



İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
Cilt: 6, Sayı: 2, 2017
Sayfa: 957-976

Received/Geliş: Accepted/Kabul:
[23-03-2017] – [02-06-2017]

Kişisel Değerlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Demografik Özelliklerin Rolü

Ali Murat ALPARSLAN

Yrd.DoçDr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İİBF
Asst.Prof. ,Mehmet Akif Ersoy Univ. Economics and Administrative Sciences
alimurat@mehmetakif.edu.tr

Mehmet ÖZMEN

Yrd.DoçDr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Z.T.Y.O
Asst. Prof. ,Mehmet Akif Ersoy Univ. Z.T.Y.O
mehmetozmen@mehmetakif.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın temel problemi; girişimciliğe duyulan cazibenin, algılanan girişimcilik kapasitesinin ve temelde girişimcilik niyetinin; hem kişilik hem de kültür oluşumu sürecinde kazanılan değerler ile açıklanabileceği varsayımı üzerinedir. Ayrıca değerlerin girişimcilik eğilimi değişkenlerine olan etkisinin demografik değişkenlere göre nasıl farklılaştığı, çalışmanın özgün katkısını oluşturmuştur. İktisadi programlarda öğrenim gören 512 lisans öğrencisi üzerinde anket ile gerçekleştirilen araştırmada,girişimcilik eğiliminin kendini güçlendirme ve değişime açıklık değerleri ile açıklanabildiği görülmüştür. Farklı demografik değişkenler için ayrı ayrı analizler yapıldığında ise kırsal kesimde yetişen bireyin, maddi imkânları daha kısıtlı bireyin ve kadınların değişime açıklık değerlerinin girişimciliği açıkladığı, diğer demografik özelliklerdeki öğrencilerin kendini güçlendirme değerlerinin girişimci niyetini etkilediği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Değerler, Girişimcilik Eğilimi, Demografik Özellikler, L26 Girişimcilik

The Impact of Personal Values on Entrepreneurship Tendency: The Role of Demographic Characteristics

Abstract

The main problem of this study is the assumption that entrepreneurial personal attraction, perceived entrepreneurial capacity and basically entrepreneurial intention could be explained through values acquired during the processes of personality and culture formation. Moreover, revealing how the effects of values on entrepreneurship variables differ according to demographic characteristics is the unique contribution of this study. According to the results of the study, data of which were collected from 512 undergraduate students from management and economics programs, entrepreneurship tendency was predicted by values of self-empowerment and openness to change. When analyses were conducted for different demographic variables separately, it was found that the openness to change values of individuals having grown up in rural areas and having more limited financial means and of women predict entrepreneurship, whereas self-empowerment values of the students having other demographic characteristics predict entrepreneurial intentions.

Keywords: Values, Entrepreneurship Tendency, Demographic Characteristics, L26 Entrepreneurship.

1. Giriş

Girişimciliğin, bir ülkenin gelişimi için ne kadar önemli ve gerekli olduğu tartışma götürmez bir gerçektir. Mevcut durumda ülkemizde olduğu gibi birçok ülkede de eğitim ve teşvikler ile fazlaca desteklendiği bilinmektedir. Ancak eğitim ve teşvikler belirli bir olgunluğa erişen, kişilik yapısı oturan, beslendiği kültürel değerlerin farklılık arz edebildiği bireylerde farklı etkiler gerçekleştirebilmektedir. Örneğin daha bireyci, başarı ihtiyacı daha yüksek, daha bağımsız ve eril toplumlarda girişimcilik eğilimi daha yüksektir (Lipset, 2000; Berger, 1991). Yine özgürlükçü, kendini güçlendirme değişim odaklı değerler girişimcilik yönelimini artıran en güçlü değerlerdendir (Liñán ve diğ., 2013: 21; Liñán ve diğ., 2015: 1). Scwhartz (2006) özellikle değişime açıklık değerlerinin insanların yeni düzlemlere ve hayatlara girme isteğini en fazla açıklayan değer olduğunu ifade ederken, De Clercq ve diğ., (2013) öğrenme ve merak yönelimli değerlere sahip olan insanların yeni ürün veya hizmet düşünebilme kapasiteleri daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Scwhartz (2011)'in; değerlerin bireysel amaçlarla yüksek ilişkili olduğu ve böylece kişinin amaca ilişkin motivasyonu ile ilişkili olduğu ifadesi göz önüne alındığında; girişimcilik eğilimi/yöneliminin de önemli bir açıklayıcısının bu değerler olduğu ifade edilebilir. Türk toplumunda hangi demografik özellikteki bireylerin hangi değerleri ile girişimciliğe motive olduğunu ortaya koymak bu bağlamda önemli olacaktır.

Girişimciliği geliştirmek ve insanların girişimci olma niyetlerini artırmak farklı konulardır. Girişimcilik doğru teşviklerle, sağlanan desteklerle ve açılan yeni pazarlar/sektörlerle, girişimci adaylarına sağlanabilecek nitelikli/özelliikli eğitimler ile gelişecektir. Ancak girişimcilik niyeti eğitim veya örnek rol modellerle/hikâyelerle doğrudan artabilecek bir istek/tutum değildir. Alparslan ve Türeli (2016) yaptıkları araştırmada 4 aylık bir eğitim ve örnek girişimci seminerleri ile girişimcilik niyetinin artmadığını ortaya koymaktadır. Eğitim veya teknik destekler dışında kişinin girişimci olabilmeye veya girişimci olmak istemeye dair içsel bir yöneliminin olması, aynı zamanda girişimci özellikleri de barındırması gerekmektedir.

Girişimci özellikler ile girişimciliği açıklayan bireysel değerlerin farklı kültüre göre değişmez bir niteliği bulunmaktadır. Bağımsızlık, başarı, azim ve hırs gibi özellikler/değerler girişimci için olmazsa olmazlardır. Yine yenilikçilik, çalışkan olma ve dürüstlük evrensel düzeyde girişimci niteliklerindedir (Morris ve Schindehutte, 2005: 473). Risk alma- proaktif olma ve yenilikçilik özelliklerine sahip olmayan kişilerin girişimci olabilmesi



oldukça zordur (Mickiewicz ve diğ., 2016). Ancak tabii ki farklı kültürlere göre paylaşılan değerler değiştiği için girişimcilik eğilimleri ve niyetleri kültür/alt kültürlere göre değişkenlik göstermektedir (Morris ve Schindehutte, 2005: 473). Bu bağlamda girişimcileri motive eden özellikleri ve değerleri, bulunduğu kültürel bağlamda ele almak adına yerli literatürde yapılan araştırma bulguları önemsenmiştir.

