

Satış Temsilcilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Kuşak Farklılıklarına Göre İncelenmesi: Muğla İli Örneği*



DOI: 10.31006/gipad.513636

Bekir TUNCER**

Öz

Ülke ekonomisinin gelişim göstermesi ve de bu gelişimin sürekli kalabilmesi için girişimcilik büyük önem arz etmektedir. Başarılı girişimciyi diğer bireylerden ayıran unsur, girişimci kişilik özelliklerinin gelişmiş olması olarak düşünülmektedir. Literatürde girişimci kişilik özelliklerinin çoğunlukla; kendine güven, yenilik, başarıya ihtiyacı, kontrol odağı, risk almak ve belirsizliğe karşı tolerans olmak üzere 6 boyutta incelendiği görülmektedir. Satış temsilcileri, sahadaki gelişmeleri yerinden gözlemledikleri için, pazar koşullarına daha hakim oldukları aşıkardır. Bu sebeple girişimci olmaya daha yatkın oldukları düşünülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; satış temsilcilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kuşak farklılıklarına göre incelenmesidir. Muğla ilinde faaliyetlerini sürdüren toptancı işletmelerin satış elemanlarına çevrimiçi anket gönderilmiş olup 144 kişiden veri elde edilmiştir. Elde edilen verilere One Way Anova Analizi ile hipotez testi yapılmıştır. Analiz sonrasında, Y kuşağının 30 yaş altı temsilcileri (Y1) ile 30 yaş üstü temsilcileri (Y2) ve X kuşağı arasında belirsizliğe karşı toleranslarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, girişimci kişilik, girişimcilikte kuşak farkı

A Study of Entrepreneur Personality Characteristics of Sales Representatives According to Generation Differences: The Case of Mugla Province

Abstract

Entrepreneurship is of great importance for the development of the country's economy and for its continuity. The distinction between successful entrepreneurs and other individuals is thought to be the development of entrepreneurial personality traits. In the literature entrepreneurial personality characteristics are mostly; self-confidence, innovation, need to achieve, locus of control, risk taking and tolerance to uncertainty. Sales representatives are more aware of the market conditions as they see the developments on the market field. For this reason, they are more likely to be entrepreneurs. The main purpose of this study is; to examine the entrepreneurial personality traits of sales representatives according to generation differences. An online questionnaire was sent to salespersons of wholesaler enterprises in Mugla and data were obtained from 144 people. Hypothesis testing was performed with One Way Anova Analysis. After the analysis, it was determined that the Y generation had a higher tolerance to ambiguity between the representatives of the age group Y1 (Y1) and the representatives (Y2) over the age of 30 and the X generation.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial personality, generation differences in entrepreneurship

* Bu makale 12-15 Ekim 2017 tarihinde Fethiye-Muğla'da düzenlenen, III. Uluslararası Girişimcilik İstihdam ve Kariyer Kongresinde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Dalaman Sivil Havacılık Yüksekokulu, btuncer@mu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0822-6832>

1. Giriş

Ekonomik gelişmenin sürdürülebilir olması için girişimciliğin desteklenerek girişimci sayısının artırılması büyük öneme sahiptir. Girişimcilerde bulunması gereken birçok özellik bulunmaktadır. Türkiye’de girişimcilerin özellikleri ile ilgili yapılan çalışmalarda; risk alma, kendine güven, başarıya ihtiyacı, yaratıcılık, iyi iletişim kurma, problemleri kolaylıkla çözebilme, duygusal zekâ gibi özellikler ortaya konulmuştur (Başol:2008, Duygulu:2008, Çetinkaya vd.:2012, Uygun vd.:2012, İnce vd.:2015, Bozkurt ve Erdurur:2013). Shane (2000:448), pazar analizi, pazarlama bilgisi, satış yeteneği gibi satış temsilcilerinde de bulunması gereken özelliklerin girişimcilerde de bulunması gerektiğini belirtmektedir. Başarılı satış temsilcisinde olması gereken özelliklere bakıldığı zaman ise; empati kurabilme, satış yapma dürtüsü, yüksek düzeyde enerji, kendine güven, kazanma hırısı, engelleri aşma eğilimi, rekabetçi olma konusunda doğal eğilim gösterme gibi özelliklerle karşılaşmaktadır (Tek ve Özgül, 2007:762-763, Mucuk, 2010:203-204). Does (2016:186), satış elemanı ve girişimcilerin dinamiklerini keşfetmek üzere hazırladığı eserinde, girişimciler ile satış temsilcilerinde bulunması gereken özelliklerin benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir.

Cansız (2013:79), iş kurmadan önce girişimcilerin çalışma deneyiminin 2000 yılı ve öncesinde %87 oranında olduğunu, 2012 yılında ise %84’e gerilediğini ifade etmektedir. Belirli tecrübeleri edinen girişimci adaylarının, girişimcilik faaliyetlerindeki başarıları oranlarının arttığı sonucuna ulaşmıştır.

McMurry (1961:20), satış ekibinin kurulması ve yönetilmesinde personelin kuşak yapısının bilinmesinde fayda görmektedir. Deresiewicz (2011), Ayhün (2013), Keleş (2013) çalışmalarında, kuşak farklılıklarının girişimcilik eğilimlerine etkisini incelemiş olup, Y kuşağının önceki kuşaklara göre girişimci eğiliminin daha fazla olduğunu vurgulamaktadırlar.

Buradan hareketle, satış temsilcilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kuşaklar arası farklılığa göre değişiklik gösterip göstermediği sorusuna cevap bulmak amacıyla çalışmada, hâlihazırda çalışmakta olan ve girişimciler ile birçok ortak noktası olan satış temsilcilerine odaklanılmıştır.

2. Literatür Taraması

2.1. Girişimci Kişilik

Ülke ekonomisinin gelişimi için girişimcilik büyük önem arz etmektedir. Başarılı girişimciyi diğer bireylerden ayıran unsur, girişimci kişilik özelliklerinin gelişmiş olması olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda kişiliğin tanımlanmasında fayda bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu, kişilik kavramını; “Bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerinin bütünü, şahsiyet” olarak tanımlamaktadır. Psikoloji literatüründe, girişimci kişilik doğuştan mıdır ya da sonradan kazanılır mı tartışması hala mevcuttur (Doğan, 2013:98). İlk görüşe göre; girişimci kişilik, durumsal şartlar ve çevre ne olursa olsun, davranışları etkileyen önceden belirlenmiş bir yapıdır. İkincisine göre ise; girişimcilik, kültürel çevrenin ve eğitimin özel bir sonucu olmakla birlikte, doğuştan gelen özellikler anlamsız görülmektedir.

