

GİRİŞİMCİLİK VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Sezer KORKMAZ

(Gazi Üniversitesi, Ticaret Turizm Eğitimi Fakültesi, Beşevler/ANKARA)

Özet:

Bu çalışmanın temel amacı, üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemektir. Girişimcilik kavramı, işletmecilikte risk alma, yaratıcı olma ve yenilik yapma gibi kavramlarla birlikte açıklanır. Bu düşünceden yola çıkılarak bu çalışmada, geleceğin girişimcileri olarak karşımıza çıkacak olan potansiyel işletme bölümü son sınıf öğrencileri ele alınarak, bunların girişimcilik ve girişimcilik kavramının tamamlayıcı parçaları olan yenilik, yaratıcılık, risk alma konusundaki görüşleri ve özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda Ankara ilinde eğitim hizmetlerini sürdüren altı üniversitenin İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü son sınıfında okuyan 358 öğrenciye, girişimci profil ve eğilimlerini saptamaya yönelik soruları içeren anket çalışması yapılmıştır. Araştırma kitlesi olarak İşletme Bölümü öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, bu bölümün temel kuruluş amacının, girişimci yetiştirme olmasından kaynaklanmaktadır. Anket formunun hazırlanmasında Herrman Brain Dominance Kişilik Analizi formundan yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular Spss paket programında ki-kare analizi yapılarak yorumlanmaya çalışılmıştır. İstatistiksel analiz sonuçlarına göre, gençlerin, yaratıcı ve orijinal tanınmaktansa, kontrollü, mantıklı ve güvenilir kişiler olarak tanınmayı tercih ettikleri görülmüştür. Gençler, zamanın iyi planlanması ve organize edilmesi gerektiğini, problem çözümünde adım, adım ilerleme metodunu benimsediklerini

Anahtar Sözcükler: yenilik; yaratıcılık; girişimcilik; yönetici; girişimci yönetici

Keywords: Innovation; creativity; entrepreneurship; management; management entrepreneur.)

belirtmişlerdir. Buna karşın yaratıcı kişiliğin parçaları olan en önemli fikirlerim bir şey yapmadığım zaman ortaya çıkmıştır ve bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi isterim alternatifleri konusunda kararsız kalmışlardır. Ayrıca, katılımcı bayan öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha duyarlı, duygusal, sentezci ve iletişime açık oldukları; erkek öğrencilerin ise bayan öğrencilere göre daha muhafazakar, analitik, kontrollü ve tasarımcı oldukları görülmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda gençlerin, yeniliklere açık, belirli ölçüde riske katlanabilen kişiler oldukları buna karşın yaratıcılığın öğeleri olan hayal kurma, sezgilere güvenme ve orijinal olma gibi konularda çekingen kaldıkları görülmektedir.

Abstract:

Enterprise And A Research Upon University Students With Regards To Their Enterprising Capabilities

The main purpose of this research is to be able to determine the enterprising capabilities of the students. The concept of enterprise is defined along with the other concepts like taking risk on the management process, being creative and innovative. On the basis of this thinking, senior "Management" students who will probably act as the entrepreneurs of the future have been taken into consideration and their approach upon the issues of innovation, creativity and risk taking that are the complementary elements of the enterprising concept have been aimed to be clarified. For this purpose, a questionnaire was presented to 358 senior students who had been attending the Faculty of Economical and Administrative Sciences at six different universities in Ankara so as to determine their enterprising profiles and tendencies. The reason why these specific students were chosen was the main purpose of the foundation of these university departments was to train the future entrepreneurs. On the preparation process of the questionnaire Herrman Brain Dominance Personality Analysis was referred. The obtained data was tried to be evaluated per k- square Analysis that is available in the software program named SPSS. According to the results of the statistical analysis, it seems that young people prefer to be defined as self-controlled, reasonable and reliable personalities rather than being creative and original ones. They emphasised that the timing should be well planned and carried out properly and also step-by-step improvement method should be used in the process of problem solving. On the other hand, these participants were hesitant for choosing the best alternative as to whether "best ideas emerge at the times when one does nothing" or "one should spend all the day with meditation". Additionally, it seems that female student participants seem more sensitive, sensational, synthesist and communicative while male students are more conservative, analytical, self-controlled and planner. Given the obtain data, it proves that these young people are open to innovations, they can take risk to a certain extent though they are

generally hesitant on the issues of imagination, relying on the senses and being original.