Literatürde girişimcilik eğilimini, girişimci özelliklerini, farklı demografik özelliklere göre girişimcilik eğiliminin değişimini ve girişimcilik eğilimini açıklayan farklı değerleri ifade eden araştırmalar bulunmaktadır. Ancak farklı demografik özelliklerdeki bireylerin girişimcilik eğilimlerini açıklayan değerlerin farklılaşp farklılaşmadığını tespit eden bir araştırmaya rastlanmamıştır. Kadınlarla erkeklerin, yüksek gelirlilerle düşük gelirlilerin veya kırsal kesimde yaşayanlarla kentte yaşayanların girişimcilik eğilimlerini açıklayan değerlerin farklılaşabileceği varsayılmıştır. Bu varsayımı test edebilmek amacıyla iktisadi bilimlerde lisans düzeyi eğitim gören bireyler üzerinde nicel bir araştırma yapılarak anlamlı farklılıklar ortaya konmuştur.

2. Girişimcilik Eğilimindeki Kişilerin Özellikleri

Özellikle üniversite öğrencileri üzerinde Türkiye’de yapılan birçok araştırma bu konuda detaylı ve tutarlı sonuçlar vermektedir. Uslu (2015) girişimci , kişilik özelliklerden kendine güven, yenilik, başarıya ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma, belirsizliğe karşı tolerans ve proaktif kişilik ile girişimcilik niyeti arasında doğru yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Tok vd. (2014) çalışmalarında öğrencilerin kontrol hislerinin güçlü, öğrencilerin bağımsızlık arzusunun yüksek olduğu ve risk almaya yatkın oldukları sonucuna ulaşmıştır. Yüksel vd. (2015) ise; girişimci kişilik özelliklerinin yenilikçilik, duyarlılık ve fırsatçılık şeklinde ortaya çıktığını tespit etmiştir. Öğrencilerin yaşam amaçlarının girişimcilikle ilişkisini araştıran bir başka araştırmada Demirel (2013), içsel değerlerin yani bireyin doğasında mevcut olup; yaratıcılık, zihinsel uyarı, bağımsızlık, başarıya, gelişme gibi değerlerin girişimcilik düşüncesi üzerinde belirleyiciliği olduğunu tespit etmiştir. Sezer (2013) de, öğrencilerin girişimci olma niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerin başında bağımsızlık, statü ve kazanç isteği olduğunu belirlemiştir. Bunları sırasıyla, başarıya isteği, zorunluluk, yakınlarına ve topluma faydalı olmak, kişisel geçmiş, güç isteği,



sürekli öğrenme-gelişme ve yenilik isteği, özgüven ve risk iştahı, oluşturma, yakın ilişki ve aktif iş yaşamı isteği izlemektedir. Araştırmalarda ortak olarak; girişimcilikte, bağımsızlık ve yenilikçilik gibi özelliklerin ön plana çıktığı görülürken, zeki, çalışkan ve lider özelliklerin de önemli tamamlayıcılar olduğu görülmektedir (Aydın, 2015).

Girişimcilik niyetleri olan kişilerin en önemli motivasyon kaynağı başarıya ihtiyacıdır (Ballı ve Koca Ballı, 2014). En önemli psikolojik engelin ise "başarısızlık korkusu" olduğu görülmüştür (Akpınar ve Küçüköksel, 2015). Bu bulguyu açıklayan bir başka araştırma sonucu da, bu toplumda bireylerin başarıya ihtiyaçlarının yüksek olmasına rağmen belirsizliğe karşı toleransının çok düşük olmasıdır (Yıldırım, 2016). Belirsizliğin girişimciliğin doğasında olmazsa olmaz bir unsur olduğu düşünüldüğünde, bu noktada öne çıkan girişimci niteliği kendine güven ve öz yeterlilik algısıdır. Özgüvenin ve öz yeterlilik algısının gelişmesi, kişinin girişimci olma eğiliminin artmasında ve belirsizliğe karşı toleransının sağlanmasında en başat gerekliliklerdendir. Çolakoğlu (2016) öğrencilerin öz yeterlilik algılarının ve üniversitede almış oldukları girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik potansiyelleri üzerindeki etkisini incelemiş ve her iki değişkenin de olumlu etkisini görmüştür. Yine Alparslan ve Türel (2016) öğrenciler üzerinde gerçekleştirdikleri deney çalışmasında girişimcilik eğitimi ile algılanan girişimcilik kapasitesinin artabildiğini ortaya koymuşlardır.

3. Girişimciliği Açıklayan Değerler

Girişimci eğilimini açıklayan özellikler olduğu gibi, bu özelliklerin oluşmasında temel olan, kişinin küçük yaşta kazanmaya başladığı değerleridir. Değerler; insan davranışlarının ve tutumlarının merkezi öncülleridir (Schwartz, 2012: 17). Schwartz, Rokeach'ın (1973) değer kuramında bazı değişiklikler uygulayarak ve değerlerin ölçülmesinde yine onun metodolojisinden yola çıkarak oluşturduğu kuramında, değerlerin tüm bireylerde doğuştan var olan üç evrensel ihtiyacın bilişsel yansıması olarak meydana geldiğini ifade etmektedir. Bunlar, insanın biyolojik yapısından kaynaklı temel ihtiyaçlar, kişiler arası başarılı sosyal ilişkilerin gerektirdiği ihtiyaçlar ve grupların ve toplumların devamlılığını sürdürülebilmeleri için gerekli ihtiyaçlardır (Schwartz ve Bilsky,1987; Schwartz 1992,1996). Schwartz bu üç temel ihtiyaçtan yola çıkarak, insanlarda birbirine benzer ya da farklı güdülerin kaynaklık ettiği on temel değeri tanımlamış ve kültürel değerlere ilişkin ilk hipotezini ortaya koymuştur (Schwartz,1996). Bireylerin doğuştan gelen ve toplumun



kazandırdığı kişisel özellikleri, toplum içerisindeki sorumlulukları ve ihtiyaçlarıyla ortaya çıkan on temel değer aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Scwhartz Değerler Listesindeki Değerleri Bireysel Düzeyde Güdüsel Tipleri