Bu bağlamda girişimcinin kişiliğini etkileyen faktörler önem kazanmaktadır. Bu konudaki çalışmaların girişimciliği etkileyen faktörleri benzer şekillerde inceledikleri görülmektedir.

Doğan (2013:66-69), bu faktörleri 5’e ayırmaktadır.

- Gensel ve Bedensel Faktörler: Anne ve babadan geçen özellikler ile çevresel etmenler.

- Aile Faktörü: Bireylerin aile ortamı ve aile bireyleriyle olan ilişkileri.
- Kültürel ve Sosyal Yapı Faktörleri: Kültürel kalıplar, arkadaş grubu davranışları ve aile ilişkileri.
- Coğrafi ve Fiziki Faktörler: Her bir bölgenin kendine ait insan karakterleri.
- Diğer Faktörler: Kitle yayın araçları, örnek alınan kişiler, zekâ düzeyi, anne ve babanın tutumları.

Türkel (1992:8), kişiliği oluşturan faktörleri 6 gruba ayırmıştır. Bunlar; genetik ve bedensel faktörler, aileye bağlı faktörler, sosyal ve kültürel faktörler, sosyal sınıf faktörü, coğrafi faktörler ve diğer faktörlerdir. Çetinkaya vd. (2012:231), girişimcilikte bulunması gereken özellikleri, ileriye görebilme, yenilik yaratma, analiz yeteneği ve risk üstlenme becerisi, başarıma hırsı, karar verme yeteneği, liderlik özellikler, rekabetçi olma ve tutumluluk olarak aktarmaktadırlar. Bu özellikler girişimcilik davranışı ve iş kurma düşüncesinin bireysel özelliklere dayanılarak açıklanabileceğini ortaya koymaktadır. Duygulu (2008:98), girişimci kişiliğin özellikleri olarak, başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma özelliği, kişisel değerler, belirsizliğin kabul edilebilirliğini bulgulamıştır. Kişilik faktörlerinin incelenmesiyle beraber girişimci kişilik kavramına değinmekte yarar görülmektedir. Welsch ve Young (1982), Littunen (2000), İnce vd. (2015), İşcan ve Kaygın (2011), Lee ve Tsang (2001) , Solmaz vd. (2014), Bozkurt (2006), girişimci kişilik özelliklerini 6 faktörde incelemişlerdir. Bu faktörler:

Başarma ihtiyacı: Girişimcilik davranışlarını etkileyen faktörlerden birincisi başarı ihtiyacıdır. Başarma ihtiyacı çok olan bireylerin girişimde bulunduğu ve bu faaliyetin başarıyla sonuçlanması için çaba gösterdikleri görülmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011:446).

Kontrol odağı: Bireyin yapmış olduğu hareketlerden yola çıkılarak, bu hareketlerin sonuçlarının nasıl algıladığını kontrol odağı değişkeni ifade etmektedir. Rotter, olayları kendi dışındaki şans, kader gibi değişkenlere bağlayan kişilerin dışsal kontrol odaklı, kendi davranışlarının sonuçları olarak algılayanların ise içsel kontrol odaklı olduklarını ifade etmektedir (Rotter'den akt. İnce vd., 2015:402)

Risk alma eğilimi: Caird (1990:141), riski göze alabilen kişilerin, fırsatçı olduğunu ve fırsatları değerlendirmek için de yeterince bilgi birikimine ihtiyacı olduğunu belirtmektedir. Girişimcilik faaliyetinde bulunan kişi risk üstlenmektedir. Alınan risk sonucunda, beklenen sonuçlar alınabileceği gibi, hayal kırıklığı yaşama durumu da söz konusudur. Girişimcinin bu durumu ortadan kaldırması mümkün değildir. Girişimcinin alacağı risklerin hesaplanabilir ve kabul edilebilir düzeyde olası beklenmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011:447). Girişimcilerin alabilecekleri risklerin belirlenmesinde amaçların ölçülmesi ve başarıya ulaşma ihtimalinin göz önüne alınması önerilmektedir. İlk yatırımın yanında, örgütün değişiminin ve gelişiminin her bir aşamada risk ile karşılaşılması ve bunların krize dönüşmesi mümkündür (Timuroğlu vd., 2014:122).

Belirsizliğe karşı tolerans: Yeterince veri olmaması sonucunda tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durum belirsizlik olarak tanımlanmaktadır (İşcan ve Kaygın, 2011:447). Belirsizlik durumuna toleransı yüksek olan bireylerde daha fazla bilgi aramama davranışı ve karar verme esnasında kendine güvenini muhafaza edebildiği görülmektedir (İnce vd., 2015:403).

Yenilik: Girişimcinin, rekabetin arttığı pazarda farklılık yaratması için yenilikçilik önem arz etmektedir. Yenilik girişimciliğin temelini oluşturmaktadır. İşletmelerin varlıklarını sürdürürebilmeleri için maliyetli olmasına rağmen yenilik yapmak zorundadırlar (İnce vd., 2015:403).

Kendine güven: Kendine güvenli kişilerin, kendisiyle ilgili iyi duygular taşıdığı, iyi hissettiği, kendisinden memnun olduğu ve hiçbir olumsuzluğun kendisine zarar vermeyeceğine inandığı görülmektedir. Özgüven, kişileri girişimci olmaya yönlendirmektedir. Özgüveni artan girişimci, risk üstlenir ve yenilikçilik açısından fark yaratır (Başol vd., 2011:19). Girişimci kişiliğe sahip girişimcilerin; iş kurmaya yatkın oldukları ifade edilmektedir (Uygun vd., 2012:154).

Yıldırım vd. (2011:193), girişimcilerde bulunan özellikleri belirlemişler ve girişimci kişiliğe sahip bireylerde yer alan ortak özellikler şu şekilde sıralamışlardır.