1. Giriş

Günümüzde insan yaşamının kalitesini artırmaya yönelik bütün alanlarda önemli bir dinamik öge olarak karşımıza girişimcilik ve buna bağlı olarak yenilik ve yaratıcılık kavramları çıkmaktadır. Girişimci ve girişimcilik kavramı sosyal bilimlerin tüm alanlarında kalkınma ve gelişmeyi sağlayan bir güç olarak görülmektedir. Köken olarak Latince intare kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce'de enter-giriş ve pre-ilk, entrepre-neur ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir (Ertübey 1993:223). Günümüz dünyasında gözlenen bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, üretim sistemini köklü bir biçimde değiştirmiş bulunmaktadır. Bilim ve teknoloji alanlarındaki nitelik değişimi, toplumsal ilişkileri belirleyen kurumları da değiştirmektedir. Bu anlamda girişimcilik kavramı da değişmiştir. Genel bir tanımlamayla girişimci, çevresine bakmasını ve ihtiyaçları görmesini bilen, bu ihtiyaçları bir iş fikrine çevirebilen, iş yapabilmek için gerekli kaynakları bir araya getirmesini becerebilen, risk alabilen, yaratıcı düşünebilen, yeniliklere açık kişi olarak tanımlanmaktadır (Titiz 1994:15). Girişimciyi diğer insanlardan ayıran temel özellikler, kaynaklar hakkında öngöründe bulunmak, yapılacak olan işi planlamak, gerekli olan insan gücü kaynaklarını sağlayıp, bunları bir organizasyon içinde bulunmaya razı etmek, girdiler sağlamak, girdileri işleyerek tekrar tüketicilerin kullanımına sunma becerisini kârlılık sağlayarak göstermektir. Görüleceği üzere girişimci, mevcut ya da potansiyel işgücü, sermaye ve diğer girdileri üretim sürecine sokarak; gerçekleştirdiği mal ve hizmet üretimiyle sonuçta toplumsal refahı artıran kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (TÜSİAD 1987:2). Ekonomik ve sosyal gelişmelerin gerçekleşmesinde önemli bir güç olarak karşımıza çıkan girişimci ile ilgili bazı istatistiksel verileri incelediğimizde; 1997 işgücü istatistiklerinde, meslek grupları bazında istihdam edilen girişimci, direktör ve üst kademe yönetici sayısının 532.000 olduğu görülmektedir. 1991 yılında ise bu sayı 322.000'dir (DİE Türkiye Ekonomisi İstatistik ve Yorumlar Mayıs-Haziran 1998:147). Görüleceği üzere son yedi yılda girişimci, direktör ve üst kademe yöneticilerinin sayısında %65'lik bir artış meydana gelmiştir. Kurulan şirket türü açısından durum incelendiğinde 1990 yılında kurulan kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatiflerin sayılarının 18.699 olduğu, 1996 yılında ise bu sayının 55.303 olduğu görülmektedir (DİE Türkiye İstatistik Yıllığı 1997:489). Görüleceği üzere son altı yılda yeni kurulan işyeri açısından %195'lik bir artış meydana gelmiştir. Son yıllarda Türkiye ekonomisinde yaşanan yapısal değişiklikler her alana etkisini yansıtmış ve dolayısıyla hem girişimci hem de kurulan işyeri açısından olumlu bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Bu olumlu gelişmelerin devamı için geleceğin dünyasını

şekillendirecek olan iş alanlarının şimdiden tespit edilip, girişimcilerin bu doğrultuda yetiştirilmeleri ve motive edilmeleri bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. Girişimciliğin Tanımı ve Öğeleri

Girişimcilikle ilgili pek çok tanımı incelediğimizde, kavramın yenilik ve yaratıcılık kavramlarını da içerecek şekilde tanımlandığı saptanmıştır. Modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticilerinin girişimcilik kavramını yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma , yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla ifade ettikleri görülmektedir (Stevenson, Gumpert 1991:71). Girişimciliğin bir diğer popüler tanımı, risk sermayesi yolu ile bir işe başlamak ve bu işi sürdürmektir. Çok yaygın olmasa da yeni girişimcilik olarak kullanılan "Venture Capital" aslında risk sermayesi olarak Türkçe'ye çevrilmektedir. Sermaye piyasasına kayıtlı olmayıp büyüme potansiyeli olan firmalar için rizikolu yatırımların provizyonunun sağlanması olarak tanımlanan risk sermayesi, girişimciler için desteği oldukça geniş kapsamlı olan finansal aktiviteler olarak karşımıza çıkmaktadır (TÜSİAD 1987: 24). Girişimcinin pazar ekonomisindeki işlevi, emek, sermaye, doğal kaynak ve hammaddeyi, kendi bilgi ve yetenekleri ile birlikte bir araya getirerek üretim ve dağıtım süreçlerini gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu süreçleri gerçekleştirecek olan girişimci ekonomik yaşamda risk üstlenen kişidir. Bu yüzden girişimci, riskini en aza indirmek, başarısının ödülü olan kârını ve verimliliğini en yüksek kılabilmek için belli bir bilgi yüküyle donanmış, yaratıcı, yeniliklere açık aynı zamanda kararlarında akılcı olmak zorunda olan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. O halde girişimci, yeniliğin başlangıç noktası olan yaratıcı olma, yeni örgütlenme biçimlerini ve teknolojileri uygulama, yeni pazarlara yönelme, yeni malları piyasa sürme, sermayeyi harekete geçirme, üretim ve ticari ilişkilerde akıcılığı sağlama gibi zor görevleri yerine getirmeye çalışan kişidir. Bu tanımlamalardan da görüleceği üzere girişimcilik kavramının temel öğeleri olarak karşımıza yaratıcı olma ve yenilik yapma kavramları çıkmaktadır.

Yaratıcılık kısaca; yeni ve geçerli fikirlerin yaratılmasıyla sonuçlanan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Budak ve Budak 1995:51). Yaratıcılık süreci, zaman içinde süreleri olaydan olaya, bireyden bireye farklılaşabilen beş aşamadan geçmektedir. Yaratıcılık sürecinin ilk aşaması bilgi toplama aşamasıdır. Bu aşamada sorularla cevaplar iç içedir. Tek bir sorun belli sayıda mantıksal, rasyonel, pragmatik, ekonomik olabilen ve geçerli koşulları içeren çözümlere sahip olabilir. Araştırmacının bilgi yığına çabası içerisinde olduğu bu ilk aşama bazen çok uzun sürebilir. İkinci aşama sorun ayıklama ve kuluçka

