Entrepreneurial intention: An empirical study of community college students in Malaysia, Journal Personalia Pelajar, Bil, 14, 45-58.

Alkibay, S., Orhaner, E., Korkmaz, S., & Sertoğlu, A. E. (2012). Üniversite sanayi işbirliği çerçevesinde teknoparklar, yönetimsel sorunları ve çözüm önerileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 65-90.

Alpar, C.R. (2011). *Çok değişkenli istatistiksel yöntemler.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Alpkan, L., Keskin, H., & Zehir, C. (2002). Girişimcilik hisleriyle girişimcilik potansiyeli arasındaki ilişki: Gebze ve civarındaki girişimciler üzerine bir saha araştırması. *21i yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, fırsatlar ve çözüm önerileri sempozyumu*. Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Fakültesi, Gazimagosa, K.K.T.C. Erişim adresi: http://docplayer.biz.tr/31263390, (01.10.2017).

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Stractural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin, 103*(3), 411-423.

Ariff, A. H., Bidin, Z., Sharif, Z., & Ahmad, A. (2010). Predicting entrepreneurship intention among Malay university accounting students in Malaysia. *Unitar-Journal, 6*(1), 1-10.

Armitage, J. C., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology, 40*(4), 471-499.

Arshad, M., Farooq, O., Sultana, N., & Farooq, M. (2016). Determinants of individuals' entrepreneurial intentions: A gender-comparative study. *Career Development International, 21*(4), 318-338.

Aslan, Ş. (2013). *Duygusal zekâ dönüşümcü ve etkileşimci liderlik*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). Entrepreneurial intent among students: Testing and intent model in Asia, Scandinavia and USA, Babson College. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp.133-147). Erişimadresi: https://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers97/autio/aut1.htm, (07.10.2017).

Awwad, M. S., & Ali, H. K. (2012). Emotional intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees

creativity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 14*(1), 115-136.

Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15), 139-160.

Bahadır, Ö. (2018). Planlı davranış teorisi çerçevesinde girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Doktora tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Zonguldak.*

Bandura, A. (1995). *Self-Efficacy in changing societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman & Company.

Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 1-9.

Baron, R. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing, 19*(2), 221-239.

Bar-On, R. (2005). The bar-on model of emotional-social intelligence. In P.Fernández-Berrocal and N. Extremera (Guest Editors). Special Issue on Emotional Intelligence. *Psicothema*, 17. Erişim adresi: www.eiconsortium.org, (20.04.2018).

Basım, H. N., Korkmazyürek, H. ve Tokat, A. O. (2008). Çalışanların özyeterlilik algılamasının yenilikçilik ve risk alma üzerine etkisi: Kamu sektöründe bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (19), 121-130.

Başalp, A. (2010). Teknoloji geliştirme bölgelerinin Türkiye ekonomisine yönelik katkılarının yeni bir model çerçevesinde analizi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.*

Başar, P. (2018). *The effect of system orientation on entrepreneurial self-efficacy*. Mauritius: Scholars' Press.

Başol, O., Dursun, S. Ve Aytaç, S. (2011). Kişiliğin girişimcilik niyeti üzerine etkisi: Üniversiteli gençler üzerine bir uygulama. *"İŞ, GÜÇ" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 13*(4), 7-22.

Baykul, A., Sungur, O. ve Dulupçu, M. A. (2016). Teknoloji geliştirme bölgesi yönetici şirketlerinin yönetim etkinliğinin veri zarflama analizi ile değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7(15)*, 70-82.

Beceren, E. (2012). *Duygusal ve sosyal zekâmız*. İstanbul: Postiga.

Bingöl, G. ve Türkmen, S. Y. (2016). Girişimciliğin finansmanında melek sermaye ve Türkiye uygulaması. *Öneri Dergisi, 12*(45), 357-373.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management, 13*(3), 442-453.

Boone, C., de Brabander, B. D., & Van, W. A. (1996). CEO locus of control and small firm performance an ıntegrative framework and empirical test. *Journal of Management Studies, 33*(5), 667-699.

Borchers, A. S., & Park, S.-H. (2010). Understanding entrepreneurial mindset: A study of entrepreneurial self-efficacy, locus of control and intent to start a business. *The Journal Of Engineering Entrepreneurship, 1*(1), 51-62.

Boukamcha, F. (2015). Impact of training on entrepreneurial intention: An interactive cognitive perspective. *European Business Review, 27*(6), 593-616.

Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practise, 18*(4), 63-77.

Bozkurt, V. ve Baştürk, Ş. (2009). Kobi girişimcilerinde risk ve belirsizlik algıları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 64*(2), 44-74.

Bozyiğit, S. ve Yaşa, E. (2015). Ailenin rol model alınmasının ve aile desteğinin üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine etkisi. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 19*(1), 59-79.

Busenitz, L. W., & Lau, C.-M. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practise, 20*(4), 25-39.

Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı-istatistik, araştırma deseni, spss uygulamaları ve yorum* (15. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Byabashaija, W., Katono, I., & Isabalija, R. (2010). The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda. *Entrepreneurship in Africa Conference*, (pp. 1-25). NY: Syracuse. Erişim adresi: https://doi.org/10.1142/S1084946711001768, (07.10.2017).

Campo, J. L. M. (2010). The propensity for entrepreneurship: Psychological and social factors. *The Propensity for Entrepreneurship: Psychological and Social Factors, 6(*10), 51-76.

Carson, K. D., Carson, P. P., & Birkenmeier, B. J. (2000). Measuring emotional intelligence: Development and validation of an instrument. *Journal of Behavioral and Applied Management, 2*(1), 33-46.

Carsrud, A., & Braanback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know. *Journal of Small Business Management, 49*(1), 9-26.

Cartwright, S., & Pappas, C. (2008). Emotional intelligence, its measurement and implications for the workplace. *International Journal of Management, 10*(2), 149-171.

Caruso, D. R., Mayer, J. D., & Salovey, P. (2002). Relation of an ability measure of emotional intelligence to personality. *Journal of Personality Assesment, 79*(2), 306-320.

Chan, K.-Y., Oerlemans, L., & Pretorius, M. W. (2008). A conceptual model of the impacts of networking on innovative performance of new technology- Based Firms. *Picmet 2008 Proceedings, Portland International Conference on*

management of Engineering and Technology (pp.443-453). Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/4363120, (05.01.2020).

Chatterjee, A., & Kulaklı, A. (2015). An empirical investigation of the relationship between emotional intelligence, transactional and transformational leadership styles in banking sector. *Social and Behavioral Sciences, 210*, 291-300.

Chell, E. (2007). Social enterpreise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal, 25*(1), 5-26.

Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing* (13), 295-316.

Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Litz, R. A. (2002). Do family firms have higher agency costs than non-family firms?, Paper presented at the Second Annual Theories of the Family Enterprises Conference. University of Pennsylvania.

Cin, H. ve Günay, G. Y. (2013). Girişimcilerin girişimcilik tipleri ile duygusal zekâları arasındaki ilişki: Edirne örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8*(2), 7-32.

Cooper, R. K. ve Sawaf, A (1997). *Liderlikte duygusal zekâ* (Çev. Zelal Bedriye Ayman-Banu Sancar). İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Cramer, J. S., Hartog, J., Jonker, N., & Van Praag, M. (2002). Low risk aversion encourages the choice for entrepreneurship: An empirical test of a truism. *Journal of Economic Behavior and Organization, 48*(1), 29-36.

Cramer, J, S., & Van Praag, M. (2001). The roots of entrepreneurship and labour demand: Individual ability and low risk aversion. *Economica, 68*(269), 45-62.

Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 9*(1), 7-30.

Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business, 29*(1), 45-61.

Çakar, U. ve Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zekâ ilişkisi ve duygusal zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6*(3), 23-48.