- Yenilikçi düşünme yeteneğine sahip olmak,
- Yüksek düzeyde çalışma motivasyonuna sahip olmak,
- Kararlarında tutarlı olma ve dirayet yeteneğine sahip olmak,
- Devamlı, kalıcı sosyal ilişkiler ve iletişim kurmak,
- İş ve özel hayatında yazılı ve sözlü iletişim kurabilmek,
- İşine karşı içten veya gönüllü olmak,
- İnsanlarla birlikte olma ve takım çalışmasına yatkın olmak,
- Zamanı etkin ve verimli bir şekilde kullanmak,
- Değişime açık olmak veya değişimi kabullenmek,
- Söz verdiği ve başladığı işi zamanında bitirmek,
- İnsanları ikna edebilme ve güvenilir bir kişiliğe sahip olmak,
- Açık ve anlaşılır bir vizyona sahip olmak,
- Özel hayatla iş hayatı arasında denge kurabilme yeteneğine sahip olmak vb.

2.2. Kuşak Türleri

Türk Dil Kurumu kuşak kavramını; aynı yıl aralıklarında doğmuş, benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer sorumlulukların yüklendiği kişilerin topluluğu olarak tanımlamaktadır. Benzer özelliklere sahip bireylerin sosyal bilimler literatüründe, tüketici olarak, işyerinde çalışan olarak hem de girişimci olarak farklı açılardan inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Schultz ve Schwepker:2012, Kim vd.:2009, Wong vd.:2008, Twenge ve Campbell:2008, Smola ve Sutton:2002, Özer vd.:2015, Yolbulan ve Yalman:2013, Aydın ve Başol:2014, Keleş:2013). Hepsinin ortak noktalarından bir tanesinin kuşak özelliklerinin tanımlanması olduğu görülmektedir. Birçok örgütte doğum yılları itibarıyla Bebek Patlaması Kuşağı (1945-1965), X kuşağı (1966-1979) ve Y kuşağı ya da milenyum kuşağı (1980–1995) olmak üzere en az üç ayrı kuşaktan işgörenler bir arada çalışmaktadır (Gürbüz, 2015:41). Tablo 1’de kuşakların özellikleri bir arada verilmiştir.

Tablo 1: Kuşak Özellikleri

| Baby Boomers | X Kuşağı | Y Kuşağı |
|---|---|--|
| Çalışmak için yaşamak anlayışı hakimdir. | Yaşamak için çalışmak anlayışı hakimdir. | İşte ve yaşamda dengenin sağlanması ön plandadır. |
| Otoriteye ve kurallara saygılıdır. | Otoriteye ve kurallara saygılıdır. | Otoriteye karşı saldırgan bir tutuma sahiptir. |
| İş yerine sadık, aynı yerde uzun süre çalışarak kariyerini ilerletme hedefine sahiptir. | Genellikle işyerine sadık olup, daha iyi bir fırsatla karşılaştığında değişiklikten kaçınmaz. | Farklı arayışlar içerisinde olup, kısa dönemlerde çok sayıda iş değişikliği yapar. |
| İşkoliktir. | İş motivasyonu yüksektir. | Eğlenerek çalışmayı sever. |
| En önemli motivasyonu takdir ve kariyerinde ilerlemektir. | En önemli motivasyonu maddiyat ve kariyerinde ilerlemektir. | Farklılaşan iş tanımları ve iş yaşam dengesinin sağlanması önemli motivasyonlarıdır. |
| Yönetimsel yaklaşımı sorgulamaz. | Yönetim yaklaşımıyla ilgilenmez. | Şeffaf ve adaletli yönetimsel anlayışı önemser. |
| Çalışma saatlerine uyumludur. | Çalışma saatlerine uyumludur. | Esnek çalışma saatlerini tercih eder. |
| Süreçlere karşı sabırlıdırlar. | Süreçlere karşı sabırlıdırlar. | Sabırsızdırlar. |
| Kanaatkârdır. | Rekabetçidir. | Yenilikçidir. |
| İş odaklı yaklaşıma sahiptir. | Sonuç odaklıdırlar. | Süreç odaklıdırlar. |

Kaynak: “Sessiz Kuşak – Baby Boomers – X – Y – Z Kuşaklarına Genel Bakış”,
<https://abankkariyer.com/2014/07/17/sessiz-kusak-baby-boomers-x-y-z-kusaklarina-genel-bakis/>,
Erişim: 25.07.2017.

2.3. Kuşak Türlerine Göre Girişimci Kişilik

İpçioğlu ve Taşer (2009:22) işletme bölümünde eğitim alan öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmalarında, eğitimleri sonrası girişimcilik hisleri konusunda gelişme gösterdiklerini, katılımcıların genel olarak girişimci kişilik özelliklerine sahip olduklarını bulgulamışlardır.

Bozkurt ve Erdurur (2013:65), yeni bir iş faaliyetinde bulduklarında bu işin üstesinden gelebilecek yeteneğin kendilerinde bulunduğu inananların kendine güveni olduklarını belirtmekte ve bu yeteneğin başarının simgesi olduğunu ifade etmektedirler. İpçioğlu ve Taşer (2009:17), alınacak tüm risklerde ve verilecek olan tüm kararlarda girişimcinin kendisine olan güveni en önemli itici güç olarak başta bulunması gereken bir his olduğunu belirtmektedirler. Girişimci kişilik özelliklerinden kendine güvene ilişkin hipotez şu şekilde oluşturulmuştur.

H1: Girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.

Keleş (2011:135), Y kuşağından olanların diğer kuşaklara göre daha fazla yaratıcı olma eğiliminde olduklarını bulgulamıştır. Y kuşağının yapmış oldukları yeniliklerin sağladığı değişimden mutlu olduklarını, bu sebeple de sağladıkları katkılardan dolayı takdir beklediklerini ve de yenilikçi fikirler için teşvik edilmeleri gerektiğini belirtmektedir. Girişimci kişilik özelliklerinden yeniliğe ilişkin hipotez şu şekilde oluşturulmuştur.

H2: Girişimci kişilik özelliklerinden yenilik, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.

Kuvan (2007:41-42), başarıya ihtiyacının insanları girişimciliğe yönelttiğini, amaçların belirlenmesinde katkıda bulunduğunu ve psikolojik etkenlerin baskın olduğu durumlarda girişimi ortaya çıktığını ifade etmektedir. Duran vd. (2013:40), girişimcilerin bireysellik ve özgürlük değerlerinin yüksek olmasının, kendilerini gerçekleştirme ve bağımsızlık arzularından kaynaklandığını ifade etmektedir. Özer ve Topaloğlu (2007:450), girişimcilerin başarı ve güç ihtiyaçlarının yüksek seviye olduğunu bulgulamışlardır. Girişimci kişilik özelliklerinden başarıya ihtiyacına ilişkin hipotez aşağıda yer almaktadır.