aşamasıdır. Kuluçka aşamasında araştırmacı dengesini kaybetmekte, sürekli imgeler ve fantaziler yaratmaktadır. Bu aşamada araştırmacının bilinç alanı iyice açılmış, zihinsel sınırlamalar gevşemiş ve daha özgür hale gelmiştir. Bu aşamanın en temel özelliği, ne mevcut olanlardan ne de araştırmacının kendinden doyum almamasıdır. Dolayısıyla, araştırmacının soru üzerinde çözüme yönelik olarak buluşa ulaşmaya çalıştığı bu aşamaya, kuluçka adı verilmektedir. Birinci ve ikinci aşamada sürekli gerilim içinde olan araştırmacı bir anda buluş ışığının zekasını aydınlattığını ve çözüme ulaştığını farkedebilir. Bu üçüncü aşamaya da yaratıcılık sürecinde aydınlanma aşaması denir. Bu aşama genellikle kısadır, buluş aniden şekillenir ve araştırmacı gerilimden kurtulur ve rahatlar. Dördüncü aşama aydınlığa kavuşan fikrin uygulanması aşamasıdır. Burada aydınlığa kavuşan fikrin uygulamasına geçilir. Buluş, deney ortamında kontrol edilebilir koşullar halinde ortaya konur. Deneme yanılmalarla mantıksal ve rasyonelleştirilmiş olarak tekrar tekrar ele alınır. Dördüncü aşama aynı zamanda eleştiri aşaması adını da alır. Bu aşama iki biçimde sonuçlanabilir. Aşamalardan ilki, uygulanabilir bir sonuca ulaşamadığından tekrar kuluçka aşamasına dönmek, diğeri ise buluşu uygulanabilir hale getirmektir (Budak ve Budak 1995:55). Yaratıcılık sürecinin son aşaması ise ortaya konulan buluşun denenmesi ve formüleştirelerek yaygınlaştırılmasıdır. Bu aşama ayrıca, buluşun yayılması, sosyalleşmesi aşaması olarak da kabul edilmektedir. Görüleceği üzere herhangi bir fikrin kabul edilebilir ve uygulanabilir olması da tek başına yeterli değildir. Bu fikrin toplum tarafından kabul görmesi de gerekmektedir. Yapılan buluşun yaygınlaştırılması aşamasında yenilik kavramının devreye girdiği görülmektedir. Çünkü, yenilik yaratıcılığın ticarileşmiş hali olarak kabul edilmektedir (Akat, Budak ve Budak 1994: 375). O halde girişimci faaliyeti, iki temel parçadan oluşmaktadır. Buluş ve yenilik. Yaratıcılık ve beyin fırtınaları sonucu ortaya çıkan yeni fikir ve ürünler buluş kavramı kapsamı içinde incelenirler. Kuşkusuz işletmelerde buluş konusunda da yenilik konusunda da kararı girişimci ya da girişimci kişiliğe sahip yöneticiler verecektir (Banfe 1991:4). Genellikle buluş bir bilimsel araştırma ürünü ise, girişimci bu son aşamada yaratıcılık sürecine girmekte, tersine uygulamalı araştırmalar sonucu ortaya çıkan buluşlarda girişimci, yaratıcılık sürecinin başlatıcısı olmaktadır (Akat, Budak ve Budak 1994:373). Dolayısıyla girişimci bu sürece hem risk alarak rekabet üstünlüğü sağlama açısından hem toplumsal gelişmeyi gerçekleştirme açısından katkı vermektedir. Burada şu noktayı belirtmekte yarar vardır; yalnızca yaratıcı yönlerini kullanan bireylerde, kârlılık olgusu çok fazla önem taşımamaktadır. Bu yüzden yaratıcı bireylerin davranışlarında girişimci bireylere nazaran daha fazla esnekliğe sahip oldukları söylenebilir (Akat, Budak ve Budak 19904:387).

3. Girişimci Bireylerin Özellikleri

Girişimci herşeyden önce bir insandır. Bu nedenle girişimciler, yaşadıkları sosyo-ekonomik ortamın ürünüdürler. Her ne kadar girişimciliğin, insanın bireysel yetenekleri ve eğitimiyle ilgisi varsa da tek başına bu iki unsur yeterli değildir. Bunların dışında bireyin içinde bulunduğu örgüt kùltürü ve çevresel faktörler girişimcinin davranışlarını ve kararlarını etkiler. Bu faktörler Tablo 1’de görüldüğu gibi sıralanabilir (Birley 1993:9).

Tablo 1:
Girişimciliği şekillendiren Etmenler

Geçmişten Gelen Etmenler
1. Genetik Faktörler
2. Aile
3. Eğitim
4. Deneyim
Örgüt Yapısı
1. Coğrafik Konum
2. Kazanılan Bilgi, Deneyim ve Beceriler
3. İş Arkadaşları İle İlişkiler
4. Motivasyon
Çevresel Faktörler
1. Ekonomik Koşullar
2. Risk Sermayesinin Sağlanabilirliği
3. Girişimcilik Örnekleri
4. Danışmanlık Hizmetlerinden Yararlanabilme
5. Tüketicilerin Kazanabilirliği, İnsan Gücü ve Hizmet Desteğinin Sağlanması

Kaynak: (Birley 1993: 9-15)

Girişimcilik, yenilik ve yaratıcılık kavramları ile ilgili yapılan çeşitli araştırmalar, girişimcilerin özelliklerini ve örgüt içinde üstlendikleri rolleri belirtmektedir. Girişimcilerin başarısı bu farklı rolleri uyumlaştırma ve aynı anda üstlenebilmelerine bağlıdır. Girişimciler aynı zamanda iyi bir yönetici de olmak zorundadırlar. Girişimci becerilerinin işletmelerin başarısı üzerindeki etkileri inkar edilemeyeceğine göre, örgüt yönetim tarzlarının da girişimciliği teşvik edecek şekilde dizayn edilmesi gerekmektedir. Yenilikçi, öncü, risk alma yoluyla pazarı ve kendisini sürekli olarak geliştiren yöneticilere ve bu yöneticilerin liderliğinde oluşturulmuş ve dizayn edilmiş olan örgüt kùltürüne sahip işletmelerde girişimci yönetim tarzından bahsetmek mümkündür (Dikmen ve diğerleri, 1997:85). Bireylerin girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik araştırmalar, girişimcilik eğiliminde olan ve olmayan birey ve meslek gruplarını

belirlemeye çalışmıştır. Tablo 2'de girişimcilik eğilimi olan ve olmayan bazı meslek grupları ve bunların özellikleri gösterilmiştir (Robinson 1990:13).