Çarıkçı, İ. H. ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci-toplumcu kültür ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* (3), 1-18.

Çetin, F. ve Varoğlu, A. K. (2009). Özellikler bağlamında girişimcinin beş faktör kişilik örüntüsü. *Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Savunma Bilimleri Dergisi, 8*(2), 51-66.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları.* Ankara: Pegem Akademi.

Debarliev, S., Janeska- Iliev, A., Bozhinovska, T., & IIieva, V. (2015). Antecedents of entrepreneurial intention: Evidence from Republic of Macedonia stojan. *BEH-Business and Economic Horizons., 11*(3), 143-161.

DeKinder, J. S., & Kohli, A. K. (2008). Flow signals: How patterns over time affect the acceptence of start-up firms. *Journal of Marketing, 72(5)*, 84-97.

Delice, M. ve Günbeyi, M. (2013). Duygusal zekâ ve liderlik ilişkisinin incelenmesi: Polis teşkilatı örneği. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, 27*(1), 209-239.

DeNoble, A., Jung, D., & Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18*(4), 63-77.

Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007). Kurumların başarısında duygusal zekânın rolü ve önemi. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14* (1), 218-230.

Duhaime, I. M., & Schwenk, C. R. (1985). Conjectures on cognitive simplification in acquisition and divestment decision making. *The Academy of Management Review, 10*(2), 287-295.

Dursun, Y. ve Kocagöz, E. (2010). Yapısal eşitlik modellemesi ve regresyon: karşılaştırmalı bir analiz. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (35), 1-17.

Dyer Jr., W. G., & Handler, W. (1994). Entrepreneurship and family business: Exploring the connections. *Entrepreneurship: Theory and Practise, 19*(1), 71-83.

Eden, D., & Aviram, A. (1993). SelEfficacy training to speed reemployment: Helping people to help themselves. *Journal of Applied Psychology, 78*(3), 352-360.

Edizler, G. (2010). İnsan kaynakları yönetiminde duygusal zekâ ölçüm ve modelleri. *Journal of Yaşar University, 5*(18), 2970-2984.

Elfving, J., Brannback, M., & Carsrud, A. (2009). Toward a contextual model of entrepreneurial intentions, understanding the entrepreneurial mind opening the black box /eds) Alan Carsrud and Malin Brannback, International Studies in Entrepreneurship, Springer (23-24). Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/226322462 (07.06.2020).

Ensari, M. Ş. ve Alay, H. K. (2017). Üniversite öğrencilerinin yenilikçilik eğilimi ile girişimcilik potansiyelleri arasındaki ilişkiye ailelerin girişimcilik öyküsünün aracı etkisinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 235-247.

Er, P. H. (2012). *Joseph A. Schumpeter's views on entrepreneurship and innovativeness.* Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing.

Erdem, F. (2001). Girişimcilerde risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans ilişkisine kültürel yaklaşım. *Akdeniz Üniversş,itesi İ.İ.B.F Dergisi, 1(2)*, 43-61.

Erdoğmuş, N. (2004). *Aile işletmeleri: İkinci kuşağın yetiştirilmesi* (Cilt 1). İstanbul: İGİAD Yayını.

Ertuna, Z. İ., & Gürel, E. (2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship. *Education+Training, 53*(5), 387-402.

Eser, G. ve Yıldız, M. L. (2015). Türkiye'de girişimcilik araştırmalarının odağı nedir? - yazın üzerine bir inceleme-. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 11* (43), 91-117.

Farahbod, F., Azadehdel, M., Mofidi, M. K., Shahabi, S., Khoshamooz, H., Pazhouh, L.D., Ghorbaninejad, N., & Shadkam, F. (2013). The relationship between trait emotional intelligence and entrepreneurship attitudes and intentions. *Journal of Public Administration and Policy Research*, *5*(3), 79-85.

Farashah, A. D. (2013). The process of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: Study of educational system of Iran. *Education+Training, 55*(8/9), 868-885.

Feder, E.-S., & Nitu-Antonie, R.-D. (2017). Connecting gender identity, entrepreneurial training, role models and intentions. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 9*(1), 87-108.

Ferreira, J. J., Raposo, M., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 19*(3), 424-440.

Fillion, L. J. (1997). *From entrepreneurship to entreprenology*. San Francisco: Kunkel, Scott W. Ed.0. Journal of Best Papers.

Florin, J., Karri, R., & Rossiter, N. (2007). Fostering entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach. *Journal of Management Education, 31*(1), 17-42.

Freeman, J., & Engel, J. S. (2007). Models of innovation: Startups and mature corporations. *California Management Review, 50*(1), 94-119.

Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business, 12*(4), 11-32.

Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice, 25*(4), 27-39.

Gelderen, M. V., Thurik, R., & Bosma, N. (2006). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics, 26(4)*, 319-335.

Gentry, W., & Hubbard, R. G. (2004). Entrepreneurship and household saving. *Advances in Economic Analysis & Policy, 4*(1), 1053-1053.

Ghorbani, M., Johari, S., & Moghadam, A. A. (2012). Analysis of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship. *Middle-East Journal of Scientific Research, 11*(5), 679-689.

Goleman, D. (1995). *Duygusal zekâ. neden IQ'dan daha önemlidir?* (Çev. Banu Seçkin Yüksel). 48. Basım (2018). İstanbul: Varlık Yayınları.

Goleman, D. (1998). *İşbaşında duygusal zekâ* (Çev. Handan Balkara). İstanbul: Varlık Yayınları.

Goleman, D., Boyatzis, R., & McKee, A. (2002). Primal leadership: Realizing the power of emotional intelligence. Boston: The Harward Business Review Press. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/230854764 (16.06.2020).

Gorgievski, M. J., Stephan, U., Laguna, M., & Moriano, J. A. (2018). Predicting entrepreneurial career intentions: Values and the theory of planned behavior. *Journal of Career Assessment, 26*(3), 457-475.

Gözüm, S., & Aksayan, S. (1999). Öz-etkililik-yeterlik ölçeğinin Türkçe formunun güvenilirlik ve geçerliliği. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 2*(1), 21-34.

Guzma´n-Alfonso, C., & Guzma´n-Cuevas, J. (2012). Entrepreneurial intention models as applied to Latin America. *Journal of Organizational Change Management, 25*(5), 721-735.

Gül, T. G., & Çakır, S. (2014). Teknoparklar ve teknoloji üretimi: İzmir teknoloji geliştirme bölgesi örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 9*(1), 79-88.

Gülaçtı, M. (2016). Girişimcilik ve iş planı süreci. H. Karadal (Ed.), Girişimcilik: Uygulamalı girişimcilik eğitimi & güncel konular & girişimci destekleri & iş planı (4. Baskı) içinde (353-369). İstanbul: Beta.

Gürer, A., Sezen, S., & Solmaztürk, A. B. (2014). Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik bir alan araştırması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 49*(2), 1-19.

Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characterisics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education and Training, 48*(1), 25-38.

Gürsel, M. K. (2007). Teknoloji geliştirme bölgesinde kamulaştırma ve ruhsat (izin) verme yetkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 9,* (Özel Sayı), 999-1018.

Haley, U. C., & Stumpf, A. S. (1989). Cognitive trails in strategic decision-making: linking theories of personalities and cognitions. *Journal of Management Studies, 26*(5), 477-497.

Hamidi, D. Y., Wennberg, K. L., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Devolopment, 15*(2), 304-320.

Hansemark, O. C. (2000). Predictive validity of TAT and CMPS on the entrepreneurial activity, "start of a new business a longitudinal study". *Journal of Management Psychology, 15*(7), 634-654.

Hassan, A. H., & Binti Omar, S. N. (2016). The effect of emotional intelligence and entrepreneurial attitude on entrepreneurial intention. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review, 5*(12), 1-10.