H3: Girişimci kişilik özelliklerinden başarıya ihtiyacı, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.

Basım ve Şeşen (2008:59-60), çalışanları iç kontrol ve dış kontrol odaklı olarak gruplarına göre kıyaslamış olup, iç kontrol odaklı çalışanların, daha yenilikçi olduklarını, daha fazla risk aldıklarını ve fırsatlara odaklanabildiklerini bulgulamışlardır. Kaufman vd. (1995:51), iç kontrol odaklılığın girişimci özelliği yüksek kişilerde diğerlerine nazaran daha fazla olduğunu belirtmektedirler. Hansemark (1998:45), başarıya ihtiyacı ve iç kontrol ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi vurgulamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinden kontrol odaklılığa ilişkin hipotez şu şekilde oluşturulmuştur.

H4: Girişimci kişilik özelliklerinden kontrol odaklılık, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.

Çoban (2006), Y kuşağının, daha çok kendini düşünen, hırslı, rekabeti seven bir çalışan profili oluşturduğunu vurgulamakta ve de diğer kuşaklara göre daha fazla girişimci ruha sahip olduklarını belirtmektedir. Keleş (2013:38), Y kuşağından olanların diğer kuşaklara göre daha fazla yaratıcı olma eğiliminde oldukları ve risk alabildiklerini bulgulamıştır. Girişimci kişilik özelliklerinden risk alabilmeye ilişkin hipotez şu şekilde oluşturulmuştur.

H5: Girişimci kişilik özelliklerinden risk alabilme, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.

Girişimciliğin gelişmesi ve de yeni imkanların yaratılması için risk alma ve belirsizlikler ile baş edebilme önemli bir etkidir. Bozkurt ve Baştürk (2009:54), girişimcilerin risk hesaplamalarının daha net ve bu nedenle risk eşikleri ve belirsizlik toleranslarının daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Yapılan araştırmada, Türk girişimcilerin, risk alma ve belirsizlikle baş edebilme özelliklerinin düşük düzeyde kaldığını bulgulamışlardır. Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe karşı toleransa ilişkin hipotez şu şekilde oluşturulmuştur.

H6: Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe karşı tolerans, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Satış temsilcileri, sahadaki gelişmeleri yerinden gözlemledikleri için, pazar koşullarına daha hakim oldukları aşıkardır. Bu sebeple girişimci olmaya daha yatkın oldukları düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; satış temsilcilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kuşak farklılıklarına göre incelenmesidir.

Araştırmada anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Muğla ilinin genelinde faaliyet gösteren toptancı işletmelerin satış yöneticileri ile telefonda görüşme yapılarak çalışmanın önemin vurgulanmıştır. Sonrasında satış ekibinde yer alan personelin doldurması amacıyla çevrimiçi olarak hazırlanan anket formu e-posta ile satış yöneticilerine ulaştırılarak ilgili personelin anketi doldurması sağlanmıştır.

24 Temmuz 2017 – 05 Ağustos 2017 tarihleri arasında veri kabul edilmiş olup, çalışmaya katılım sınırlı sayıda olup 144 kişiden veri toplanmıştır. Ankette katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için 4 adet soru bulunmaktadır. Çalışmaya esas teşkil eden ikinci bölümde ise, İşçan ve Kaygın (2011), Koh (1996) ve Cansız'ın (2007) çalışmalarından yararlanarak oluşturdukları; "Girişimci Kişilik Ölçeği" kullanılmıştır. Önermelerde, katılımcıların 5'li likert derecelendirmelerine göre 1-5 arasında katılma durumlarını

belirtmeleri istenmiştir. Ölçekte, girişimci kişilik özellikleri, kendine güven, yenilikçilik, başarıya ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma ve belirsizliğe karşı tolerans alt boyutlarından oluşan toplam 28 madde ile temsil edilmektedir.

3.2. Veri Analiz Metodu

Çalışmada elde edilen verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programı kullanılmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılığı için Cronbach Alpha katsayılarına bakılmış olup, One Way Anova testi yapılarak değişkenler arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Öncelikle ölçeğin dağılımı incelenmiştir. Basıklık ve çarpıklık değerlerine dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu istatistikler konusunda kritik değerler basıklık için 2, çarpıklık için ise 7 olarak ifade edilmektedir (Şimşek, 2007:74). Basıklık, veri dağılımının tepe noktalarının durumu hakkında bilgi veren ölçüttür. Sıfıra yakın bir değer normal dağılıma yakın bir şekli oluşturmaktadır (Kalaycı, 2010:58).

Bir diğer yaklaşım çarpıklık ve basıklık değerlerinin mutlak değerlerinin incelenmesidir. Çarpıklık 3'ten büyük ise aşırı çarpıklığı, basıklık 10'dan büyükse yüksek, 20'den büyük ise aşırı basıklığı göstermektedir (Kline,2010:62-63). Tablo 2'de İşçan ve Kaygın (2011:452-453) tarafından oluşturulan ölçeğe ilişkin faktörler ve her bir maddenin ortalama puanları, çarpıklık ve basıklık değerleri yer almaktadır.

Basıklık değerlerinin, 0,103 / 2,592, çarpıklık değerlerinin ise -1,410 / 1,241 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre verilerin normal dağılım gösterdiği kanaatine ulaşılmıştır. Bu sebeple parametrik analiz yöntemlerinden One Way Anova testi yapılmasını karar verilmiştir. Normal dağılım gösteren k toplumdaki alınan k bağımsız grup nicel verilerinin analizinde One Way Anova analizi kullanılmaktadır (Özdamar, 2013:294).

Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla bakılan alfa katsayısı 0.820 olarak hesaplanmıştır. Nakip (2006:146) tarafından alfa katsayısının 81-100 arasında olduğu ölçeklerin “çok güvenilir” olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, kullanılan ölçeğin çok güvenilir olduğuna kanaat getirilmiştir.