Tablo 2:
Girişimci Olan ve Olmayanların Eğilimleri

İşçiler Bürokratlar Finansörler Uzm. Yöneticiler	Taklitçi Girişim	Fırsatçı Girişim	Risk Ser.	Yenilikçi Gir.	Buluş Yapanlar
GİRİŞİMCİ OLMAYANLAR	GİRİŞİMCİLER				
Bağımlıdırlar	Bağımsızdırlar				
Elindekilerle Yetinirler	Refahı ve Bolluğu Arzularlar				
Fırsatları Değerlendirmezler	Fırsatları Kollarlar				
Yenilikçi Değildirler	Yenilikçidirler				
Şansa Güvenmezler	Şanslarına Güvenirler				
Risk Almaktan Kaçınırlar	Risk Üstlenirler				
Analitiktirler	Sezgilerine Güvenirler				

Kaynak: (Robinson 1990: 13)

Yukarıdaki tabloda girişimcilik eğilimi soldan sağa doğru gittikçe artmaktadır. Tablodan da görüleceği gibi girişimcilik eğilimi olmayan meslek gruplarının başında işçiler ve bürokratlar gelmekte bunu ödünç para verenler veya finansörler ve belirli bir konuda uzmanlaşmış olan profesyoneller ve yöneticiler takip etmektedir. Görüldüğü gibi bu grup içinde özellikle yöneticilerin girişimciliğe eğilimleri diğer meslek gruplarına nazaran daha yüksektir. Çünkü eğilim çapına en yakın olan meslek grubu yöneticiliktir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan grup ise taklitçi girişimci, fırsatçı girişimci, risk sermayedarları, yenilikçi girişimci ve buluş yapanlar şeklinde sıralanmıştır. Görüleceği üzere girişimcilik eğilimi en yüksek olan yenilikçi ve buluşçular veya yaratıcılar yalnızca yeni fikirleri kullanmakla yetinmemekte, yeni fikirler bulma ve geliştirme konusunda da çaba sarfetmektedirler. Ayrıca risk üstlenme, şanslarını deneme konusunda daha fazla cesaret gösterme, sezgilerine güvenme, fırsatları kollama, bağımsız hareket etmeyi isteme gibi özelliklere de sahiptirler. Görüleceği üzere girişimci geleceğe yönelmiş, giriştiği ekonomik faaliyetlerden doğabilecek sonuçları önceden hesaplayan ve bunları üstlenmekten çekinmeyen, iktisadi faaliyetlere dinamiklik kazandıran kişidir. Bu doğrultuda girişimci insan gücü nitelikleri ne olmalıdır? sorusuna da cevap aramak gerekmektedir.

4. Araştırmanın Amacı, Yöntemi, Evreni ve Uygulanan Örneklem

Yapmış olduğumuz araştırmanın amacı, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü son sınıfında okuyan üniversite gençliğinin girişimcilik, yaratıcılık ve yenilik kavramları çerçevesinde kendilerini nasıl tanımladıklarını belirlemek ve girişimcilik eğilimlerini saptamaktır. Araştırma kitlesi olarak İşletme bölümü öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, işletme eğitiminin öncelikli amacının pazar koşullarına uygun girişimci yöneticiler yetiştirmek olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca verilen eğitim baz alınarak nispeten homojen bir kitleye ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırma birincil el verilere dayandırılmış ve bu amaçla Ankara'da bulunan altı Üniversitenin İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü son sınıf öğrencilerine anket uygulanmıştır. Anket formunun hazırlanmasında araştırma amacına uygunluk ve kolay anlaşılabilir olması gözönünde bulundurulmuştur. İki bölümden oluşan anket formunun, birinci bölümünde kişisel bilgilere, ikinci bölümünde ise gençlerin girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik sorulara yer verilmiştir. Bu soruların hazırlanmasında Interconsult Yönetim Danışmanlığı şirketinin Türkçeye çevirdiği Herrmann Brain Dominanca Instrument-Herrmann Beyin Baskınlık Analizi formundan yararlanılmıştır (Power, Nisan 1997 Eki). 1995 yılında Amerika'da İnsan Kaynakları konusunda yılın adamı seçilen Ned Herrmann tarafından geliştirilen Herrmann Beyin Baskınlık Analizi 1986 yılından beri öğrencilerin, eğitimcilerin ve her kademedeki yöneticilerin kişisel tercih, düşünce, davranış tarzları ve başarı potansiyellerini tanıyabilmeleri için etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Kişilerin üniversite tercihleri, meslek seçimi, sahip olunan işte veya meslekte her türlü yönetim kademesinde başarılı olma yollarını, kişisel bazda ortaya çıkaran bu analiz, doğruluk derecesi ve geçerliliği yüksek kişisel analiz metodlarından biri olarak kabul edilmektedir ([Http://www.herrmann.com.au/hbdiadv.html](http://www.herrmann.com.au/hbdiadv.html)). Kullanılan bu analizde soru sayısı toplam 120 tanedir. Araştırmamızda ise bu soruların yalnızca 30 tanesinden yararlanılmıştır. Literatürde Herrmann Beyin Baskınlık analizi kullanılarak yapılmış pek çok çalışma mevcuttur.¹ Bununla birlikte, anketin hatalı hazırlanmasından ya da uygulanmasından kaynaklanabilecek geçersizlikleri önlemek için araştırma kapsamına alınacak öğrencilere uygulanacak anket formu, öncelikle küçük bir örnek üzerinde denenmiş, anlaşılmasında güçlük çekilen veya değiştirilmesi gereken sorular saptanmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bu yolla anket formunun yanlış anlaşılmasından kaynaklanabilecek sistematik hata mümkün olan en az seviyeye indirgenmeye çalışılmıştır. Herrmann Beyin Baskınlık analizinde alınan ve araştırmamızda kullanılan soruların güvenilirlik derecesi (Chronbach α) % 94.3'dür. Bu durumda 30 soru için elde edilen güvenilirlik derecesinin tatmin edici düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamına alınan katılımcıların araştırmaya dahil edildiklerini bilmelerini önlemenin, yüz yüze anket yönteminde imkanı yoktur. Bu nedenle oluşabilecek olumsuz etki, anket uygulaması süresinde yapılan görüşmelerle, rahat bir ortam sağlanmaya çalışılarak bir ölçüde giderilmeye çalışılmıştır.