Haus, I., Steinmetz, H., Isidor, R., & Kabst, R. (2013). Gender effects on entrepreneurial ıntention: A meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 5*(2), 130-156.

Hebert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics, 1*(1), 39-49.

Hebert, R. F., & Link, A. N. (2006). The entrepreneur as innovator. *The Journal of Technology Transfer, 31*(5), 589-597.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). *Entrepreneurship Education and Training: The Issue of Effectiveness.* London: Ashgate Publishing Ltd.

Hernández, C. C., & González, D. (2016). Study of the start-up ecosystem in Lima, Peru: Collective case study. *Latin American Business Review, 17*(2), 115-137.

Hisrich, R. D., & Peters, M, P. (2002). *Entrepreneurship,* Fifth Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York.

Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management, 44*(1), 45-63.

Ho, T. S., & Koh, H. C. (1992). Differences in psychological characteristic between entrepreneurially inclined and non-inclined accounting graduates in Singapore. *Entrepreneurship, Innovation and Change: An International Journal, 1*(11), 243-254.

Hocaoğlu, A. ve Altuğ, S. (2018). Teknoparkların inovasyon ekosistemindeki yeri ve inovasyon başarısına katkısı: Teknopark İzmir özelinde bilişim sektöründe bir şirket örneği. *İzmir Democracy University Social Sciences Journal* , 1(1), 70-86.

Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M.R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal on Business Research Methods, 6*(1), 53-60.

Hoy, F., & Verser, T. G. (1994). Emerging business, emerging field: Entrepreneurship and the family firm. *Entrepreneurship Theory and Practice, 19*, 9-23.

Husna, A., Sharif, Z., Bidin, Z., & Ahmad, A. (2010). Pradicting entrepreneurship intention among Malay University accounting students in Malaysia. *Unitar E-Journal, 6*(1), 1-10.

Işık, M. S., Dulupçu, M. A. ve Sungur, O. (2014). KOBİ Desteklerinin İstihdam Büyümesine Etkisi: Isparta ve Burdur Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9(*1), 95-124.

İlhan, S. (2003). Sosyo-ekonomik bir fenomen olarak girişimciliğin oluşumunu etkileyen başlıca faktörler. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi Güz, 11*, 61-79.

İTÜ Çekirdek (b.t.). 25.11.2019, https://itucekirdek.com/

Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., & Baik, K. (2001). entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: A comparative study between the US and Korea. *Management International, 6*(1), 41-53.

Kağıtçıbaşı, Ç., Şimga, H., Barlas, D., Önok, M. ve Göker, Z. G. (2016). *Kadın odaklı.* İstanbul: Koç-Kom Araştırmaları Dizisi. Koç Üniversitesi Yayınları.

Kalfaoğlu, S. ve Bedük, A. (2018). Türkiye'nin start up ekosisteminin incelenmesi "OSR Robotics" firması örnek olay. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi, 2*(9), 25-40.

Kalaycı, Ş. (2010). *Faktör analizi, Şeref Kalaycı (Edit.) (2010), SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri,* (5. Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

Karabulut, A. T. (2009). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini ve eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 26*(1), 331-356.

Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *The Academy of Management Review, 13*(3), 429-441.

Kaufmann, J. P., Welsh, H. B, D., & Bushmarin, N. V. (1995). Locus of control and entrepreneurship in the Russian Republic. *Entrepreneurship Theory and Practice, 20*(1), 43-56.

Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice, 27*(2), 125-148.

Keleş, M. K. ve Tunca, M. Z. (2010). Türkiye'deki teknokentlerin mevcut durumunun incelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1*(11), 1-22.

Kennedy, J., & Drennan, J. (2002). Entrepreneurial intentions of woman. *Small Enterprise Research, 10*(1), 75-87.

Khuong, M. N., & An, N. H. (2016). The factors affecting entrepreneurial intention of the students of Vietnam National University- a mediation analysis of perception toward entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management, 4*(2), 104-111.

Kılıç, R., Keklik, B. Ve Çalış, N. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma. Bandırma İİBF İşletme bölümü örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17*(2), 423-435.

Kılıçarslan, F. (2009). *10 adımda duygusal zekâ*. İstanbul: İkarus Yayın.

Kibler, E. (2013). Formation of entrepreneurial ıntentions in a regional context. *Entrepreneurship & Regional Development, 25*, 293-323.

Kickul, J., & D'Intino, R. S. (2005). Measure for measure: Modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England Journal of Entrepreneurship, 8*(2), 39-47.

Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). Intution versus analysis? Testing differantial models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process. *Entrepreneurship Theory and Practise, 33*(2), 439-453.

Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory & Practice, 21*, 47-57.

Kolvereid, L., & Isaksen, E. J. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal Of Business Venturing, 21*(6), 866-885.

Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18*(1), 5-21.

Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potantial and potantial entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practise*,*18*(3) 91-104.

Krueger, N. F., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development, 5*(4), 315-330.

Krueger, N. F., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences, 25*(3), 385-400.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5-6), 411-432.

Kurnaz, G. ve Bedük, A. (2017). Türkiye'de ve dünyada melek yatırımcılık. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 20*(1), 27-40.

Laviolette, E. M., Lefebvre, M. R., & Brunel, O. (2012). The impactof story bounds entrepreneurial role models on self efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior& Resarch, 18*(6), 720-742.

Lee, S.H., & Wong, S.H. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing,* 19, 7-28.

Lee, L., Wong, P. K., Foo, M. D., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The ınfluence of organizational and ındividual factors. *Journal of Business Venturing, 26*(1), 124-136.

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice and performance. *Journal of Vocational Behavior, 45(*1), 79-122.

Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2000). Contextual supports and barriers to career choice: A social cognitive analysis. *Journal of Counseling Psychology, 47*(1), 36-49.

Leon, J. A., Gorgievski, M., & Lukes, M. (2008). Teaching psychology of entrepreneurship perspectives from six european. Madrid: UNED.

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practise, 33*(3), 593-617.

Liñán, F., Rodriguez-Cohard, J.H., Rueda-Cantucha, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management, 7*(2), 195-218.

Littunen, H. (2000). The entrepreneurship and the characteristic of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 6*(6), 295-310.

Littunen, H., & Storhammar, E. (2000). The indicators of locus of control in the small business context. *Journal of Enterprising Culture, 8*(4), 343-360.

Longenecker, J. G., & Schoen, J. E. (1975). The essence of entrepreneurship. *Journal of Small Business Management, 13*(3), 26-32.

Lopes, P. N., Salovey, P., & Straus, R. (2003). Emotional intelligence, personality and the perceived quality of social relationship. *Personality and Individual Differences, 35(3)*, 641-658.

Lortie, J., & Castogiovanni, G. J. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: What we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal, 11*(4), 1-26.

Luszczynska, A., Gutie'rrez-Dona, B., & Schwarzer, R. (2005). General self-efficacy in various domains of human functioning: Evidence from five countries. *International Journal of Psychology, 40*(2), 80-89.

Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The "Making" of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management, 33*(2), 135-147.

MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Zhang, S., & Hong, S. (1999). Sample size in factor analysis. *Psychological Methods, 4*(1), 84-99.

Macko, A., & Tyszka, T. (2009). Entrepreneurship and risk taking. *Applied Psychology An International Review, 58*(3), 469-487.

Markman, G., Balkin, D. B., & Baron, R. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice, 27*(2), 149-165.

Markman, G., Baron, R., & Balkin, D. B. (2005). Are perseverence and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior, 26*(1), 1-19.

Mayer, J. D., Salovey, P. (1993). The intelligence of emotional intelligence. *Intelligence, 17*, 433-442.