Tablo 2: Ölçek Maddeleri ve Normallik Sınaması İçin Tanımlayıcı İstatistikler

| Faktörler | Maddeler | Çarpıklık | Basıklık |
|------------------|---|-----------|----------|
| Kendine Güven | Kendimi büyük hedeflere ulaşma konusunda azimli buluyorum | -1,410 | 2,389 |
| | Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim | | |
| | Zekâm ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim | | |
| | Girişimci kelimesi beni tanımlar | | |
| Yenilik | Diğer insanlar çevremde olağan dışı bir şeyler görmediği halde ben işle ilgili fırsatları algılayabilirim | -1,204 | 2,592 |
| | Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanıyorum | | |
| | Bir konu üzerinde farklılık yaratacak düşünceler ortaya koyma yeteneğine sahibim | | |
| | Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirleri üretme yeteneğine sahibim | | |
| | İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınmam | | |
| | İnsanlar girişimcilerden etkilenirler | | |

| | | | |
|--|---|--------|-------|
| Başarım İhtiyacı | Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar | -0,849 | 1,504 |
| | Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım | | |
| | İlerleyen zamanda kendi işimi kurmak istiyorum | | |
| | Hayatta hiç bir şey büyük başarıların yerini tutmaz | | |
| | Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretli de olsa o işi yapmaktan hoşlanmam | | |
| Kontrol Odağı | Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim | -0,680 | 2,194 |
| | Yaptığım işlerle ilgili karşılaştığım her türlü gelişme kontrolüm altındadır | | |
| | Kendi hareketlerimi kendim kontrol ederim | | |
| | Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum | | |
| | Kendi işinde çalışmak başkasının işinde çalışmaktan daha keyiflidir | | |
| Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim | | | |
| Risk Almak | Kendimi risk alabilen biri olarak görüyorum | -0,611 | 0,103 |
| | Hisselerinin kar getirebileceğini bildiğim bir ortaklığa paramı yatırmaktan çekinmem | | |
| | Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm | | |
| | Başarı için doğru zamanda doğru işi yapmak gerekir | | |
| | Kriz durumlarında bile girişimcilikte bulunmak gerekmektedir | | |
| Belirsizliğe Karşı Tolerans | İşin sürekli ve güvenli olması benim için önemli değildir. | 1,241 | 0,475 |
| | Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım. | | |

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan satış elemanlarının demografik özellikleri tablo 3'te verilmiştir. Araştırmaya katılan 144 çalışanın %95,8'inin erkek, %4,2'sinin kadın olduğu görülmektedir. Firma ve sektör açısından bakıldığında zaman erkek egemen bir sektör olduğu düşünülmektedir.

Çalışanların yaş ortalaması 34,2 bulunmuştur. Gürbüz (2015)'ün yaptığı yaş aralıklarına göre kuşak sınıflandırmasına göre, çalışanlar içerisinde bebek patlaması kuşağının yer almadığı görülmektedir. Çalışanların %77,8'inin Y kuşağı temsilcisi, %22,2'sinin X kuşağı temsilcisi olduğu görülmektedir.

Eğitim seviyelerine bakıldığında zaman %72,2'sinin önlisans, %20,8'inin lisans, %5,6'sının ilköğretim ve %1,4'ünün lise düzeyinde eğitim aldığı ortaya çıkmaktadır.

Satış temsilcilerinin çalışma yılı sürelerine bakıldığında zaman, %38,2 ile 1-5 yıl arası, %36,1'inin 6-10 yıl arası, %19,4'ünün 11-15 yıl arası, %2,8'inin 1 yıldan az, %2,1'inin 16-20 yıl arası ve %1,4'ünün 20 yıldan fazla kıdeme sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılan Satış Elemanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

| Değişken | | Örneklem sayısı | Sıklık (%) |
|--------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Cinsiyet | Kadın | 6 | 4,2 |
| | Erkek | 138 | 95,8 |
| Kuşak | Y kuşağı | 112 | 77,8 |
| | X Kuşağı | 32 | 22,2 |
| Eğitim | İlköğretim | 8 | 5,6 |
| | Lise | 2 | 1,4 |
| | Önlisans | 104 | 72,2 |
| | Lisans | 30 | 20,8 |
| Çalışma Yılı | 1 yıldan az | 4 | 2,8 |
| | 1-5 yıl arası | 55 | 38,2 |
| | 6-10 yıl arası | 52 | 36,1 |
| | 11-15 yıl arası | 28 | 19,4 |
| | 16-20 yıl arası | 3 | 2,1 |
| | 20 yıldan fazla | 2 | 1,4 |

Tablo 4: Faktörlerin Ortalama ve Standart Sapma Sonuçları

| Faktörler | Ortalama | Standart Sapma |
|-----------------------------|----------|----------------|
| Kendine Güven | 4,5191 | ,48408 |
| Yenilik | 4,3171 | ,55761 |
| Başarım İhtiyacı | 4,1639 | ,59586 |
| Kontrol Odağı | 4,2338 | ,48132 |
| Risk Almak | 4,1153 | ,66630 |
| Belirsizliğe Karşı Tolerans | 1,8333 | 1,18705 |

Tablo 4 değerlendirildiği zaman satış elemanlarının, kendilerine yüksek seviyede güvendikleri, yeniliklere karşı açık oldukları, başarıma ihtiyaçlarının yüksek olduğu, kendilerini kontrol anlamında başarılı oldukları, işleri söz konusu olduğunda risk almaktan çekinmeyecekleri, ancak belirsiz durumlara karşı toleranslarının çok az olduğu görülmektedir. Belirsizliğe karşı toleranslarının çok az olması, özellikle genç nüfusta işsizlik oranlarının¹ %19,8'e dayanmasından dolayı, mevcut konumlarını koruma kaygısından olduğu düşünülmektedir.

4.2. Hipotez Testi

1980-1995 yılları arasında doğanların Y kuşağı kabul edilmesi uzun bir aralığın bu döneme dahil edildiğini göstermektedir. Kuyucu (2014:60) Y kuşağının yaşam basamaklarını; okul dönemi, okul sonrası iş bulma dönemi, çalışma hayatına başlama-evlilik hazırlıkları ve çalışma hayatı olarak 4'e ayırmış ve özelliklerini belirtmiştir. Buradan hareketle çalışmada, iş hayatındaki Y kuşağının farklı özelliklere sahip olabileceği varsayılarak, örneklem 30 yaş altı (Y1: 57 kişi) ve 30 yaş üstü (Y2: 55 kişi) olmak üzere 2 gruba ayrılmıştır.

¹ İnternet, <http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=24629>, 17.07.2017 tarih ve 24629 sayılı haber bülteni.