Araştırmamızda tesadüfi olmayan örnekleme kullanılmış ve Ankara il sınırları içinde, altı büyük üniversitenin son sınıf öğrencilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu yüzden seçim etkisinden kaynaklanabilecek geçersizliğin en aza indirildiği söylenebilir. Araştırmanın evrenini; 1997-98 öğretim yılı kapsamı içinde Ankara ilinde eğitim veren altı Üniversitenin (Ankara Üniversitesi, Başkent Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi), İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme bölümü son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Okullardan temin edilen öğrenci listeleri doğrultusunda 400 tane son sınıf öğrencisi tesbit edilmiş ve bunların tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak öğrenci devamsızlıkları ve geçersiz anketler yüzünden değerlendirmeye 358 anket alınmıştır.

Araştırmamıza katılan gençlere ait demografik bulgular Tablo 3'de gösterilmiştir.

Araştırmamıza katılan öğrencilerin %51.7'si bayan, %48.3'ü erkektir. Öğrencilerin %72.1'i 22-26 yaş grubu arasında yer almaktadır. Öğrencilerin %67.6'sının ailesi toplam aylık gelir açısından yüksek gelir grubu içine girmektedir. Gençlerin %63.4'nün kendilerine ait gelirleri yoktur. Ancak %13.4'lük bir öğrenci grubu çalıştıklarını ve kendilerine ait gelirin olduğunu söylemişlerdir. Gençlerin %56.1'nin babası, %28'inde annesi üniversite ve yüksek lisans eğitimi görmüşlerdir. Deneklerin büyük bir çoğunluğu günlük gazete okumaktadır (%55). Ayrıca %39.1 oranında denek grubu periyodik olarak dergileri takip ettikleri belirtmişlerdir.

Gençler çevrede gelişen olay ve haberleri takip ederken birinci sırada televizyonu (%69.8), ikinci sırada gazeteyi (%59.5) ve üçüncü sırada dergileri (%45.5) tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Araştırmamızda denek grubunu oluşturan gençlerin, çevreleri ile ilgili, gelir seviyeleri düşük olmayan ve genelde eğitilmiş aile yapısına sahip oldukları görülmektedir. Ailenin eğitim seviyesi ve alt kültür yapısı çevre ile birlikte girişimciliği teşvik eden faktörler olarak karşımıza çıktığı için önemlidir.

Tablo 3:
Örneklemin Kişisel Özellikleri

Kişisel özellikler	f	%
1. Cinsiyet		
Kadın	185	51.7
Erkek	173	48.3
2. Yaş		
17-21	100	27.9
22-26	258	72.1
3. Aile Top. Gelir		
Düşük	11	3.1
Orta	90	25.1
Yüksek	242	67.6
Cevapsız	15	4.2
4. Kendi Geliri		
Hayır	227	63.4
Evet(Burs)	83	23.2
Evet(Çalışıyor)	48	13.4
5. Baba Eğitimi		
İlkokul	57	15.9
Ortaokul	30	8.4
Lise	70	19.6
Üniversite	173	48.3
Yüksek Lisans	28	7.8
6. Anne Eğitimi		
İlkokul	94	26.3
Ortaokul	29	8.1
Lise	135	37.7
Üniversite	86	24.0
Yüksek Lisans	14	4.0
7. Günlük Gazete		
Evet	197	55.0
Hayır	14	3.9
Bazen	147	41.1
8. Periyodik Der.		
Evet	140	39.1
Hayır	74	20.7
Bazen	144	40.2
TOPLAM	358	100.0

5. Araştırmanın Bulguları

Yapılan araştırmada gençlerin, %49.2'si işletme bölümünü, kendilerine arzuladıkları para, prestij ve statüyü sağlayacağı için, %35.2'si ise geleceklelerini

daha çok bağımsız çalışmada gördükleri için seçtiklerini belirtmişlerdir. Görüleceği üzere gençlerin bağımsız çalışma ve girişimci olma istekleri ikinci sırada yer almaktadır. Araştırmamıza katılan deneklerin %8.7'si tesadüfen %7.0'si ise aile işini sürdürebilmek amacı ile bu bölümü tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bilindiği gibi kişilerin amaçlarını ve başarı potansiyellerini belirlemede kendilerini tanımaları ve kişisel profillerini çizebilmeleri son derece önemlidir. Bireyler, amaçlarını net bir şekilde belirleyip bilinçli bir tercihle kişilik yapılarına uygun mesleklere yönelirlerse, başarı ve iş tatmini yüksek olacaktır. Araştırmamızda örneklem kitlemize, kişisel özellikleri ortaya çıkarmaya yönelik terim çiftleri verilmiş ve deneklerden kendilerini en iyi tanımlayan terimi işaretlemeleri istenmiştir. Sonuçlar Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4:
Kişiliği Belirleyici Terim Çiftlerinin Dağılımı

Muhafazakar	% 16.2	Duyarlı	% 80.4
Analitik	% 34.1	Yapıcı,Sentezci	% 61.2
Planlamacı	% 48.9	Problem çözücü	% 48.3
Kontrollü	% 54.5	Yaratıcı	% 42.5
Düşünen	% 64.8	Hissi	% 31.8
Detaycı	% 54.2	Bütünsel	% 41.9
Fikir üreten	% 69.6	Fikir deneyen	% 26
Geniş görüşlü	% 63.1	İş bitirici	% 32.1
Orijinal	% 14	Güvenilir	% 81
Yaratıcı	% 26.8	Mantıklı	% 69.6
İletişimci	% 63.4	Tasarımcı	% 30.2
İnsanlarla iliş.	% 66.2	Organizatör	% 30.4
Katı düşünceli	% 26.3	Mecazi düşünceli	% 66.5