Mayer, J. D. & P. Salovey (1997). What is emotional intelligence. In P. Salovey, & D. Sluyter (Ed.), *Emotional development and emotional intelligence*: *Educational implications* (3-34). New York: Basicbooks, Inc.

Mayer, J. D., Salovey, P & Caruso, D (2000). What is emotional intelligence. In R. J. Sternberg (Ed) *Handbook of intelligence* (396-420). New York, NY, US: Cambridge University Press.

Mayer, J. D., Salovey, P & Caruso, D (2008). Emotional intelligence, new ability or eclectic traits? *American Psychological Association, 63*(6), 503-517.

Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D., & Sitarenios, G (2003). Measuring emotional intelligence with the MSCEIT V2.0. *Emotion*, 3, 1: 97–105. NORTHOUSE, P. (2001), *Leadership: Theory and Practice*, Sage Publications

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(4), 965-988.

McLaughlin, E. B. (2010). The role of emotional intelligence and self efficacy in developing entrepreneurial career intentions. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings,1*,1-5. https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/ambpp.2010.54500673, (21.03.2018).

Miner, J. B., & Raju, N. S. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low-and high- growth entrepreneurs: A reply in a more conversation vein. *The Journal of Applied Psychology, 89*(1), 3-13.

Miranda, F. J., Chamero-Mera, A., & Rubio, S. (2017/ a). Academic entrepreneurship in Spanish Universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Resarch on Business Economics, 23*(2), 113-122.

Miranda, F. J, Chamorro-Mera, A., Rubio, S., & Perez-Mayo, J. (2017/ b). Academic entrepreneurial intention: The role of gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 9*(1), 66-86.

Mitchell, R. K., Busenitz, L.W., Lant, T., Dougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice, 27*(2), 93-104.

Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J. S., Morse, E. A., Smith, J. B. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research. entrepreneurship: *Theory and Practice,* 31(1), 1-27.

Morgül, M. B. (2012). Teknoparklar ve Ar-Ge merkezlerinin uygulamada karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi,* (286), 32-35.

Morris, M. H., Pitt, L., & Berthon, P. (1996). Entrepreneurial activity in the third world informal sector: The view from Khayelitsha. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 2*(1), 59-76.

Morris, M. H., Schindehutte, M., & LaForge, R. W. (2002). Entrepreneurial marketing: A construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives. *Journal of Marketing Theory and Practise, 10*(4), 1-19.

Morris, M. M., Lewis, P. S., & Sexton, D. L. (1994). Reconceptualizing entrepreneurship: An input-output perspective. *SAM Advanced Management Journal, Winter*, 1-31.

Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: What triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6*(2), 59-71.

Mortan, R. A., Botella, P. R., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology, 30*(3), 97-104.

Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Başar, M. ve Tosunoğlu, B. T. (2005). *Girişimcilik* (Ed. Yavuz Odabaşı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No. 1567.

Myers, D. (2014). The theory of planned behaviour as a predictor of entrepreneurial intention in the South African jewish community. *Gordon Institute of Business Science,University Pretoria*. Erişim adresi: https://pdfs.semanticscholar.org/a850/50e29fc7352846c8c993ed93d1a69bbd67ac.pdf, (04.05.2018).

Nabi, G., & Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 19*(6), 633-655.

Naktiyok, A. ve Timuroğlu, M. K. (2009). Öğrencilerin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23*(3), 85-103.

Naktiyok, A., Karabey, C. N., & Güllüce, A. Ç. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial ıntention: The Turkish case. *International Entrepreneurship and management Journal, 6*(4), 419-435.

Nikolaou, I., & Tsaousis, I. (2002). Emotional intelligence in the workplace: Exploring its effects on occupational stress and organizational commitment. *International Journal of Organizational Analysis, 10*(4), 327-342.

Norton, W. I., & Moore, W. T. (2002). Entrepreneurial risk: Have we been asking the wrong question?, *Small Business Economics, 18*(4), 281-287.

Nwankwo, S., Gbadamosi, A., & Ojo, S. (2012). Religion, spirituality and entrepreneurship. *Society and Business Review, 7*(2), 149-167.

Onuoha, G. (2007). Entrepreneurship. *AIST International Journal,* 10, 20-32.

Oosterbeek, H., Praag, M. V., & Ljsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivations. *European Economic Review, 54*(3), 442-454.

Ozaralli, N., & Rivenburg, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: Antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 6*(3), 1-32.

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.

Örnek, A. Ş., & Danyal, Y. (2015). Increased importance of entrepreneurship from entrepreneurship to techno-entrepreneurship (start up): Provided supports and conveniences to techno-entrepreneurs in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1146-1155.

Özbay, M. (2000). Bilime dayalı teknoloji üretim merkezleri veya teknoparklar. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3*(4), 1109-1118.

Özdemir, A., Saygılı, M. ve Özgüner, M., Uslu, M. E. (2017). Kontrol odağının girişimcilik potansiyeline etkisinde kırılgan narsizm düzeyinin aracılık rolü. 2. Lisansüstü İşletme Öğrencileri Sempozyumu Bildiri Kitabı (432-440). Bursa.

Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/316420661, (08.06.2018).

Özdemir, A., Saygılı, M. ve Yıldırım, K. (2016). Risk alma eğilimi ve başarma ihtiyacının girişimcilik potansiyeline etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi, 4*(2), 121-141.

Özgüner, M., Özdemir, A., Saygılı, M. ve Onay, Ö. A. (2017). Kontrol odağının girişimcilik potansiyeline etkisinde başarma ihtiyacının aracılık rolü. 2. Lisansüstü İşletme Öğrencileri Sempozyumu Bildiri Kitabı, (404-412). Bursa. Erişim adresi: http://tursbad.hku.edu.tr/tr/issue/31623/346726 (08.06.2018).

Pachulia, G., & Henderson, L. (2009). The relationship between emotional intelligence and entrepreneurial orientation: Observed within owner-managers who lead small, high-tech firms in Swedan. Jönköping International Business School, Sweden. Erişim Adresi: http://www.divaportal.org/smash/record.jsf?pid=diva 2:234296 (08.06. 2018).

Pearson, C. A., & Chatterjee, S. R. (2001). Differences and similiarities of entrepreneurial characteristics in a diverse social setting-evidence from Australian and Singoporean managers. *Journal of Enterprising Culture, 9*(3), 273-289.

Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Creative Education, 3*(8), 95-100.

Perry, C. (1990). After further sightings of the heffalump. *Journal of Managerial Psychology, 5*(2), 22-31.

Pihie, Z. A., Bagheri, A., & Sani, Z. H. A. (2013). Knowledge of cognition and entrepreneurial intentions: Implications for learning entrepreneurship in public and private universities. *Social and Behavioral Sciences,* 97, 174-181.

Polat, S. ve Aktop, E. (2010). Öğretmenlerin duygusal zekâ ve örgütsel destek algılarının girişimcilik davranışlarına etkisi. *Akademik Bakış Dergisi,* (22), 1-20.

Polin, B. A., Ehrman, C. M., & Kay, A. (2016). Understanding parental and gender impact on entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business & Entrepreneurship, 28*(4), 267-283.

Poposka, K., & Mihajloska, E. (2016). The implications and aftermath effects of financial crisis on startups in EU. *Economic Development,* 3, 75-90.

Raab, G., Stedham, Y., & Neuner, M. (2005). Entrepreneurial potential: An exploratory study of business students in the U.S. and Germany, *Journal of Business and Management, 11(*2), 71-88.

Rae, D., & Carswell, M. (2001). Towards a conceptual understanding of entrepreneurial learning, *Journal of Small Business and Enterprise, 8*(2), 150-158.

Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. In C. Cooper, & I. Robertson (Ed.) *International Review of Industrial and Organizational Psychology* (101-142). Wiley: Chicester.