Güç (toplumsal konum, insanlar ve kaynaklar üzerindeki denetim gücü)	Sosyal güç sahibi olmak, zengin olmak, toplumdaki görünümünü koruyabilmek, insanlar tarafından benimsenmek
Başarı (toplumsal standartları temel alan kişisel başarı yönelimi)	Başarılı, yetkin, hırslı ve sözü geçen biri olmak
Hazcılık (bireysel zevke, hazza yönelim)	Zevk duymak, hayattan tat almak
Uyarılma (heyecan ve yenilik arayışı)	Cesur olmak, değişken bir hayat yaşamak, heyecanlı bir yaşantı sahibi olmak
Özyönelim (düşünce ve eylemde bağımsızlık)	Yaratıcı olmak, merak duyabilmek, özgür olmak, kendi amaçlarını seçebilmek, bağımsız olmak, yüksek özsaygı
Evrenselcilik (anlayışlılık, hoşgörü, tüm insanların, doğanın ve dünyanın iyiliğini düşünme)	Açık fikirli olmak, erdemli olmak, toplumsal adalet eşitlik, güzelliklerle dolu dünya, barış, doğayı korumak
İyilikseverlik (kişinin yakın olduğu kişilerin iyiliğini gözetmek ve geliştirmek)	Yardımsever, dürüst, bağışlayıcı, sadık, sorumluluk sahibi olmak, arkadaşlık, olgun sevgi, manevi ve anlamlı bir hayat
Geleneksellik (kültürel ya da dinsel töre ve fikirlere saygı ve bağlılık)	Alçak gönüllü olmak, dindar olmak, kanaatkar olmak, geleneklere saygılı ılımlı olmak
Uyma (başkalarına zarar verebilecek ve toplumsal beklentilere aykırı düşebilecek dürtü ve eylemlerin sınırlanması)	Kibar, itaatkar, anne babaya yaşlılara değer vermek, kendini denetleyebilmek
Güvenlik (toplumun var olan ilişkilerinin ve kişinin kendi huzuru ve sürekliliği)	Toplumsal düzen, ulusal güvenlik, bağlılık duygusu, aile güvenliği

Kaynak: Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, (2000: 61)

Bu değerler kendi içerisinde hem uyumu hem de zıtlığı içermektedir. Örneğin; iyilik severlik boyutu ile başarı boyutu; içinde rekabet kavramını barındırmasından ötürü zıt değerlerdir. Birisi kişinin kendi başarısına



odaklanmayı kastederken, diğeri başkalarının başarılarını ve iyiliğini önceler. İyiliksever değerleri olan kişilerin uyma ve geleneksellik değerlerinin de benzer olması beklenir. Geleneksellik değerinin ise uyarılma değeri ile çatışması olasıdır. Keza güç ve güvenlik değerlerinin her ikisi de belirsizlikten kaçınma, ilişkileri ve kaynakları kontrol etme anlamında oldukları için benzerlik gösterir (Ercan ve Sığırı, 2015: 101). Aşağıdaki şeklin tasarımı bu zıtlık ve benzerlikleri/uyumu yansıtmaya açısından önemlidir.



Şekil 1. Değerler ve Kategorizasyonu

Değerlerin kültürel bağlamda farklılık göstereceği aşikârdır. Temelinde davranışları, inançları ve tutumları değiştiren değerlerin Türk toplumundaki karşılığı birçok araştırma tarafından ele alınmıştır. Yıldız ve Kapu (2012)'nin yaptığı çalışmada sırasıyla güvenlik, yardımseverlik, evrensellik ve geleneksellik değerleri ön plana çıkarken başarı, güç ve hazcılık değerleri düşük puan almıştır. Daha korumacı değerlere sahip olan Türk toplumunun diğer insanlar üzerinde güçlü olma motivasyonunun da olduğu görülmüştür (Yahyagil ve Ötken, 2011: 1018). Bulut (2012) ve Kuşdil ve Kağıtçıbaşı (2000) yaptıkları çalışmalarda Türk toplumunda en yüksek değerlerin evrensellik, iyilikseverlik ve güvenlik olduğunu ortaya koymuştur. Yine Yahyagil (2015) bu toplumda iç grup kimliği/üyeliği, sosyal uyum ve bağımlılık değerlerinin yüksek olduğunu ifade etmiştir. Eğitim seviyesinin artması ile güç, başarı ve hedonik değerlerde artış gözlenmektedir. Güç, başarı ve öz yönelim değerlerinin de sosyal olarak ön planda olma motivasyonundan kaynaklandığını ifade etmiştir.



Bahsedilen değerlerin bireylerin girişimcilik eğilimleri üzerine yerli literatürde gerçekleştirilmiş araştırmalar ve sonuçları önemlidir. Değer konusu kültürel bağlamda önem arz ettiği için farklı kültürlerde farklı sonuçlar ortaya çıkabilecektir. Bu yüzden yerli literatürün bu bağlamda incelenmesi daha katkı sağlayıcıdır. Üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ile girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkileri incelemeye yönelik yapılan araştırma sonuçlarından bazıları şöyledir: Naktiyok ve Timuroğlu (2009)'nun araştırmasında girişimcilik niyeti ile değişime açıklık ve kendini güçlendirme ile ilgili değerler arasında pozitif yönlü ve kuvvetli bir ilişki bulunmuştur. Yıldız ve Kapu (2012)'nin araştırmasında, girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde en yüksek düzeyde ilişkide olan bireysel değer "güç ve başarı", sonrasında "hazcılık", negatif yönde ilişkide olan bireysel değer ise "geleneksellik" değeri olduğu ortaya çıkmıştır. Yine girişimci için başat özelliklerden olan yaratıcı/yenilikçi düşünce içsel bir motivasyonu gerektirir. Hazcılık, özyönelim ve başarı değeri gibi bireyci değerler içsel motivasyonu artırırken, evrensellik değerleri içsel motivasyonu zayıflatmaktadır (Kurt ve Yahyagil, 2015: 89). Ballı ve Koca Ballı (2014) ise öğrencilerin bireysel değerler arasında en çok değeri evrensellik değerine verdiğini, girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde en yüksek düzeyde ilişkide olan değer "başarma değeri" olduğunu bulmuştur.