Satış temsilcilerinin girişimci kişilik özelliklerinin kuşak türlerine göre yapılan Anova test sonuçları Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5: Girişimci Kişilik Özelliklerinin Kuşak Türlerine Göre İncelenmesi

| Faktörler | Kareler Toplamı | df | Ortalamanın Karesi | F | Anlamlılık Düzeyi | Levene Testi | Levene Anlamlılık Düzeyi | |
|-------------------------------------|-----------------|---------|--------------------|-------|-------------------|--------------|--------------------------|------|
| Kendine | Gruplar arası | ,072 | 2 | ,036 | ,152 | ,859 | ,785 | ,458 |
| | Gruplar içi | 33,438 | 141 | ,237 | | | | |
| | Toplam | 33,510 | 143 | | | | | |
| Güven | Gruplar arası | ,166 | 2 | ,083 | ,264 | ,768 | ,075 | ,928 |
| | Gruplar içi | 44,296 | 141 | ,314 | | | | |
| | Toplam | 44,462 | 143 | | | | | |
| Yenilik | Gruplar arası | ,517 | 2 | ,259 | ,725 | ,486 | ,046 | ,955 |
| | Gruplar içi | 50,255 | 141 | ,356 | | | | |
| | Toplam | 50,772 | 143 | | | | | |
| Başarma | Gruplar arası | ,242 | 2 | ,121 | ,519 | ,596 | ,262 | ,770 |
| | Gruplar içi | 32,887 | 141 | ,233 | | | | |
| | Toplam | 33,129 | 143 | | | | | |
| İhtiyacı | Gruplar arası | ,300 | 2 | ,150 | ,335 | ,716 | 1,863 | ,159 |
| | Gruplar içi | 63,187 | 141 | ,448 | | | | |
| | Toplam | 63,486 | 143 | | | | | |
| Kontrol | Gruplar arası | 9,882 | 2 | 4,941 | 3,636 | ,029 | 4,350 | ,015 |
| | Gruplar içi | 191,618 | 141 | 1,359 | | | | |
| | Toplam | 201,500 | 143 | | | | | |
| Odağı | Gruplar arası | | | | | | | |
| | Gruplar içi | | | | | | | |
| | Toplam | | | | | | | |
| Risk | Gruplar arası | | | | | | | |
| | Gruplar içi | | | | | | | |
| | Toplam | | | | | | | |
| Almak | Gruplar arası | | | | | | | |
| | Gruplar içi | | | | | | | |
| | Toplam | | | | | | | |
| Belirsizli-ğe Karşı Tolerans | Gruplar arası | | | | | | | |
| | Gruplar içi | | | | | | | |
| | Toplam | | | | | | | |

*p<0,05

Tablo 5’te de görüldüğü gibi girişimci kişilik özelliklerinden sadece belirsizliğe karşı tolerans kuşak türlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir (p<0,05). Girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven, yenilik, başarma ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma kuşak türlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p>0,05). Böylelikle, H₆ Hipotezi (Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe karşı tolerans, Y kuşağı satış elemanları ile diğer kuşak satış elemanları arasında farklılık gösterir.) kabul edilmiştir, diğer hipotezler ret edilmiştir.

Anlamlı farklılığın hangi kuşaklar arasında olduğunu test etmek için çoklu karşılaştırma (post-hoc) testi yapılmasına karar verilmiştir. Levene istatistik değerinin anlamlı (0,015) çıkması varyansların eşit dağılmadığını işaret etmektedir. Bu doğrultuda, varyansları eşit olmayan belirsizliğe karşı tolerans bağımsız grup ortalamalarını birbirleriyle karşılaştırmak amacıyla Tamhane ve Games-Howell testi yapılmıştır.

Uygulanan çoklu karşılaştırma testi sonucunda, girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe karşı tolerans boyutunda Y1 kuşağı ile Y2 ve X kuşağı arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Y1 kuşağındaki satış temsilcilerinin belirsizliğe karşı tolerans düzeylerinin (\bar{x} =2,18), Y2 kuşağı satış temsilcilerine (\bar{x} =1,65) ve X kuşağı satış temsilcilerine göre (\bar{x} =1,60) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

5. Sonuç

Yapılan analizler sonrası elde edilen sonuçlara göre; yaşça daha büyük satış temsilcilerinin belirsizliğe karşı toleranslarının daha düşük olduğu söylenebilir. Bu kuşaktaki çalışanların Kuyucu'nun (2014) da belirttiği gibi evli ve çocuk sahibi olma ihtimallerinin daha yüksek olmasından dolayı belirsizliğe karşı toleranslarının az olmasını etkilediği düşünülmektedir.

Y2 ve X kuşakları arasında anlamlı ilişkinin çıkmaması ve belirsizliğe karşı tolerans düzeylerinin Y2 ($\bar{X}=1,65$), X($\bar{X}=1,60$) çok yakın olması, her iki kuşağın da benzer özellikler taşıdığı ihtimalini düşündürmüştür. Araştırmada Y1 kuşağı olarak tanımlanan 30 yaş altı kuşak ile Y2 kuşağı olarak tanımlanan 30 yaş üstü kuşağa ürün/hizmet satmak ve de onları yönetmek için aralarındaki farklılıkların ortaya çıkartılması önem arz etmektedir.

Y kuşağına ilişkin farklı farklı yıl aralıkları yer almaktadır. Yüksekbilgili'nin (2015:260) aktarımına göre dünya literatüründe Y kuşağının yaş aralığı konusunda 1977 ile 2004 yılları arasında farklı zaman aralıklarını referans gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Yüksekbilgili (2015:264) 1247 kişinin katılımı ile yaptığı çalışmada, Türkiye için Y kuşağı yaş aralığını 1983-1995 olarak bulgulamıştır. Türkçe literatürde şimdiye kadar Y kuşağının tanımlanması için, çok az sayıda çalışma olması, girişimci kişilik ile ilgili çalışmaların birçoğunda girişimci adayları olarak üniversite öğrencilerinin düşünülüp onlar üzerinde araştırmalar yapıldığı görülmektedir.