Remeikiene, R., Startiene, G., & Dumciuviene, D. (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: The role of entrepreneurial education. *Management, Knowledge and Learning International Conference*, (299-307). Erişim adresi: https://ideas.repec.org/h/tkp/mklp13/299-307.html (08.06.2018).

Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practise, 15*(4), 13-31.

Sabah, S. (2016). Entrepreneurial intention: Theory of planned behaviour and the moderation effect of start-up experience. *Entrepreneurship-Practise-Oriented Perspectives* , 87-101.

Saeed, S., Yousafzai, S. Y., & Engelen, A. (2014). On cultural and macroeconomic contingencies of the entrepreneurial orientation-performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *38*(2), 255-290.

Sakarya, F. (2012). *Teknopark içerisindeki teknoloji transferini arttırmaya dönük işbirlikleri ve teknopark destek faaliyetlerinin, firmaların özümseme kapasitesi üzerine etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.

Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality, 9*, 185-211.

Samuel, Y. A., Ernest, K., & Awuah, J. B. (2013). An assessment of entrepreneurship intention among sunyani polytechnic marketing students. *International Review of Management and Marketing, 3*(1), 37-49.

Sandberg, W. R. (1992). Strategic management's potential contributions to a theory of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 16*(3), 73-90.

Saraçoğlu, M., & Duran, C. (2009). Yaratıcı girişimcinin gelişiminde çevrenin rolü. *Electronic Journal of Social Sciences, 8*(30), 130-151.

Scheiner, C. W. (2009). *Fundamental determinants of entrepreneurial behavior*. Germany: Springer Gabler.

Schneider, S. C., & Angelmar, R. (1993). Cognition in organizational analysis: Who's minding the store? *Organization Studies, 14*(3), 347-374.

Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J., Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences,* 25, 167-177.

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11*(1), 42-57.

Sevsay, H., Mıynat, M., & Aktaş, H. (2017). Teknoloji geliştirme bölgesi yatırımları finansman modellerinin incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 24*(2), 447-467.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review, 25*(1), 217-226.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, Sexton, D and Vesper, K. (Ed), *The Encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs* (72-90). NJ: Prentice-Hall.

Shepherd, D. A., & Krueger, N. F. (2003). An intentions-based model of entrepreneurial team's social cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice, 27*(2), 167-185.

Shook, C. L., Priem, R. L., & McGee, J. E. (2003). Venture creation and enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management, 29*(3), 379-399.

Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk, perception and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing, 15*(2), 113-134.

Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. *Education and Training, 55*(3), 253-271.

Srivastava, S., & Misra, R. (2017). Exploring antecedents of entrepreneurial intentions of young woman in India: A multi-method analysis. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 9*(2), 181-206.

Startup Grind İstanbul Yeni Dönem (2014). 12.12.2019, https://webrazzi.com/2014/10/16/startup-grind-istanbul-yeni-donem/

Startup Grind Nedir? (b.t.). 2.12.2019, https://anlatsin.com/startup-grind-nedir

Stayton, J., & Mangematin, V. (2016). Startup time, innovation and organizational emergence: A study of USA-based international technology ventures. *Journal of International Entrepreneurship, 14*, 373-409.

Stephen, F. H., Urbano, D., & Van Hemmen, S. (2005). The impact of institutions on entrepreneurial activity. *Managerial and Decision Economics, 26*(7), s. 413-419.

Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 145-153.

Sun, H., Lo, C. T., Liang, B., &Wong, Y. L. B. (2017). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Management Decision, 55*(7), 1371-1393.

Şeşen, H. (2012). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intensions of university students. *Education+ Training, 55*(7), 624-640.

Şeşen, H. ve Basım, N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış, 12*, 21-28.

Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş,temel ilkeler ve LİSREL uygulamaları.* Ankara: Ekinoks.

Teknopark İstanbul (b.t.). 12.12.2019, https://www.teknoparkistanbul.com.tr/

Tian, Z.-L., & Huang, P.-L. (2013). Researches on the effects of leader empowerment behavior on employees' voice behavior: The mediating effect of self-efficacy. *Processing of 20th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management: Theory and Apply of Industrial Engineering*, (757-764).

Timuroğlu, M. K. ve Akpunar, E. N. (2017). Duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerine etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31*(4), 875-894.

Timuroğlu, M. K. ve Çakır, S. (2014). Girişimcilerin yeni bir girişim yapma niyetlerinin risk alma eğilimi ile ilişkisi. *AKÜ İİBF Dergisi, 16*(2), 119-136.

Tischler, L., Biberman, G., & Mckeage, R. L. (2002). Linking emotional intelligence, spirituality and workplace performance. *Journal of Managerial Psychology, 17*(3), 203-218.

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, *8*(4), 1-21.

Top, S. (2012). *Girişimcilik: Keşif süreci.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Top, S. (2017). *Girişimcilik niyeti.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Tran, A. T., & Korflesch, H. V. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *10*(1), 17-38.

Tsai, K.-H., Chang, H.-C., & Peng, C.-Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal, 12*(2), 445-463.

Türker, D., & Selçuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training, 33*(2), 142-159.

Uluköy, M., & Demirelli, C. (2014). Cinsiyetin girişimcilik profili üzerine etkisi: Erkek girişimcilik ve kadın girişimciliğin karşılaştırmalı analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 12*(22), 47-55.

Uslu, D. (2015). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi bölümü öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik niyetinin duygusal zekâ faktörlerine göre incelenmesi. *Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.

Utsch, A., & Rauch, A. (2000). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 9*(1), 45-62.

Uzunsakal, E. & Yıldız, D. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, 2*(1), 14-28.

Van Gelderen, M., Brand, M. J., Van Praag, M., & Poutsma, E. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory planned behavior. *Career Development International, 13*(6), 538-559.

Wakkee, I. A. M., Elfring, T., & Monaghan, S. (2008). Creating entrepreneurial employess in traditional service sectors: The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal, 6(*1), 1-21.

Waltz, C. F., Strickland, O. L., & Lenz, E. R. (2010). *Measurement in Nursing and Health Research*. New York: Springer Publishing Company.

Wang, J.-H., Chang, C.-C., Yao, S.-N., & Liang, C. (2015). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education, 72(2),* 209-224.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial career intentions: Implicants for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice, 31*(3), 387-406.

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *The Academy of Management Review,* 14(3), 361-384.

Xu, X., Ni, H., & Ye, Y. (2016). Factors influencing entrepreneurial intentions of Chinese secondary school students: An emprical study. *Asia Pasific Educational Review, 17*(4), 625-635.

Yiğit, N., Bütüner, S. Ö., & Dertlioğlu, K. (2008). Öğretim amaçlı örütbağ sitesi değerlendirme ölçeği geliştirme. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi, 1*(2), 38-51.

Yüksel, H., Cevher, E., & Yüksel, M. (2015). Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5*(1), 143-156.

Zacharakis, A. L., & Shepherd, D. A. (2001). The nature of information and overconfidence on venture capitalist' decision making. *Journal of Business Venturing, 16*(4), 311-332.

Zakarevičius, P., & Župerka, A. (2010). Expression of emotional intelligence in development of students' entrepreneurshıp. *Economics and Management, 15,* 865-873.

Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. S. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *International Entrepreneurship and Management Journal, 2*(3), 413-428.

Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., & Dewett, T. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 15*(6), 595-618.

Zhang, F., Wei, L., Sun, H., & Tung, L. C. (2019). How entrepreneurial learning impacts one's intention towards entrepreneurship: A planned behavior approach. *Chinese Management Studies, 13*(1), 146-170.

Zhang, P., & Cain, K. W. (2017). Reassessing the link between risk aversion and entrepreneurial intention. *International Journal og Entrepreneurial Behavior& Resarch, 23*(5), 793-811.

Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology, 90*(6), 1265-1272.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial ıntentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management, 36*(2), 381-404.