4. Araştırma Metodolojisi

Bu çalışmanın ilgilendiği temel problem; girişimciliğe duyulan cazibenin, algılanan girişimcilik kapasitesinin ve temelde girişimcilik niyetinin, hem kişiliğin oluşumu sürecinde hem de kültürel bağlamda kazanmış olduğu değerler ile açıklanabileceği varsayımı üzerinedir. Problemden de anlaşılacağı üzere nicel ve açıklayıcı tasarımda bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya konu edilen değerler Scwhartz (1992; 1996)'ın literatüre kazandırdığı 4 temel boyutta (değişime açıklık, kendini güçlendirme, muhafazakârlık, öz aşmışlık) 10 değer (özyönetim, uyarılım, hazcılık, başarı, güç, geleneksel, güvenlik, uyma, evrensellik, iyilikseverlik) kapsamında ele alınmıştır. Hem temel boyutlardaki değerlerin hem de 10 ayrı değer girişimciliğe olan cazibeyi, girişimcilik kapasitesini ve girişimcilik niyetini açıklayıcı oranlarını tespit etmeye regresyon analizi yapılmıştır. Bu değerleri ölçmek için bu çalışmada Schwartz'ın (1992; 1996) değer kuramı temel alınarak Schwartz, Melech, Lehmann, Burgess, Harris ve Owens (2001) tarafından değer yönelimlerini ölçmek için geliştirilmiş olan



Portre Değerler Anketi (PDA; Portrait Values Questionnaire) kullanılmıştır. 40 maddeden oluşan bu ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması da gerçekleştirilmiş, bu çalışmada da anket maddeleri bu uyarlama çalışmasındaki gibi kullanılmıştır (Demirutku, 2007; Demirutku ve Sümer, 2010). 10 değer bazında tüm faktörlerin güvenilirliği çeşitli örneklerde sağlanmıştır (Demirutku, 2007). Ölçek, 6'lı likert ölçeği tarzında ve "6=tam olarak beni tanımlıyor, 1=hiç beni tanımlamıyor" ölçeğinde hazırlanmıştır. Araştırma kurgusunda bağımlı değişken olarak kurgulanan girişimcilik niyeti ise Liñán & Chen (2009) tarafından modellenen bir ölçek aracılığı ile ölçülmüştür. Araştırmacılar ölçeği girişimci niyeti modeli olarak kurgulamış ve içeriğinde girişimciliği ne kadar cazip bulduğu, algıladığı girişimci kapasitesi, algılanan sosyal norm ve girişimci olma niyeti faktörleri bulunmaktadır. Bu çalışmada sosyal norm değişkeni araştırma konu kapsamına alınmamış ve araştırmaya 17 sorudan oluşan 3 faktör ile devam edilmiştir. 7li likert ile hazırlanan ölçek 1=hiç katılmıyorum, 7=tamamen katılıyorum puanlaması ile katılımcılara sunulmuştur. Bu ölçeğin de faktör güvenilirlikleri 0,773 - 0.943 arasında bulunmaktadır.

Araştırma 512 lisans düzeyinde okuyan üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Öğrenciler özellikle iktisadi ve idari bilimler alanında girişimcilik eğitimi almış olan arasında seçilmiştir. Küme örnekleme yöntemi kullanılan araştırmalarda girişimcilik dersi alan sınıflar belirlenmiş ve bunlar arasında seçim yapılarak anket uygulanmıştır. Araştırmaya katılanların 297'si kadın, 192'si erkek katılımcıdır. Öğrencilerin 155'sinin ailesinde girişimci olduğu, 332'sinin olmadığı öğrenilmiştir. Ayrıca ekonomik gelirleri sorulduğunda %47'sinin 2000 TL ve altında, %41'inin 2000-4000 TL arasında gelir sahibi oldukları öğrenilmiştir. Kısmen düşük ve orta gelirli bir örneklem olduğu ifade edilebilir. Yine öğrencilerin %45'i bir ilçede, %31'i ise büyükşehirde orta ve lise öğrenimini tamamlamıştır. Bu anlamda da çeşitlenmiş bir örneklem bulunmaktadır. Ayrıca büyük evrenler için geçerli sayılabilecek 384 örneklem sayısının oldukça üstünde katılımcı araştırmaya katılmış bu anlamda istatistiki yorumların geçerliliği kuvvetlendirilmiştir.

4.1. Analizler ve Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğini sınamak üzere Yapısal Eşitlik Modellemesi ile LISREL 8.80 yazılımı aracılığı ile doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. İlk olarak değerler ölçeğinin; birçok çalışmada da olduğu üzere var olan 4 boyutuna göre ilgili maddelerinin uygun dağılıp dağılmadığı test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizlerine



geçilmeden önce, uç değer analizi yapılmış ve Z değerleri ± 4 'ün üzerinde bulunan maddelere göre 21 katılımcının anketi uç değer olarak analizlerden çıkarılmıştır. Bulgulara göre 40 madde sayısı 34 maddeye düşmüş ve 4 faktör bağlamında uyum indeks değerlerinde kabul edilebilir düzeylere ulaşılmıştır. Çıkan maddeler daha çok kendini güçlendirme ve değişime açıklık değerleri maddelerinden gerçekleşmiştir. Girişimcilik niyeti ölçeğinde ise 3 faktör ve 14 soru ile kabul edilebilir değerlere ulaşılmıştır. Burada da her bir faktörden 1 madde çıkarılmıştır. Ölçeklerden bu maddelerin çıkarılmasının sebebi kimisinin anlamlı faktör yüküne sahip olmaması, kimisinin ise birden fazla faktöre yükleniyor olmasıdır. Aşağıda tablo 2'de ölçek yapılarının indeks değerleri, her bir faktörün ortalamaları, madde sayıları, güvenilirlikleri ve normal dağılım test değerleri sunulmuştur.

Tablo 2. Girişimcilik Eğilimi ve Değerler Ölçekleri Tarayıcı Test Bulguları

Ölçekler ve Faktörleri	Faktör Ort.	Madde S.	C. Alpha	Çarpıklık/Basıklık
Kişisel Değerler Modeli		34		
Değişime Açıklık	4,87	8	,636	-,909/-,901
Kendini Güçlendirme	4,30	5	,721	-,461/-,306
Muhafazakarlık	4,72	11	,752	-,753/,210
Özaşmışlık	4,96	10	,789	-,924/,603
Girişimcilik Niyeti Modeli		14		
Girişimcilik Cazibesi	5,66	4	,804	-,962/,124
Girişimcilik Kapasitesi	4,21	5	,869	-,148/-,693
Girişimcilik Niyeti	4,68	5	,910	-,339/-,876

(*0.001<p)
Eğer çarpıklık ve basıklık değerleri (+1,-1) değerleri arasında ise normal dağılım varsayılabilir (Morgan, Leech, Gloeckner, Barret 2004: 59).
Kabul Edilebilir Uyum İstatistikleri: $\chi^2/df < 5$, RMSEA<.08, NNFI, NFI, GFI, AGFI>.90 (Joreskog ve Sorbom, 1993; Kline, 2005), AGFI > 0.80 GFI> 0.85 (Anderson & Gerbing, 1988; Cole, 1987; Marsh, Balla & McDonald, 1988)
Kişisel Değerler Modeli Uyum İstatistikleri: $\chi^2/df=1138/520$, RMSEA=0.048, CFI=0.97, NNFI=0.95, NFI=0.97, GFI=0.88, AGFI=.87
Girişimcilik Niyeti Modeli Uyum İstatistikleri: $\chi^2/df=256/70$, RMSEA=0.072, CFI=0.98, NNFI=0.98, NFI=0.98, GFI=0.93, AGFI=.90