Y kuşağının teknoloji ve internet kullanma becerisi ile farklılık yarattığı düşünüldüğü takdirde, Türkiye'de yaşayan kuşak temsilcilerinin dünya ortalamasına göre daha geç teknoloji ile tanıştığı gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de kuşak geçişlerinin dünya ile farklılık sergilemesi ve genellikle araştırmaların üniversite öğrencileri üzerine yapıldığı düşünüldüğünde, fiilen çalışanlar üzerinde; kuşak türlerinin yaş aralıklarının belirlenmesi, girişimcilik niyeti ve girişimci kişilik konularında derinlemesine araştırma yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada az sayıda işletmenin çalışanlarından veri toplanmış olması, araştırmanın en önemli kısıtıdır. Araştırmanın toptan gıda içecek ve temizlik ürünleri sektöründe yapılmış olması diğer sektörlerde çalışan satış temsilcilerine genelleme yapılmasını zorlaştırmaktadır. Bununla beraber satışın temel prensiplerinin her sektörde benzerlik göstermesi bu kısıtın aşılmasını sağlamaktadır. Araştırmanın diğer bir kısıtı da katılımcıların %95,2 oranında erkeklerden oluşmasıdır. TUİK'in 01 Mart 2017 tarih ve 24870 sayılı haber bültenine göre, 2015 yılı cinsiyete göre işveren olarak çalışanların dağılımı oranları da benzer bir durumu ortaya koymaktadır. Bülteneye göre 2015 yılı itibariyle işverenlerin % 91,9'ini erkekler, %8,1'ini kadınlar oluşturmaktadır. Böylelikle çalışmadaki örneklem ile TUİK verilerinin paralellik göstermesi bu kısıtın da gözardı edilebilmesine olanak sağlamaktadır.

Kaynaklar

- Aydın, G. Ç., ve Başol, O. (2014). "X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(4):1-15.
- Ayhün, Sena Erden (2013). "Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları", *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 93-112.
- Basım, H. N., ve Şeşen, H. (2008). "Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları İle İlişkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(3): 49-64.

- Başol, O., Dursun, S., 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.
- Bozkurt, Ö. (2006). "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi", ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1(2): 93-111.
- Bozkurt, V., ve Baştürk, ř. (2009). "KOBİ Girişimcilerinde Risk ve Belirsizlik Algıları: Bursa Örneği", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 64(2): 43-74.
- Bozkurt, Ö.,ve Erdurur, K. (2013). "Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma", Journal of Entrepreneurship & Development/Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(2): 57-78.
- Caird, S. (1990). "What Does it Mean to be Enterprising?", British Journal of Management, 1:137–145.
- Cansız, E. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cansız, M. (2013). Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği, Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayınları, Yayın No: 2850
- Çetinkaya B, Ö., Kalkan, A., Koyuncu, O., ve Alparlan, A. M. (2012). "Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(1): 229-247.
- Çoban, F. (2006). "Milenyum Kuşağı Neleri Değiştirecek?" Capital Dergisi, Haziran, 2006, (<https://www.capital.com.tr/yonetim/insan-kaynaklari/milenyum-kusagi-neleri-degistirecek>, 12.09.2017'de erişildi).
- Deresiewicz, W. (2011). "Generation Sell". (<http://www.nytimes.com/2011/11/13/opinion/sunday/the-entrepreneurial-generation.html>, 17.06.2017'de erişildi).
- Does, J. (2016). Exploring The Salesperson / Entrepreneurship Dynamic, PhD Thesis, University of the West of England., (<http://eprints.uwe.ac.uk/25533>, 10 Mayıs 2017'de erişildi)
- Doğan, N. (2013). Türkiye'de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Duran, C., Büber, H., Gümüştekin, G. E., (2013). "Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksek Okulu Makine Programı Örneği", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(2): 33-56.
- Duygulu, E. (2008). "Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(2): 95-120.
- Gürbüz, S. (2015). "Kuşak Farklılıkları: Mit mi? Gerçek mi?", İş ve İnsan Dergisi, 2(1): 39-57.
- Hansemark, Ove C. (1998). "The Effects Of An Entrepreneurship Programme On Need for Achievement and Locus of Control Of Reinforcement", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 4(1): 28-50.

- İpçioğlu, İ., ve Taşer, A. (2009). “İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(10): 13-25.
- İnce, A. R, Erdem, H., Deniz, M., Bağlar, N. (2015). “Girişimci Kişilik Özellikler İle Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Potansiyel Girişimci Adayları Üzerinden İncelenmesi”, The Journal of Social Science Studies, 41: 399-416.
- İşcan, Ö. F., Kaygın, E. (2011), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(2): 443-462.
- Kalaycı, ř. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. 5. Baskı, Ankara: Asil Yayıncılık.
- Kaufmann, P. J., Welsh, Dianne H. B., Bushmarin, Nicholas V.(1995). “Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic”, Entrepreneurship Theory and Practice, 20(1): 43-56.
- Keleş, H. N., (2011). “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Bahçeşehir Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2):129-139.
- Keleş, H. N., (2013). “Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13(26): 23-43.
- Kim, H. J., Knight, D.K, Crutsinger, C. (2009). “Generation Y Employees' Retail Work Experience: The Mediating Effect of Job Characteristics”, Journal of Business Research, 62: 548–556.
- Kline, R. B. (2010). Principles and Practice of Structural Equation Modeling. Third Edition. New York: Guilford Press.
- Koh, Hian Chye (1996) “Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics; A study of Hong Kong MBA Students”, Journal of Managerial Psychology, 11(3):12-25.
- Kuvan, H. (2007). Türk Girişimcilerinin Yaşam Ve Çalışma Değerleri Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuyucu, M. (2014). “Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13(49): 55-83.
- Lee, D. Y., Tsang, E. W. K. (2001). “The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth”, Journal of Management Studies, 38: 583–602.
- Littunen, H. (2000). "Entrepreneurship And The Characteristics of The Entrepreneurial Personality", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 68(6): 296-310.
- Mcmurry, R. (1961). “Developing Employees: The Mystique of Super-Salesmanship”, Harvard Business Review, March 1961: 1-20.
- Mucuk, İ. (2010). Pazarlama İlkeleri. Gözden Geçirilmiş 18. Baskı. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Nakip, M. (2006). Pazarlama Araştırmaları, Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar. 2.Baskı, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