EKLER

EK.1. ANKET FORMU

GİRİŞİMCİ NİYETİN ORTAYA ÇIKMASINDA ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN ANALİZİ

Değerli Katılımcı,

Aşağıdaki anket formu İstanbul Ticaret Üniversitesi bünyesinde yürütülmekte olan, "Girişimcilik Niyetinin Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörlerin Analizi: Ampirik Bir Çalışma" isimli doktora tezinde kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Anket sadece bilimsel araştırmanın analizinde kullanılacak, bilgiler kesinlikle gizli tutulacak ve kimseyle paylaşılmayacaktır. Anket formundaki soruları dikkatlice okuyarak, size en uygun olan cevabı işaretlemenizi rica ediyoruz.

Çalışmaya verdiğiniz destek için çok teşekkür ederiz.

Emine Banu Bilgiseven
İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü
Doktora öğrencisi.
05313476673
banu.bilgiseven@hotmail.com
e.banubilgiseven@gmail.com

Prof. Dr. Murat Kasımoğlu
İstanbul Ticaret Üniversitesi
İşletme Fakültesi Öğretim Üyesi

1. Cinsiyetinizi belirtiniz ( ) Kadın ( ) Erkek

2. Yaşınızı belirtiniz ……

3. Eğitim durumunuzu belirtiniz ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Yüksekokul
( ) Üniversite ( ) Yüksek lisans ve üstü

4. Faaliyet gösterdiğiniz sektörü belirtiniz.

( ) Eğitim ( ) Yazılım ve Enformasyon ( ) Gıda ( ) Ulaşım-Lojistik ( ) Eğlence

( ) Üretim ( ) Reklam ( ) İnşaat-Mimarlık ( ) Ticaret ( ) E-Ticaret

( ) Bilgisayar- Elektronik ( ) Sağlık ( ) Tarım ( ) Diğer……..

5. İşinizin kuruluş tarihini belirtiniz …./…./…….. ( ) Kurulma aşamasında

6. Geçmişte girişimcilik deneyiminiz ( ) Var ( ) Yok

7. Geçmişte girişimcilik deneyiminiz varsa; aynı anda /zamanda

( ) Tek alanda girişimcilik faaliyetinde bulundum.

( ) Farklı alanlarda girişimcilik faaliyetinde bulundum.

8. Girişimcilik deneyiminiz varsa hangi sektörde olduğunu belirtiniz.

( ) Eğitim ( ) Yazılım ve Enformasyon ( ) Gıda ( ) Ulaşım-Lojistik ( ) Eğlence

( ) Üretim ( ) Reklam ( ) İnşaat-Mimarlık ( ) Ticaret ( ) E-Ticaret

( ) Bilgisayar- Elektronik ( ) Sağlık ( ) Tarım ( ) Diğer…….

9. Ailenizde girişimci

( ) Var ( ) Yok

10. Ailenizde girişimci varsa hangi sektörde olduğunu belirtiniz.

( ) Eğitim ( ) Yazılım ve Enformasyon ( ) Gıda ( ) Ulaşım-Lojistik ( ) Eğlence

( ) Üretim ( ) Reklam ( ) İnşaat-Mimarlık ( ) Ticaret ( ) E-Ticaret

( ) Bilgisayar- Elektronik ( ) Sağlık ( ) Tarım ( ) Diğer…….

Duygusal Zekâ Ölçeği (1-20) Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirerek sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.	1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4. Katılıyorum	5. Kesinlikle Katılıyorum
1. Diğer insanların hislerini zekice fark ederim.	1	2	3	4	5
2. Çevremdeki insanların neler hissettiklerini anlama konusunda doğuştan yetenekliyim.	1	2	3	4	5
3. Diğer insanların hislerinin ince ipuçlarını algılarım.	1	2	3	4	5
4. Diğerlerinin hisleri konusunda iyi bir algılamaya sahibim.	1	2	3	4	5
5. Diğer insanların hislerini okumada kurnazım.	1	2	3	4	5
6. Diğer insanların hislerini okumada doğal bir yeteneğe sahibim.	1	2	3	4	5
7. Duygularım sıkça kontrolüm dışındadır.	1	2	3	4	5
8. Diğer insanlardan çok daha fazla olumsuz duyguları hissederim.	1	2	3	4	5
9. İç dünyamda düşüncelerim ile çatışan, duygusal bir mücadelem var.	1	2	3	4	5
10. İnsan ilişkilerimde iyi bir ilişkiye sahibim.	1	2	3	4	5
11. Kişilerarası iletişimde iyiyim.	1	2	3	4	5
12. İyi sosyal becerilere sahibim.	1	2	3	4	5
13. İyi bir takım oyuncusu olarak tanımlanabilirim.	1	2	3	4	5
14. Hedeflerime ulaşmada irade sahibiyim.	1	2	3	4	5
15. Hedeflerimi gerçekleştirme konusunda hemen hemen her zaman coşkuluyum.	1	2	3	4	5
16. Devamlı olarak özel ve işle ilgili belirlediğim hedeflerimi takip ederim.	1	2	3	4	5
17. İşlerin yolunda gitmesine yetecek sıkı bir çalışma için biraz motivasyon olmalıdır.	1	2	3	4	5
18. Önemli hedefleri sürekli olarak takip ederim.	1	2	3	4	5
19. Ruh halimin her zaman farkına varırım.	1	2	3	4	5
20. Beni ayakta tutan şeyler hakkında iyi bir anlayışa sahibim.	1	2	3	4	5

Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği (1-35) Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirerek sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.	1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4. Katılıyorum	5. Kesinlikle Katılıyorum
1. Yeni ürün ve hizmetlere yönelik yeni pazar fırsatlarını görebilirim.	1	2	3	4	5
2. Mevcut ürünleri geliştirmek için yeni yollar keşfedebilirim.	1	2	3	4	5
3. Potansiyel büyümeye yönelik yeni alanlar tanımlayabilirim.	1	2	3	4	5
4. Mevcut problemleri çözecek ürünler tasarlayabilirim.	1	2	3	4	5
5. Müşterilerin tatmin edilmemiş ihtiyaçlarını karşılayacak ürünler oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
6. Yeni geliştirilen ürünleri zamanında pazara sunabilirim.	1	2	3	4	5
7. İş fırsatlarının avantajlarından yararlanmak için çabucak harekete geçebilirim.	1	2	3	4	5
8. Yeni fikir ve ürünler oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
9. İnsanların daha fazla kendi kendilerinin patronu olmalarına izin veren bir iş ortamı yaratabilirim.	1	2	3	4	5
10. Yeni bir şey denemek için insanları destekleyen bir iş çevresi geliştirebilirim.	1	2	3	4	5
11. Çıktıları dikkate almaksızın kendi idealleri ve kararları için insiyatif ve sorumluluk alma konusunda insanları destekleyebilirim.	1	2	3	4	5
12. Diğer kişilerle ortaklık ve ittifak ilişkisi oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
13. İnteraktif (etkileşimli) bir iş çevresi geliştirebilirim.	1	2	3	4	5
14. Potansiyel yatırımcılar ile uygun bir ilişki geliştirebilir ve bu ilişkiyi sürdürebilirim.	1	2	3	4	5
15. Sermaye kaynaklarıyla ilişkisi olan anahtar konumdaki kişiler ile ilişki geliştirebilirim.	1	2	3	4	5
16. Yatırımları fonlamak için potansiyel kaynakları belirleyebilirim.	1	2	3	4	5
17. Örgütün vizyonunu ve değerlerini tereddüt etmeden ifade edebilirim.	1	2	3	4	5
18. Şirketin vizyon ve değerlerini sahiplenmeleri için diğer kişilere ilham verebilirim.	1	2	3	4	5
19. Fırsatları kovalamak için gereken faaliyetleri belirleyebilirim.	1	2	3	4	5
20. Vizyonumu takip etmek için bana katılmaları konusunda diğer kişileri ikna edebilirim.	1	2	3	4	5
21. Benim bakış açımı kabul etmeleri için diğer kişileri ikna edebilirim.	1	2	3	4	5
22. Benim lehime olacak çıktıları elde edebilmek için müzakere sürecini yönetebilirim.	1	2	3	4	5
23. Sürekli çatışma, stres ve baskı ile karşılaşılan ortamlarda verimli olarak çalışabilirim.	1	2	3	4	5
24. İş koşullarındaki beklenmedik değişiklikleri tolere edebilirim.	1	2	3	4	5
25. Zorluklar karşısında ısrarcı olabilirim.	1	2	3	4	5
26. Karşı çıkanların olumsuz geri bildirimlerine ve engellere rağmen iyimser bakış açımı sürdürebilirim.	1	2	3	4	5
27. Belirsizlikleri tolere edebilirim.	1	2	3	4	5
28. Beklenmedik değişiklik ve başarısızlıklara hızlı bir şekilde tepki gösterebilirim.	1	2	3	4	5
29. Anahtar konumdaki çalışanları işe alabilir ve onları eğitebilirim.	1	2	3	4	5
30. Teknik ekibi yedeklemek için alternatif planlar oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
31. Yönetim takımlarını belirleyebilirim ve oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
32. Diğer kişilerin uzmanlıklarından faydanalanabilirim.	1	2	3	4	5
33. Kişilerin özel ve iş hayatı arasındaki kaçınılmaz olan çatışmaya rağmen işin taleplerine odaklanabilirim.	1	2	3	4	5