Tablo 2'den görüldüğü üzere, ölçeklerin uyum indeks değerleri kabul edilebilir düzeylerdedir. Aynı zamanda faktörler bağlamında incelendiğinde

tüm faktörlerin iç tutarlılık katsayıları güvenilirlik için yeterli düzeydedir. Bundan sonra gerçekleştirilecek regresyon analizi için normal dağılım çarpıklık ve basıklık değerleri bağlamında ± 1 aralığında kalarak normal dağılıma uygunluğunun da kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Yapıların geçerlilik ve güvenilirliği, aynı zamanda verilerin faktörler bazında normal dağılıma uyumluluğu kabul edilmiştir.

Örneklemin faktör ortalama puanlarına bakıldığında öz aşmışlığı ve değişime açıklık puanlarının diğer değerlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Toplulukçu ve dışı bir kültüre sahip Türk toplumunun öz aşmışlık skorunun yüksek olması doğal bir sonuçtur. Değişime açıklık faktörünün hemen arkasından gelmesi girişimci aday bireyler için olumlu olarak görülmektedir. Çünkü, girişimcilik niyetinde değişime açıklık boyutunun en yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu varsayılmakta, yapılmış araştırmalarla da bu varsayım desteklenmektedir. Bir sonraki değer bu toplum açısından yüksek olması beklenen muhafazakar değerlerdir. En düşük faktör skoruna sahip olan değerler ise kendini güçlendirme gibi bireyci toplumlarda yüksek olan değerlerdir. Türk toplumunda bu değerlerin en düşük çıkması beklenen bir sonuçtur. Bunların yanında girişimcilik niyeti faktörleri incelendiğinde girişimciliğin cazibesinin yüksek olduğu görülmekte ve bu sonuç da oldukça olumlu karşılanmaktadır. Değişime açık olma değerlerine verilen skorların da yüksek olması bu sonuç ile beraber daha anlamlıdır. Girişimcilik niyeti faktörleri ile kişisel değerler arasındaki korelasyon değerleri incelendiğinde de en yüksek ilişkinin değişime açıklık ve girişimcilik cazibesi arasında olduğu ($r=,316$, $p<0.001$) görülmektedir. İlişki katsayıları büyüklüğü açısından hemen bu ilişkiden sonra kendini güçlendirme ve girişimcilik kapasitesi arasında gerçekleşmektedir ($r=,244$, $p<0.001$). Hayatında güç ve başarının önemli olduğunu düşünenler kendilerini daha yüksek kapasitede algılamaktadırlar. Bağımsızlığına düşkün, özgür, özsaygısı ve yaşam coşkusu yüksek, daha cüretkâr olan, hayattan zevk almayı daha fazla önemseyen insanlar ise girişimci olmanın çok daha cazip olduğunu düşünmektedirler. Algılanan kapasite faktör skorunun cazibe ve niyet skorlarına göre daha düşük olması kısmen kendine güven duygusunun düşük olduğu sonucunu ifade etmektedir.

Araştırmanın temel problemi hangi değerlerin girişimcilik niyeti, cazibesi ve kapasitesi üzerinde daha fazla açıklayıcılığa sahip olduğunu ortaya koyabilmektir. Bu amaçla yapılan regresyon analizi bulguları aşağıdaki Tablo 3’de özetlenmiştir.



Tablo 3. Girişimcilik Eğilimini Açıklayan Kategorik Değerler: Regresyon Analiz Tablosu

Model 1 (Bağımlı Değişken: Girişimcilik Cazibesi)	β	Anl.	R2	Model Anl.	Collinearity Statistics	
					T.	VIF
Değişime Açıklık	,246	,000	,110	F=14,959	,640	1,562
Kendini Güçlendirme	,083	,082			,811	1,233
Muhafazakârlık	,027	,648			,525	1,905
Özlaşmışlık	,048	,440			,480	2,084
Model 2 (Bağımlı Değişken: Girişimcilik Kapasitesi)	β	Anl.	R2	Model Anl.	Collinearity Statistics	
Değişime Açıklık	,121	,027	,075	F=9,878	,640	1,562
Kendini Güçlendirme	,232	,000			,811	1,233
Muhafazakârlık	-	,568			,525	1,905
Özlaşmışlık	-	,074			,480	2,084
		,113				
Model 3 (Bağımlı Değişken: Girişimcilik Niyeti)	β	Anl.	R2	Model Anl.	Collinearity Statistics	
Değişime Açıklık	,149	,007	,049	F=6,281	,640	1,562
Kendini Güçlendirme	,153	,002			,811	1,233
Muhafazakârlık	-	,207			,525	1,905
Özlaşmışlık	-	,582			,480	2,084
		,035				

Girişimcilik cazibesi, girişimcilik kapasitesi ve girişimcilik niyetinin bağımlı değişken olduğu üç ayrı model kurularak yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, modellerimizde çoklu bağlantı sorunu görülmemiştir. Tüm modeller anlamlı olmakla birlikte, 3 bağımlı değişkeni de anlamlı biçimde etkileyen ortak boyut değişime açıklık değerlerinin toplandığı boyuttur. Değişime açıklık değerlerine sahip olan bireylerin girişimciliği daha cazip bulduğu ($\beta=0.246$, $p<0,001$), girişimcilik kapasitelerini daha yüksek algıladıkları ($\beta=0.121$, $p<0,05$) ve bu değerlerin girişimcilik niyetlerini olumlu etkiledikleri ($\beta=0.149$, $p<0,05$) görülmüştür. Bunun yanında kendini güçlendirme boyutundaki değerlerin de algılanan girişimcilik kapasitesini ($\beta=0.232$, $p<0,001$) ve girişimcilik niyetlerini ($\beta=0.153$, $p<0,05$) olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Modellerin açıklayıcılığına bakıldığında en fazla $R^2=0,11$ değeri girişimcilik cazibesinin bağımlı değişken olduğu ve değişime