Gençler kendilerini duyarlı, sentezci, planlamacı, kontrollü, düşünen, detaycı, fikir üreten, geniş görüşlü, güvenilir, mantıklı, iletişimci, insanlarla ilişkili ve mecazi düşünceli kişiler olarak tanımlamışlardır. Gençler yaratıcı ve orijinal olmaktansa kontrollü, mantıklı güvenilir kişiler olarak tanınmayı tercih etmektedirler. Girişimciliğin parçası olan yaratıcılık kavramı pek fazla önemsenmemektedir. Bunun nedeni baskıcı kültür yapımız ve ezberci eğitim sistemimiz olabilir. Buna karşın gençler yenilikçidirler. Çünkü kendilerini fikir üreten, düşünen, geniş görüşlü ve sentezci kişiler olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Terim çiftleriyle cinsiyet bağımsız değişkeni arasında ilişki olup olmadığı $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde ki-kare ile test edilmiş ve bazı terim çiftlerinde ilişki olduğu görülmüştür. Bayanların erkeklere nazaran daha fazla duyarlı (SD:1 X^2 :18,296), duygusal (SD:1 X^2 :5,518), sentezci (SD:1 X^2 :14,842) ve iletişime yönelik (SD:1 X^2 :11,155) oldukları, erkek öğrencilerin de bayanlardan daha fazla muhafazakar (SD:1 X^2 :18,296), analitik (SD:1

$X^2:14,842$), kontrollü (SD:1 $X^2:5,518$) ve tasarımcı (SD:1 $X^2:11.155$) oldukları tespit edilmiştir. Bayanlar erkek öğrencilere nazaran daha dışa dönük ve esnek, erkekler ise, biraz daha teknik ve içe dönük bir kişilik profili oluşturmuşlardır. Cinsiyet değişkeni ile kontrollü/yaratıcı terim çifti arasındaki ilişki ki-kare ile test edilmiş ve bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Geleceğin girişimci ve yöneticilerini oluşturacak örneklem grubumuzdaki gençlerin yaratıcılık konusunun öneminin pek farkında olmadıkları ve kendilerini yaratıcı olarak tanımlamadıkları görülmektedir.

Araştırmamızda katılımcılara terim çiftleri dışında, girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik bir takım yargıları içeren cümleler de verilmiş ve eğilimlerin bireysel / göreceli değerlemelerle ölçülmesi gerektiği düşüncesinden hareketle beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır (Power, Nisan 1997 Eki). Cevapların dağılımları Tablo 5’de verilmektedir.

Tablo 5:
Gençlerin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Alternetiflere
Verdikleri Yanıtların Dağılımı*

	Kesinlikle Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsız	Katılıyor	Kesinlikle Katılıyor	X
Problem çözümünde adım adım ilerleme metodunu tercih ederim	4 1.1	22 6.1	23 6.4	197 55	112 31.3	1.907
Belirsizlikten hoşlanmam	25 7.0	98 27.4	59 16.5	99 27.7	77 21.5	2.706
Zaman iyi planlanmalı ve organize edilmelidir.	4 1.1	8 2.2	32 8.9	143 39.9	171 47.8	1.689
Kanunlara kesinlikle uyulmalıdır.	24 6.7	46 12.8	82 22.9	124 34.6	82 22.9	2.458
Grup halinde çalışmayı severim.	22 6.1	60 16.8	66 18.4	131 36.6	79 22.1	2.483
Kendimden çok başkaları ile rekabet ederim	48 13.4	118 33.0	65 18.2	96 26.8	31 8.7	3.156
Yargıya varırken ilk intiba ve hislerime güvenirim	24 6.7	118 33.0	77 21.5	105 29.3	34 9.5	2.980
En önemli fikirlerim bir şey yapmadığım zaman ortaya çıkmıştır	37 10.3	129 36.0	95 26.5	69 19.3	28 7.8	3.217
Bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi çok arzu ederim.	34 9.5	133 37.2	73 20.4	78 21.8	40 11.2	3.120
Hayalperest olarak değil, güvenilir bir insan olarak tanınmak isterim	19 5.3	53 14.8	73 20.4	119 33.2	94 26.3	2.396
Alışılmamış fikir ve cesur tasarımlar beni heyecanlandırır.	6 1.7	19 5.3	58 16.2	165 46.1	110 30.7	2.011
Bazen kural dışı hareket etmek bana eğlenceli gelir.	9 2.5	46 12.8	47 13.1	169 47.2	87 24.3	2.220
Talimatların uygulanmasında çok seçeneklileri tercih ederim	11 3.1	35 9.8	55 15.4	169 47.2	88 24.6	2.195
Kendilerinden emin insanlardan hoşlanırım	13 3.6	59 16.5	57 15.9	139 38.8	90 25.1	2.346
Sorunlarımın çözümünü önceden görürüm	8 2.2	45 12.6	97 27.1	164 45.8	44 12.3	2.466
Hayal kurma sorunlarımın çözümünde bana yardımcıdır.	26 7.3	69 19.3	76 21.2	125 34.9	62 17.3	2.642
Hislerime ve sezgilerime güvenirim	20 5.6	98 27.4	103 28.8	104 29.1	33 9.2	2.910