Risk Alma Eğilimi Ölçeği (1-6) Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirerek sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.	1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4. Katılıyorum	5. Kesinlikle Katılıyorum
1. Korkunca korkunun üstüne giderim.	1	2	3	4	5
2.Yeni yemekler, yeni yerler ve yeni tecrübelerin peşinde koşarım.	1	2	3	4	5
3.Soruyu sormadan önce cevabını bilmeye ihtiyaç duyarım.	1	2	3	4	5
4. Son altı ayda bazı riskler aldım.	1	2	3	4	5
5. Hiç tanımadığım birine gidip sohbete başlayabilirim.	1	2	3	4	5
6. Kasıtlı olarak hiç bilmediğim bir yola sapabilirim.	1	2	3	4	5
Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği (1-5) Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirerek sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.	1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4. Katılmıyorum	5. Kesinlikle Katılmıyorum
1. Girişimci olmak bana göre dezavantajdan daha çok avantaj anlamına gelir.	1	2	3	4	5
2. Girişimci olarak kariyer yapmak benim için caziptir.	1	2	3	4	5
3. Fırsatlarım ve kaynaklarım olursa, yeni bir şirket kurmak isterim.	1	2	3	4	5
4. Girişimci olmak benim için büyük ölçüde tatmine yol açar.	1	2	3	4	5
5. Çok çeşitli seçenekler arasından, girişimci olmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
Girişimcilik Niyeti Ölçeği (1-6) Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirerek sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.	1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4.Katılıyorum	5. Kesinlikle Katılıyorum
1. Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	1	2	3	4	5
2. Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	1	2	3	4	5
3. Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı gösteririm.	1	2	3	4	5
4. Bir iş kurma konusunda kararlıyım.	1	2	3	4	5
5. Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
6. Kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var.	1	2	3	4	5

EK.2. VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Veri toplamak amaçlı Teknopark İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Çekirdek ve İstanbul Teknik Üniversitesi Arı Teknokent Magnet bünyesine Mart- Ekim 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen, veri toplama amaçlı ziyaretlerin tarihleri ise aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo. Veri Toplama Süreci

Araştırma Verilerinin Toplandığı Yer	**Elden Veri Toplama Tarihleri**	**On-Line Veri Toplama Tarihleri**
Startup Grind		2019 Nisan ayı içinde 10 gün süresince
İstanbul Ticaret Odası Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi	23 Temmuz 2019 30 Temmuz 2019	
Teknopark İstanbul	21 Mart 2019 28 Mart 2019	
İTÜ ARI Teknokent Çekirdek	29 Mayıs 2019 26 Haziran 2019 3 Temmuz 2019 18 Temmuz 2019 4 Eylül 2019 5 Eylül 2019	
İTÜ ARI Teknokent Magnet	17 Haziran 2019 19 Haziran 2019 26 Haziran 2019	

EK.3. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Bu bölümde veri setinin dağılımı ve değişimini değerlendirmek amacıyla frekans dağılımları ölçekler bazında ele alınmış, her bir ölçeğe ilişkin sonuçlar ise tablolar aracılığıyla açıklanmıştır.

Tablo. Duygusal Zekâ Ölçek Sorularına İlişkin Temel İstatistikler

SORULAR	TEMEL İSTATİSTİKLER					
EMPATİ	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
1. Diğer insanların hislerini zekice fark ederim.	1	5	3,99	0,83	0,97	-0,80
2. Çevremdeki insanların neler hissettiklerini anlama konusunda doğuştan yetenekliyim.	1	5	3,75	0,96	0,26	-0,67
3. Diğer insanların hislerinin ince ipuçlarını algılarım.	1	5	3,80	0,91	0,43	-0,68
4. Diğerlerinin hisleri konusunda iyi bir algılamaya sahibim.	1	5	3,92	0,81	0,76	-0,70
5. Diğer insanların hislerini okumada kurnazım.	1	5	3,36	1,01	-0,35	-0,26
6. Diğer insanların hislerini okumada doğal bir yeteneğe sahibim.	1	5	3,55	0,99	-0,11	-0,53
RUH HALİNİ AYARLAMA	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
7. Duygularım sıkça kontrolüm dışındadır.	1	5	2,39	1,14	-0,16	0,76
8. Diğer insanlardan çok daha fazla olumsuz duyguları hissederim.	1	5	2,99	1,29	-1,12	-0,07
9. İç dünyamda düşüncelerim ile çatışan, duygusal bir mücadelem var.	1	5	2,79	1,34	-1,16	0,23
KİŞİLERARASI İLİŞKİLER	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
10. İnsan ilişkilerimde iyi bir ilişkiye sahibim.	1	5	4,24	0,85	2,68	-1,45
11. Kişilerarası iletişimde iyiyim.	1	5	4,22	0,83	2,62	-1,36
12. İyi sosyal becerilere sahibim.	1	5	4,12	0,88	1,31	-1,12
13. İyi bir takım oyuncusu olarak tanımlanabilirim.	1	5	4,19	0,87	2,05	-1,30
İÇ MOTİVASYONA SAHİP OLMA	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
14. Hedeflerime ulaşmada irade sahibiyim.	1	5	4,19	0,83	0,54	-0,92
15. Hedeflerimi gerçekleştirme konusunda hemen hemen her zaman coşkuluyum.	1	5	4,06	0,90	0,20	-0,81
16. Devamlı olarak özel ve işle ilgili belirlediğim hedeflerimi takip ederim.	1	5	3,99	0,90	0,68	-0,91
18. Önemli hedefleri sürekli olarak takip ederim.	1	5	4,16	0,75	1,45	-0,94
KENDİNİ BİLME	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
19. Ruh halimin her zaman farkına varırım.	1	5	3,88	0,92	-0,45	-0,50
20. Beni ayakta tutan şeyler hakkında iyi bir anlayışa sahibim.	1	5	4,13	0,77	1,31	-0,88

Tablo. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Sorularına İlişkin Temel İstatistikler