açıklık değerleri ile anlamlı biçimde açıklandığı model 1dir. İlgili literatür incelendiğinde de, benzer sonuçlara ulaşıldığı, yani; bireyci kültür ile ilişkilendirilen değerlerin girişimciliği olumlu ve anlamlı yönde etkilediği, toplulukçu kültür ile ilişkilendirilen değerlerin girişimcilik niyetinde anlamlı bir etkisi bulunmadığı görülmüştür. Bu çalışmanın esas katkısı; demografik özellikleri farklı olan bireylerin, değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisinin ortaya koyulmasıdır. Bu amaçla farklı cinsiyetteki, farklı yerlerde yetişmiş ve farklı gelir düzeylerine sahip bireyler için farklı regresyon modelleri kurulmuş, analiz sonuçları aşağıda tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 4. Farklı Demografik Değişkenlere Göre Değerlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Kadın		Erkek		Kırsal		Kent		2000 ve altı		2000 üstü	
		β	R2	β	R2	β	R2	β	R2	β	R2	β	R2
Niyet	Değişime Açıklık	,184*		,123		,174*		,128		,164*		,117	
	Kendini Güçlendirme	,087	0,51	,225*	,116	,115	,039	,182*	0,62	,082	,046	,179*	,050
	Muhafazakârlık	-,175		,144		-,117		-,039		-,069		-,045	
	Özaşmışlık	,023		-,120		-,049		-,001		,053		-,052	
Cazibe	Değişime Açıklık	,282*		,192*		,291*		,184*		,160*		,279*	
	Kendini Güçlendirme	,030	,093	,137	,191	,086	,110	,073	,110	,068	,102	,086	,117
	Muhafazakârlık	-,014		,167		-,042		,103		,076		,016	
	Özaşmışlık	,032		,051		,036		,074		,103		,023	
Kapasite	Değişime Açıklık	,143*		,156		,106		,121		,169*		,071	
	Kendini Güçlendirme	,228*	,080	,193*	,102	,267*	,083	,198*	,062	,236*	,088	,197*	,051
	Muhafazakârlık	-,137		,177		-,047		-,029		-,048		,018	
	Özaşmışlık	-,019		,265*		-,087		-,102		-,133		-,075	



*P<0,05

Bireylerin değerleri ile girişimcilik niyetleri arasındaki etki katsayıları cinsiyetlerine, yetiştikleri çevrenin kırsal veya kent olup olmadığına ve ailelerinin gelir düzeylerine göre değiştiği görülmüştür. Kadınlarda ($\beta=,184$), kırsal alanlarda yetişmiş bireylerde ($\beta=,174$), veya ailelerinin gelir düzeyi düşük olan bireylerde ($\beta=,164$), sadece değişime açıklık değerleri girişimcilik niyetlerini anlamlı ve olumlu bir şekilde etkilemiştir. Erkeklerde ($\beta=,225$), kent alanlarında yetişmiş bireylerde ($\beta=,182$), veya ailelerinin gelir düzeyi yüksek olan bireylerde ($\beta=,179$) ise sadece kendini güçlendirme değerleri girişimcilik niyetini anlamlı ve olumlu bir biçimde etkilemiştir. Demografik özelliklerin farklılaşması; değerlerin girişimcilik cazibesi üzerindeki etkisini farklılaştırmamıştır. Girişimcilik cazibesini etkileyen değerler değişime açıklık boyutundaki değerlerdir. Algılanan girişimcilik kapasitesi bağımlı değişkenini etkileyen değer boyutları incelendiğinde kendini güçlendirme değeri tüm bireylerde algılanan girişimcilik kapasitesini benzer düzeylerde arttırmaktadır. Bununla beraber erkeklere göre kadınlarda ($\beta=,143$), ve yüksek gelirli ailelerde yetişmiş bireylere göre düşük gelirli ailelerde yetişmiş bireylerde ($\beta=,169$), değişime açıklık değer boyutu anlamlı ve olumlu biçimde algılanan girişimcilik kapasitesini etkilemektedir. Özaşmışlık boyutu değerleri ise sadece erkek bireylerde ($\beta=-,265$) algılanan girişimcilik kapasitesini anlamlı ve olumsuz yönde etkilemektedir. Nitekim bireylerin demografik özellikleri, yetişmiş oldukları çevre ve ailelerinin gelir düzeyleri ile farklılaşan değerlerin girişimcilik niyeti, cazibesi ve kapasitesi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir.

5. Sonuç ve Tartışma

Bireylerin girişimcilik eğilimleri sadece eğitim ve yeteneklerine bağlı değildir. Aile ve çevresel bağlamda yetişme tarzları ve hayat deneyimleri onların edindikleri değerleri ve hayattaki paradigmalarını değiştirebilmektedir. Bu araştırma ile de görülmüştür ki girişimcilik değişime; açıklık ve kendini güçlendirme değerleri/güdüleri ile ilişkilidir. Bu değerlere sahip olmayan insanları eğitim ve teşvikler ile girişimciliğe yöneltmek harcanan emek ve zamanın verimliliğini ve etkinliğini düşük kılacaktır. Bireyleri yetiştirme, eğitim bağlamında daha erken yaşta değerler eğitimini gerçekleştirme çabaları girişimcilik için daha önemli görülmektedir. Daha önce yapılan diğer araştırmalarında bulguları bu yöndedir. Ancak bu araştırma ile cinsiyetin, gelir düzeyinin ve yaşanan



bölgenin önemli rolleri ortaya konmaktadır. Kırsal kesimde yaşayan insanlar, kadın olanlar veya gelir seviyesi düşük insanlar daha çok değişime açıklık değerleri ile girişimciliğe güdülenmekte; kentte yaşayanlar, gelir seviyesi yüksek olanlar veya erkek olanlar daha çok kendini güçlendirme güdüleri ile girişimciliğe yönelenmektedir.

Uluköy ve Demireli (2014) erkek girişimcilerin özgüven, bağımsızlık, içsel kontrol ve belirsizliğe karşı tolerans gösterme konularında kadın girişimcilerden daha başarılı oldukları görülmüştür. Yine kültürel bağlamda değerlendirilmesi gereken bir başka araştırma bulgusu da erkeklerin kızlara göre daha dışa dönük olduğudur (Kılıç vd., 2012: 431). Erkek öğrencilerin kendi işini kurma isteği kız öğrencilere göre çok daha önemli bir motive aracı olmaktadır (Arslan, 2002: 11). Bu araştırmanın sonucunda da erkeklerin daha fazla başarı ve güç değerleri ile girişimciliğe motive olduğu görülmüştür. İlgili literatürle uyumlu olan bu sonuç kültürel bağlamda bu toplumda erkeğin üzerine düşen ekonomik rolün/yükün daha fazla olabileceği gerçeği ile açıklanabilmektedir. Ayrıca ataerkil toplum bağlamında güçlü olma/hakimiyet isteği isteğinin erkekler için önemli bir motivasyon aracı olabileceği önemli bir gerçektir. Yine kızların daha fazla değişime açıklık değerleri ile girişimciliğe motive olmaları; evrensellik ve hedonizm değerlerinin erkek öğrencilerinden daha fazla olmasından kaynaklanabilmektedir (Yıldız ve Kapu, 2012: 46).