- Özdamar, K. (2013). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi Cilt:1. Yenilenmiş 9. Baskı, Ankara: Nisan Kitabevi.
- Özer, P. S., ve Topaloğlu, T. (2007). "Girişimci ve Yöneticilerin Öğrenilmiş Gereksinimleri İle Kontrol Odaklarının Kıyaslanmasına Yönelik Bir Araştırma", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,16(2): 439-456.
- Özer, P. S., Eriş, E.D., Neczan, Ö., Özmen, T. (2015). "Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma" Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 38: 123-142.
- Schultz, R., Schwepker, C.H. Jr., (2012). "Boomers vs. Millennials: Critical Conflict Regarding Sales Culture, Salesforce Recognition, and Supervisor Expectations", International Journal of Business, Humanities and Technology, 2(1): 32-41
- Shane, S.,(2000), "Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities." Organization Science , 11(4): 448-469.
- Smola, W, Sutton, K., Sutton C. (2002). "Generational Differences: Revisiting Generational Work Values For The New Millennium", Journal of Organizational Behavior, 23(4): 363-382.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., Sarıışık, M. (2014). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması", KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16(26): 41-55.
- Şenturan, Ş., Köse, A., Dertli, E., Başak, S., Şentürk, N. (2016). "X ve Y Kuşağı Yöneticilerinin İş Değerleri Algısı ve Farklılıkları Üzerine İnceleme", Business & Economics Research Journal, 7(3): 171-182.
- Şimşek, Ö. F. (2007). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları, İstanbul: Ekinoks Yayınları.
- Tek, Ö.B. ve Özgül, E. (2007). Modern Pazarlama İlkeleri, 2. Baskı, İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Timuroğlu M. K., Çakır, S.(2014), "Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi", AKÜ İİBF Dergisi, 16(2) 119-136.
- Twenge, J. M., Campbell, S.M. (2008), "Generational Differences In Psychological Traits and Their Impact On The Workplace", Journal of Managerial Psychology, 23(8): 862-877.
- Türkel, Asuman, Uluçınar, (1992). İşletme Yöneticilerinin Davranışlarına Yön Veren Hâkim Kişilik Faktörleri ile Yönetimsel Davranış Arasındaki İlişkiler ve Uygulama, İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Döner Sermaye İşletme Matbaası.
- Uygun, M., Mete, S. Güner,E. (2012). "Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(2): 145-156.
- Yıldırım, M. H., Demirel, Y., İçerli, L. (2011). " İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Tespiti: Aksaray Örneği", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2): 193-204.
- Yolbulan, O., E., Yalman, N. (2013). "Türkiye’de Tartışmalı Reklamlar: Kuşaklar Arası Karşılaştırma", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 31(2):135-152.

- Yüksekbilgili, Z. (2015). “Türkiye’de Y Kuşacağının Yaş Aralığı”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 14(50): 259-267.
- Welsch, H. P., Young, E. C. (1982). “The Information Source Selection Decision: The Role of Entrepreneurial Personality Characteristics”, Journal of Small Business Management, 20(4): 49-57.
- Wong, M., Gardiner, E., Lang, W., Coulon, L. (2008). "Generational Differences in Personality and Motivation: Do They Exist and What Are The Implications For The Workplace?", Journal of Managerial Psychology, 23(8): 878-890.
- “Sessiz Kuşak – Baby Boomers – X – Y – Z Kuşaklarına Genel Bakış”, (<https://abankkariyer.com/2014/07/17/sessiz-kusak-baby-boomers-x-y-z-kusaklarina-genel-bakis/>, 25.07.2017’de erişildi).
- Türk Dil Kurumu Online Sözlük,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.598da9521f9629.09730810, (03.07.2017’de erişildi).
- Türk Dil Kurumu Online Sözlük,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59772d09a727c9.01160703, (05.07.2017’de erişildi).
- Türk Dil Kurumu Online Sözlük,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=K%C4%B0%C5%9E%C4%B0L%C4%B0K, (12.07.2017’de erişildi).
- 24870 sayılı haber bülteni, (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24870>, 15.06.2017’de erişildi).
- “24629 sayılı haber bülteni”, (<http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=24629>, 17.07.2017’de erişildi).

EXTENDED ABSTRACT

A Study of Entrepreneur Personality Characteristics of Sales Representatives According to Generation Differences: The Case of Mugla Province

It is a known fact that the level of development of countries is directly proportional to the number of entrepreneurs. When the common characteristics of entrepreneurs are considered, whether there is an entrepreneur in the family or not, the past work experiences and personality traits of the entrepreneur are prominent. Sales representatives; as a matter of fact, they can easily follow the current developments in the market and can predict the market's product / service demands more quickly. It is foreseen that individuals in entrepreneurship will be effective in shaping their intention to create entrepreneurship and age groups in addition to their professional experiences. In the past studies, different characteristics have been demonstrated in age-defined generation types. In particular, it seems that individuals avoid ambiguity in order to maintain their position and life comfort as they progress.

In this study, it is aimed to reveal the relationship between personality traits and generational differences. Although there are many studies on personality traits in the literature review, it has been determined that mostly focuses on students and entrepreneurship educated individuals. However, when we look at the common characteristics of the entrepreneurs, it is seen that there are generally more of those with past work experience. It is obvious that market knowledge and work experience in sales representatives will provide a great advantage in the emergence of the initiative. The fact that working with a young generation with high entrepreneurial potential and average age will contribute to the literature.

Online survey method was obtained from sales representatives of wholesale companies operating in Mugla / Turkey. Participation in online questionnaires sent via e-mail was not at the desired level. A total of 144 data were collected for analysis. The data obtained were firstly classified and determined by the participants. When it was examined according to the generations, it was found that 77.8% were Y generation. As the majority of the participants were Y generation and the age range was large, those under 30 were grouped as Y1, and those over 30 were grouped as Y2 generation. The hypotheses that define the relationship between the entrepreneur personality traits and generations of sales representatives were examined by Anova test. In the analysis results, "tolerance for ambiguity from the entrepreneurial personality traits, Generation Y differs from other generations of salespeople by salespeople" hypothesis was accepted. There was no significant difference between self-confidence, innovation, need for success, locus of control, risk taking. As a result of the post hoc test, a significant difference was found between the Y1 generation and the Y2 and X generation in terms of entrepreneurial personality characteristics and uncertainty tolerance dimension. It has been determined that the level of tolerance of sales representatives in generation Y1 against uncertainty is higher than Y2 generation sales representatives and X generation sales representatives. The tendency of avoiding uncertainty as age progresses also supports the assumption that people want to maintain their lives in order to get married and have a child.