*1. sıra nümerik, 2. sıra yüzde değer

Cevaplara genel olarak baktığımızda; gençlerin, problem çözümünde adım adım ilerleme metodunu tercih ettiklerini (\bar{X} :1,907), zamanın iyi planlanması ve organize edilmesinden yana oldukları (\bar{X} :1,689) görülmektedir. Bunun yanı sıra gençler, belirsizliklerden hoşlanmadıklarını (\bar{X} :2,706) , kendilerine güvenen insanlardan hoşlandıklarını (\bar{X} :2,346), hayalperest olarak değil, güvenilir bir insan olarak tanınmayı tercih ettiklerini (\bar{X} :2,396), grup halinde çalışmayı sevdiğini (\bar{X} :2,483), alışılmamış fikir ve cesur tasarımlar karşısında heyecanlandıklarını (\bar{X} :2,011), kanunlara itaat etmekten yana olmakla birlikte (\bar{X} :2,458), zaman zaman kuralların dışında hareket etmeyi eğlenceli bulduklarını (\bar{X} :2,220), talimatların uygulanmasında çok seçenekli talimatları tercih ettiklerini (\bar{X} :2,195) ve sorunların çözümünü önceden görebildiklerini/ söylemişlerdir (\bar{X} :2,466). Bunlara karşın, katılımcıların, hayal kurma sorunların çözümünde bana yardımcıdır (\bar{X} :2,642) ve problem çözümünde hislerime ve sezgilerime güvenirim (\bar{X} :2,910) alternatifleri konusunda daha kararsız bir tutum sergiledikleri söylenebilir. Ayrıca, kendimden çok başkaları ile rekabet ederim (\bar{X} :3,156), en önemli fikirlerim bir şey yapmadığım zaman ortaya çıkmıştır (\bar{X} :3,127) ve bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi çok arzu ederim (\bar{X} :3,120) alternatiflerin de kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, gençlerin sezgilerine çok fazla güvenmedikleri, risk almaktan ve hayal kurmaktan pek fazla hoşlanmadıkları söylenebilir. Her ne kadar gençler, alışılmamış fikir ve cesur tasarımlar karşısında heyecanlansalar da güvenilir bir insan olarak tanınmak istemekte ve bağımsız çalışmaktan çok grup halinde çalışmayı tercih ettiklerini belirtmektedirler. Bu sonuçlar doğrultusunda gençlerin girişimcilik eğilimlerini, vermiş olduğumuz Tablo 2'de konumlayacak olursak, daha çok yöneticiler ve taklitçi girişimciler arasında yer alabileceklerini söyleyebiliriz. Sonuç olarak araştırmamıza katılan gençler, Tablo 4'de de görüldüğü gibi kendilerini fikir üreten kişiler olarak tanımlayıp, yenilikler karşısında heyecanlansalar da hayal kurma ve güçlü sezgilere sahip olma gibi yaratıcılığı destekleyen kavramlara pek fazla itibar etmemektedirler. Bu doğrultuda gençlerin aldıkları eğitime paralel olarak girişimci kişiliklerinin farkında oldukları ancak, girişimci gücün bir parçası olan yaratıcı yönlerini dikkate almadıkları görülmektedir. O halde girişimci potansiyele sahip kitlenin yaratıcılık konusundaki eksikliklerinin giderilmesinin tartışılması bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar yaratıcılık eğitiminin maliyetli olduğu araştırmalar sonucu ortaya konulmuşsa da, sağlayacağı avantajlar düşünülüp, eğitim kurumları ve işletmelerin bu konuda çaba sarfetmeleri yararlı olacaktır.

6. Sonuç

Bu çalışmada geleceğin potansiyel girişimcileri olarak karşımıza çıkacak olan işletme bölümü son sınıf öğrencileri ele alınmış ve bunların girişimcilik ve girişimciliğin öğeleri olan yaratıcı olma ve yenilik yapma kavramları açısından kendilerini nasıl tanımladıkları ampirik olarak araştırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur:

Katılımcı gençler, kişilik yapısı olarak kendilerini kontrollü, duyarlı, sentezci, planlamacı, detaycı, fikir üreten, geniş görüşlü, iletişime açık dolayısıyla insana dönük ve mecazi düşünceli olarak tanımlamışlardır. Gençler, yaratıcı ve orijinal olarak değil güvenilir ve mantıklı kişiler olarak tanınmak istediklerini belirtmişlerdir. Yapılan ki-kare analizi sonucu cinsiyet bazında yukarıda belirtilen bu özelliklerin farklılık gösterdiği görülmektedir. Bayan öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha duyarlı (sd:1 x^2 :18,296), duygusal (sd:1 x^2 :5,518), sentezci (sd:1 x^2 :14,842) ve iletişime açık (sd:1 x^2 :11,155), erkek öğrencilerin ise bayanlara göre daha fazla muhafazakar (sd:1 x^2 :18,296), analitik (sd:1 x^2 :14,842), kontrollü (sd:1 x^2 :5,518) ve tasarımcı (sd:1 x^2 :11,155) oldukları görülmektedir. Tıbbi araştırmalar, beynin her iki yarı küresinin simetrik olma eğilimine rağmen, birbirinden farklı işlevlere sahip olduğunu göstermiştir (Power 1997: 3). Ned Hermann'ın bütünsel beyin teknolojisine göre profesyonel mesleklerin dağılımı da beynin iki yarım küresine göre farklılık göstermektedir. Beynin sol tarafı daha çok işleri birbiri ardına halledecek şekilde çalışmaktadır. Aynı zamanda beynin sol tarafı mantıklı, analitik, organize ve idari düşünce tarzlarına sahiptir. Sol üst ve sol alt şeklinde iki bölüme ayrılan sol yarım küre beynin matematiğe ve muhafazakar yaklaşımlara dayalı kısmıdır. Mühendislik gibi teknik ve iktisat gibi matematiksel ağırlıklı mesleklerin baskınlığını beynin sol üst bölgesinde, muhasebe, planlama ve kalite güvencesi gibi kontrollü ve detaycı özellikler taşıyan mesleklerin baskınlığını ise sol alt bölgede aramak gerekmektedir. Beynin sağ tarafı ise bir çok işi aynı anda halledebilme özelliğine sahiptir. Resimler ve örneklerle çalışır, duygusalığa ve insanlar arası ilişkilere önem verir. Sağ yarım küre beynin vizyoner ve sezgilere dayanan kısmıdır (Power 1997:3). Beynin sağ yarım küresi de sağ alt ve sağ üst şeklinde ikiye ayrılır. İnsan kaynakları ve müşteri hizmetleri gibi insanlararası ilişkilere ve iletişime dayalı mesleklerin baskınlığını beynin sağ alt bölgesinde, gelecek stratejileri ile ilgili vizyoner ve yaratıcı özellikler taşıyan mesleklerin ve sanatkarların baskınlığını ise sağ üst bölgesinde bulmak mümkündür (Power 1997: 3). Beynin bu şekilde yorumlanmasına paralel olarak elde ettiğimiz sonuçları yorumlayacak olursak, kız öğrencilerde beynin daha çok sağ alt bölgesinin baskın olduğu ve insanlar arası ilişkilere ve iletişime dayalı mesleklerde, erkek

öğrencilerde ise sol alt bölgenin baskın olduğu, kontrollü ve detaycı özellikler gösteren mesleklerde daha başarılı olacakları söylenebilir.