Araştırma sonucunda kırsal kesimde yetişen insanların değişime açıklık değerleri ile girişimciliğe daha motive oldukları görülmüştür. Kentte hayatın hızı, yaşanan rekabet, artan beklentiler, kazanma ve başarıma zorluğu daha yüksektir. Bu yüzden kentteki insanların kendilerini güçlendirme değerleri daha motive edici hale gelmektedir. Yıldız ve Kapu (2012) çalışan insanların çalışmayan insanlara göre güç ve başarı değerlerine daha fazla yöneldikleri ifade etmektedir. Kentteki çalışma yoğunluğu/hızı/frekansı insanları başarı ve güç değerlerine itebilmektedir. Ayrıca eğitim seviyesinin artması (kentte yetişen insanlar) ile güç, başarı ve hedonik değerlerde artış olduğu gözlenmiştir (Yahyagil, 2015: 16).

Öğrencilerin ailelerinin gelir durumlarının, ailelerinde ve yakın çevrelerinde girişimci olup olmamasının girişimcilik niyetlerine etkisine yönelik çalışmalar da bulunmaktadır. Çelik vd. (2014) ailede ve yakın çevrede girişimci olması ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki çıktığını ayrıca aile geliri yüksek olan öğrencilerin diğerlerine göre daha fazla oranda gelecekte kendi işini kurmayı düşündüklerini tespit etmiştir. Benzer şekilde



Yılmaz vd. (2014) ailelerinde girişimci olanların girişimciliğe karşı bakış açılarının pozitif yönde olduğunu söylerken, Arslan (2002) ailede çocuk sayısının az olmasının, babanın daha eğitilmiş olmasının ve gelir düzeyinin fazla olmasının girişimcilik eğilimi ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. İse aile gelirinin girişimcilik düzeylerini anlamlı olarak etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Gelir düzeyini önemli bir değişken olduğunu Pan (2015) de ortaya koymuştur. Bu araştırmada ise gelir seviyesi düşük bir ailede bulunan bireylerin girişimci olmalarında değişime açıklık değerleri öncülken, yüksek gelirli olanlarda kendini güçlendirme değerleri öncüdür. İnsanların maddi imkanları arttıkça daha fazla kendisi/sosyal çevresine göstermek adına başarılı ve güçlü olmak istemektedirler. Ancak düşük gelirli insanların kendi hayat çevrelerinden farklı düzlemlerde, farklı biçimlerde, farklı imkânlarla veya yerlerde yaşama arzuları girişimci olmaları için motive edici bir unsurdur.

Asında Türk toplumunda bağımsız çalışma isteği, kendi işini yapma isteği yüksektir. Bu yüzden bireyler girişimciliğe meyilli değerlere sahip olabilmektedir. Ancak yıllarca sürmüş ekonomik belirsizlik, siyasi krizler ve istikrarsızlıklar belirsizliğe toleransı yüksek olan toplum için bir başarısızlık korkusu oluşturmuştur. Ancak son 10 yılda girişimciliğe verilen destekler, devletin ve ekonominin girişimciliği odağa koyan politikaları ve teşvikleri, siyasi ve ekonomik denge süreci girişimcilik için daha uygun bir zemin oluşmasını sağlamaktadır. Gerekli olan insanların özgüvenleri ve eğitim ile artabilecek özyeterlilikleridir. Sadece eğitim ile girişimci veya verilen destekler ile girişimciliği artırmak yeterli olmayabilir. Girişimci değerlere uygun kişilerin yetişmesi gerekmektedir. Bu değerlerin kazanımı ailede başlamaktadır. Özellikle eğitim hayatının erken safhalarında değer kazanımları ve kişilerin değerlerine göre yönlendirilmesi çok önemlidir. Geçen zaman değerlerin farklı kültürler içerisindeki dinamizmini ortaya koymuştur. Morsümbül (2014)'ün yaptığı araştırmada yeni kuşakların eski kuşaklara göre daha özgürlükçü, değişime açık ve kendini güçlendirme eğiliminde olduğu ve gittikçe muhafazakârlık değerlerinin düştüğü anlamlı istatistikî sonuçlarla tespit edilmiştir. Girişimcilik niyeti ile ilgili değişime açıklık ve kendini güçlendirme değerlerinin girişimciliği açıklamada daha etkili olduğu, daha geleneksel ve daha uyumcu bir toplum yapısının girişimciliğin düşük düzeyde kalmasında da etkili olduğu düşünüldüğünde, girişimci değerlerin kazanımı artık daha fazla mümkündür. Gereken; uygun



değerlerdeki insanların girişimciliğe veya uygun mesleklere yönlendirilmesi sürecidir. Bu da eğitim sistemi ile alakalı bir süreç olarak gözükmektedir.

Kaynakça

- Akpınar, T., Küçüköksel, N. Ç. (2015), "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı ve Girişimciliği Engelleyen Sebepler", *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*: 01, ss.13-19.
- Alparşlan, A. M., Türeli, N. (2016), "Discussing The Effectiveness of The Compulsory Entrepreneurship Course: Does Not Entrepreneurship Tendency Change?", 2nd International Conference on Social Sciences and Education Research November 04-06 Kasım 2016, Istanbul-TURKEY, Bildiri Kitabı-2, ss.182
- Anderson, J. C., Gerbing, D. W. (1988), "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach", *Psychological Bulletin*. 103(3), pp.411-423.
- Arşlan, K. (2002), "Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6, ss.1-11.
- Aydin, S. S., Er, B. (2015), "Meslek Lisesi Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1 (2) 2015, 87-105
- Ballı, E., Koca Ball, A. İ. (2014), "Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri", *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), ss.101-121.
- Berger, B. (1991), *The Culture of Entrepreneurship*, California, ICS Press.
- Bulut, S. S. (2012), "Gazi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri", *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 1(3), ss.216-238.
- Cole, D. A., (1987), "Utility of Confirmatory Factor Analysis in Test Validation Research", *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55(4), pp. 584-594.
- Çelik, A., İnce, M., Bozyiğit, S. (2014), "Mersin Üniversitesi Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma", *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt-Sayı: 7 (3), ss:113-124