SORULAR	TEMEL İSTATİSTİKLER					
TEMEL AMACI TANIMLAMAK	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
17. Orgütün vizyonunu ve değerlerini tereddüt etmeden ifade edebilirim.	1	5	4,16	0,77	0,48	-0,73
18. Şirketin vizyon ve değerlerini sahiplenmeleri için diğer kişilere ilham verebilirim.	2	5	4,31	0,70	1,02	-0,91
19. Fırsatları kovalamak için gereken faaliyetleri belirleyebilirim.	1	5	4,18	0,71	1,13	-0,76
20. Vizyonumu takip etmek için bana katılmaları konusunda diğer kişileri ikna edebilirim.	1	5	4,19	0,75	1,68	-0,96
21. Benim bakış açımı kabul etmeleri için diğer kişileri ikna edebilirim.	1	5	4,08	0,81	0,58	-0,78
22. Benim lehime olacak çıktıları elde edebilmek için müzakere sürecini yönetebilirim.	1	5	3,94	0,82	0,29	-0,58
BEKLENMEDİK ZORLUKLARLA BAŞ ETMEK	**MİN**	**MAK**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
23. Sürekli çatışma, stres ve baskı ile karşılaşılan ortamlarda verimli olarak çalışabilirim.	1	5	3,46	1,19	-0,72	-0,45
24. İş koşullarındaki beklenmedik değişiklikleri tolere edebilirim.	1	5	3,89	0,85	0,70	-0,73
25. Zorluklar karşısında ısrarcı olabilirim.	1	5	4,13	0,77	0,58	-0,73
26. Karşı çıkanların olumsuz geri bildirimlerine ve engellere rağmen iyimser bakış açımı sürdürebilirim	1	5	3,97	0,84	0,70	-0,75
27. Belirsizlikleri tolere edebilirim.	1	5	3,78	0,99	0,19	-0,75
28. Beklenmedik değişiklik ve başarısızlıklara hızlı bir şekilde tepki gösterebilirim.	1	5	3,80	0,89	0,30	-0,59
YENİLİKÇİ BİR ÇEVRE OLUŞTURMAK	**MİN**	**MAX**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
9. İnsanların daha fazla kendi kendilerinin patronu olmalarına izin veren bir iş ortamı yaratabilirim	1	5	4,02	0,94	0,21	-0,80
10. Yeni bir şey denemek için insanları destekleyen bir iş çevresi geliştirebilirim.	1	5	4,21	0,78	0,70	-0,86
11. Çıktıları dikkate almaksızın kendi idealleri ve kararları için insiyatif ve sorumluluk alma konusunda insanları destekleyebilirim.	1	5	4,00	0,96	0,25	-0,87
12. Diğer kişilerle ortaklık ve ittifak ilişkisi oluşturabilirim.	1	5	4,20	0,78	2,26	-1,18
13. İnteraktif (etkileşimli) bir iş çevresi geliştirebilirim.	2	5	4,27	0,70	-0,02	-0,64
YENİ ÜRÜN VE PAZAR FIRSATLARI GELİŞTİRMEK	**MİN**	**MAX**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
1. Yeni ürün ve hizmetlere yönelik yeni pazar fırsatlarını görebilirim.	1	5	3,89	0,88	-0,07	-0,54
2. Mevcut ürünleri geliştirmek için yeni yollar keşfedebilirim.	2	5	4,17	0,75	0,74	-0,83
3. Potansiyel büyümeye yönelik yeni alanlar tanımlayabilirim.	2	5	4,04	0,75	0,08	-0,52
4. Mevcut problemleri çözecek ürünler tasarlayabilirim.	1	5	4,12	0,81	0,55	-0,81
5. Müşterilerin tatmin edilmemiş ihtiyaçlarını karşılayacak ürünler oluşturabilirim.	1	5	3,96	0,83	0,03	-0,57
6. Yeni geliştirilen ürünleri zamanında pazara sunabilirim.	1	5	3,62	0,81	-0,15	-0,11
7. İş fırsatlarının avantajlarından yararlanmak için çabucak harekete geçebilirim.	1	5	3,80	0,98	0,91	-0,45
8. Yeni fikir ve ürünler oluşturabilirim.	1	5	4,27	0,73	1,14	-0,92

YATIRIMCILARLA İLİŞKİ BAŞLATMAK	MİN	MAX	ORT	SS	KURT	SKEW
14. Potansiyel yatırımcılar ile uygun bir ilişki geliştirebilir ve bu ilişkiyi sürdürebilirim.	1	5	4,02	0,78	0,42	-0,63
15. Sermaye kaynaklarıyla ilişkisi olan anahtar konumdaki kişiler ile ilişki geliştirebilirim.	1	5	3,94	0,83	0,27	-0,60
16. Yatırımları fonlamak için potansiyel kaynakları belirleyebilirim.	1	5	3,77	0,89	0,22	-0,51
TEMEL İNSAN KAYNAKLARINI BELİRLEMEK	**MİN**	**MAX**	**ORT**	**SS**	**KURT**	**SKEW**
29. Anahtar konumdaki çalışanları işe alabilir ve onları eğitebilirim.	1	5	4,11	0,81	0,44	-0,72
30. Teknik ekibi yedeklemek için alternatif planlar oluşturabilirim.	1	5	4,00	0,83	0,48	-0,66
31.Yönetim takımlarını belirleyebilirim ve oluşturabilirim.	1	5	4,07	0,81	0,33	-0,69
32. Diğer kişilerin uzmanlıklarından faydalanabilirim.	1	5	4,42	0,67	2,08	-1,15
33. Kişilerin özel ve iş hayatı arasındaki kaçınılmaz olan çatışmaya rağmen işin taleplerine odaklanabilirim.	1	5	3,99	0,80	0,97	-0,76

Tablo. Risk Alma Eğilimi Ölçeği Sorularına İlişkin Temel İstatistikler

SORULAR	TEMEL İSTATİSTİKLER					
	MİN	MAK	ORT	SS	KURT	SKEW
1. Korkunca korkunun üstüne giderim.	1	5	3,97	0,92	0,30	-0,77
4. Son altı ayda bazı riskler aldım.	1	5	4,34	0,85	1,81	-1,41
5. Hiç tanımadığım birine gidip sohbete başlayabilirim.	1	5	4,19	1,03	0,90	-1,26
6. Kasıtlı olarak hiç bilmediğim bir yola sapabilirim.	1	5	3,89	1,15	-0,08	-0,87

Tablo. Girişimciliğe Yönelik Tutum Ölçeği Sorularına İlişkin Temel İstatistikler

SORULAR	TEMEL İSTATİSTİKLER					
	MİN	MAK	ORT	SS	KURT	SKEW
1. Girişimci olmak bana göre, avantaj anlamına gelir.	1	5	4,30	0,76	0,47	-0,88
2. Girişimci olarak kariyer yapmak benim için caziptir.	1	5	4,34	0,74	0,92	-0,98
3. Fırsatlarım ve kaynaklarım olursa, yeni bir şirket kurmak isterim.	1	5	4,37	0,83	2,57	-1,52
4. Girişimci olmak benim için büyük ölçüde tatmine yol açar.	1	5	4,38	0,75	1,42	-1,18
5. Çok çeşitli seçenekler arasından, girişimci olmayı tercih ederim.	1	5	4,34	0,82	1,26	-1,20

Tablo. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Sorularına İlişkin Temel İstatistikler

SORULAR	TEMEL İSTATİSTİKLER					
	MİN	MAK	ORT	SS	KURT	SKEW
1. Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	1	5	3,82	1,06	0,10	-0,79
2. Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	1	5	4,08	0,95	0,61	-0,96
3. Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı gösterdim.	1	5	4,32	0,81	2,34	-1,35
4. Bir iş kurma konusunda kararlıyım.	1	5	4,38	0,71	1,20	-1,05
5. Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşündüm.	1	5	4,49	0,72	3,70	-1,66
6. Kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim vardı.	1	5	4,39	0,83	2,16	-1,50