Girişimcilik özellikleri açısından, katılımcıların kişisel profillerini belirlemeye yönelik araştırmamızda, gençlerin problem çözümünde adım, adım ilerleme metodunu tercih ettikleri (\bar{X} :1,907), zamanın iyi planlanması ve organize edilmesinden yana oldukları (\bar{X} :1,689), hayalperest olarak değil, güvenilir bir insan olarak tanınmak (\bar{X} :2,396) istedikleri, buna karşın problem çözümünde hislerine ve sezgilerine güvenme (\bar{X} :2,910) ve hayal kurma (\bar{X} :2,642) konularında daha çok kararsız yakın bir durum sergiledikleri görülmektedir. Katılımcı gençlerin, en önemli fikirlerim bir şey yapmadığım zaman ortaya çıkmıştır (\bar{X} :3,127) ve bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi çok arzu ederim (\bar{X} :3,120) seçeneklerinde ise kararsız bir tavır izledikleri belirlenmiştir.

Bu sonuçlar doğrultusunda gençlerin daha çok kontrole ve güvene önem verdikleri, yeniliklere açık olmakla birlikte yaratıcılığın unsurları olan hislere ve sezgilere güvenme, hayal kurma, orijinal olma, duygusal olma ve kendi düşünceleri doğrultusunda beyin fırtınaları yapma konularında kararsız bir tablo sergiledikleri görülmektedir. Bu durumda, genç üniversitelilerin daha çok kendilerine verilen görevi yerine getiren yönetici ve taklitçi girişimci profili çizdikleri söylenebilir. (Bkz. Tablo 2).

Girişimci kişilerin sayıca fazla olduğu toplumlarda, girişim yaratma olasılığının arttığı ve buna bağlı olarak istihdam ve yeniliklerin de geliştiği gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda ülkemizde de olayları geniş açılardan yorumlayabilen, yaratıcılık yönleri gelişmiş, yeniliklere açık girişimcilere gereksinim vardır. Bu gereksinimin karşılanabilmesi için hem eğitim kurumlarına hem de işletmelere büyük görevler düşmektedir.

Kaynakça:

- AKAT, İlker, BUDAK, Gönül ve BUDAK, Gülay, 1994, *İşletme Yönetimi*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- BANFE, Charles, 1991, *Entrepreneur: From Zero To Hero*, Published by Van Nostrand Reinhold, New York.
- BERNHOF, O., Franklin, 1987, "Brain Dominance & Self Actualization", *Paper Presented at the Annual Convention of American Association for Counseling and Development*, New Orleans, LA, 24 sayfa.

- BIRLEY, S. "The Start-Up", Eds: P. Burns and J. Dewhurst, 1993, *Small Business and Entrepreneurship*, The Macmillan Press Ltd., London, ss.9.-31
- BUDAK, Gönül ve BUDAK, Gülay, Şubat 1995, *Capital Guide 13*, Cem Ofset, İstanbul.
- DİE., 1998, *Türkiye Ekonomisi İstatistik ve Yorumlar*, Mayıs-Haziran, Ankara.
- DİE., 1997, *Türkiye İstatistik Yıllığı*, Ankara.
- DİKMEN, Çiğdem, ZEHİR, Cemal, KİTAPÇI, Hakan, ALPKAN, Lütfihak, 1997, "Girişimci Yönetim Tarzının Astların Tatminine Etkisi", *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:2, Sayı: 26, İstanbul, Kasım, ss.83-99.
- ERTÜBEY, Özgen, Neşe, 1993 "Türkiye'de Kadın Girişimciliği:Mevcut Durum, Sorunlar ve Öneriler", Yayına Hazırlayan: N. Arat, *Türkiye'de Kadın Girişimcilik*, Türkiye Esnaf Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü (TES-AR) Yayınları, No:7, Ankara, ss.223-235.
- GOROVITZ, S., Elizabeth, 1980,86,88., "The Creative Brain II: A Revisit with Ned ", *Herrmann Training and Development Journal*, Vol:36, n.12, ss.74-77.
- [Http://www.herrmann.com.au/hbdiadv.html](http://www.herrmann.com.au/hbdiadv.html).
- NORRIS, J., Cynthia., 1986, "Administrative Brain Dominance", *Paper Presented at the Annual Convention of the American Association for Counseling and Development*, New Orleans, LA, 24 sayfa.
- POWER, 1997, Sayı 4, Nisan Eki.
- ROBINSON, DAVID, 1990, *The Naked Entrepreneur*, Logan Page. Great Britain.
- STEVENSON, Howard, GUMPERT, David, 1991, "The Heart of Entrepreneurship" *Entrepreneurship Creativity at Work*, Harvard Business Review paperback, ss.71-80.
- TİTİZ, Tınaz, 1994, *Girişimcilik*, İnkılap Kitabevi; İstanbul.
- TÜSİAD, 1987, *Türkiye'de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, Yayın No: TÜSİAD- T/87.10.103., İstanbul.

Dipnotlar:

¹ Aynı açıdan yaklaşan bazı çalışmalardan örnk. bkz. (Gorovitz 1980,1986,1988; Bernhoft 1987; Norris 1986)