- Çolakoğlu, H., Çolakoğlu, T. (2016), "Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi ile Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması" *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, Girişimcilik Özel Sayısı* Bahar/Spring 2016-Cilt/Volume 17-Sayı/Issue 37, s. 70-84
- De Clercq, D., Honig, B., Martin, B. (2013) "The Roles of Learning Orientation and Passion for Work in the Formation of Entrepreneurial Intention", *International Small Business Journal* 31(6), pp. 652-676.
- Demirel, E. T. (2013), "Yaşam Amaçlarının Girişimcilik Düşüncesini Biçimlendirmesi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), ss.123-143.
- Demirutku, K. (2007), *Parenting Styles, Internalization of Values, and the Self Concept*, Unpublished Doctoral Dissertation, Middle East Technical University.
- Demirutku, K., Sümer, N. (2010), "Temel Değerlerin Ölçümü: Portre Değerler Anketinin Türkçe Uyarlaması", *Türk Psikoloji Yazıları*, Haziran 2010, 13(25), ss.17-25.
- Ercan, Ü., Sıgır, Ü. (2015), "Kültürel Değerlerin Liderlik Özelliklerine Etkisi: Türk ve Amerikalı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma", *Amme İdaresi Dergisi*, 48(3), 2015, ss.95-126.
- Joreskog, K., Sorbom, D. (1993), *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*, Chicago, IL: Scientific Software International Inc.
- Kılıç, R., Keklik, B., 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.
- Kline, R. B. (2005), *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* Second Edition, Guilford Press.
- Kurt, İ., Yahyagil, M. Y. (2015), "Universal Values, Creative Behavior and Leadership: Turkish Case", *International Business Research*, 8(6), pp. 89-103.
- Kuşdil, M. E., Kağıtçıbaşı, Ç. (2000), "Türk Öğretmenlerin Değer Yönelimleri ve Scwhartz Değer Kuramı" *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(45), ss. 59-76.



Liñán, F., Serrano, J. F., Romero, I. (2013), "Necessity and Opportunity Entrepreneurship: The Mediating Effect of Culture", *Revista de Economía Mundial* 33, pp.21-47.

Liñán, F., Chen, Y. W. (2009). "Development and CrossCultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

Liñán, F., Moriano, J. A., Jaén, I. (2015), "Individualism and Entrepreneurship: Does The Pattern Depend on The Social Context?", *International Small Business Journal*, 1-17.

Lipset, S. M. (2000), *Values and Entrepreneurship in The Americas*, Swedberg Richard, *Entrepreneurship : The Social Science View*, New Delhi, Oxford University Press, pp.110-111.

Marsh, H. T. W., Balla, J. R., Mcdonald, R. P. (1988), "Goodness-of-Fit Indexes in Confirmatory Factor Analysis: The Effect of Sample Size", *Psychological Bulletin*, 103(3), pp.391-410.

Mickiewicz, T., Sauka, A., Stephan, U. (2016), "On The Compatibility of Benevolence and Self-Interest: Philanthropy and Entrepreneurial Orientation", *International Small Business Journal*, 34(3), pp. 303-328.

Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., Barret, K. C. (2004). *Spss for Introductory Statistics: Use and Interpretation*. Second Edition. London, Lawrance ErlbaumAssociates

Morris, M., Schundehutte, M. (2005), "Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures", *Journal of Small Business Management*, 43(4), pp. 453-479.

Morsümbül, Ş. (2014), "Kültürel Değerlerin Üç Kuşak Arasındaki Değişimi Üzerine Bir İnceleme: Ankara Örneği", *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 21, 137-160.

Naktyok, A., Timuroğlu, M. K. (2009), "Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), ss.85-103.

Pan, V. L., Akay, C. (2015), "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", *NWSA-Education Sciences*, 1C0637, 10, (2), 125-138

Rokeach, M., (1973), *Nature of Human Values*, New York, The, Free Press.



- Schwartz, S. H. (2006), "Les Valeurs de Base de La Personne: Theorie, Mesures at Applications", *Revue Française de Sociologie* 47(4), pp. 929-968.
- Schwartz, S. H. (1992), "Universal in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries", *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, pp.1-65.
- Schwartz, S. H. (1996), Value Priorities and Behavior: Applying a Theory of Integrated Value Systems. C. Seligman, J. M. Olson ve M. P. Zanna, (Der.), *The Psychology of Values: The Ontario symposium*, Vol. 8 içinde (1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schwartz, S. H. (2011), "Studying Values: Personal Adventure, Future Directions", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(2), pp.307-319.
- Schwartz, S. H. (2012), "An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values", *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-16.
- Schwartz, S. H., Bilsky, W. (1987), "Toward a Psychological Structure of Human Values" *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, pp.550-562.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Haris, M., Owens, V. (2001), "Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human with a Different Method of Measurement", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5), pp.519-542.
- Sezer, C. (2013), "Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi İle Belirlenmesi", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), ss. 49-60.
- Tok, N., Seçer, A., Davran, M. K., Çobanoğlu, F., Özalp, B. (2015), "Ziraat Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri, Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, ss.143-156
- Uluköy, M., Demirelli, C. (2014), "Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerindeki Etkisi: Erkek Girişimcilik ve Kadın girişimciliğin Karşılaştırılmalı Analizi", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Sayı:22, ss.47-55
- Uslu, D. (2015), "Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyetinin Duygusal



Zekâ Faktörlerine Göre İncelenmesi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Yahyagil, M. Y. (2015), "Values, Feelings, Job Satisfaction and Well-Being: the Turkish Case", *Management Decision*, 53(10), pp. 2268-2286.

Yahyagil, M. Y., Ötken, A. B. (2011), "Cultural Values from Managers' and Academicians' Perspectives: The Case of Turkey", *Management Research Review*, 34(9), pp. 1018-1041.

Yıldırım, N. (2016), "Hemşirelerin Girişimci Kişilik Özellikleri, Problem Çözme Becerileri ve Etkili Faktörlerin Değerlendirilmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yıldız, S., Kapu, H. (2012), "Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesi'nde Bir Araştırma", *KAÜ- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Dergisi*, 3(3), ss. 39-64.

Yılmaz, Y., Seydinbekuli, A. D., Abishov, A. (2014), "Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Özelliklerin Etkisi: Ahmet Yesevi Uluslararası Türk- Kazak Üniversitesinde Bir Alan Araştırması", *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı 5, ss. 11-24.

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 Dergisi*, 5(1), 143-156.

