

## GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÖLÇEĞİNİN (GET 2) TÜRKİYE BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Bilge AKSAY\*  
Esengül İPLİK\*\*

### ÖZET

Girişimcilik konusu ekonomik ve sosyal sonuçları itibariyle literatürde sıklıkla ele alınan konuların başında gelmektedir. Girişimci kişilerin girişimci olmayanlardan bazı özellikler itibariyle farklılaştığı ifade edilmektedir. Bu çalışmada girişimcilik kavramı teorik olarak tartışılmakta ve girişimci kişilerin girişimcilik özelliklerini değerlendirmek amacıyla geliştirilen Genel Girişimcilik Eğilimi (GET 2) ölçeğinin Türkiye örnekleminde geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine yer verilmektedir. Yapılan analizler sonucunda ölçeğin bütününe güvenilir olmasına karşılık, alt boyutları itibariyle istatistiki açıdan yetersiz kaldığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik eğilimi, geçerlilik, güvenilirlik

### ABSTRACT

The economic and social consequences of entrepreneurship is one of topics discussed frequently in the literature. As some of the features of those entrepreneurs differing from non-entrepreneurs is expressed. In this study, the concept of entrepreneurship and entrepreneurs discussed theoretically and the validity and reliability analysis of General Entrepreneurship Tendency (GET 2) scale developed to assess the entrepreneurial characteristics of entrepreneurs in a sample of Turkey is included. As a result of the analysis, corresponding to the whole scale is reliable, but in term of sub-dimensions the scale was found to be insufficient.

**Keywords:** General entrepreneurship tendency, validity, reliability

### Giriş

Girişimcilik ekonomik gelişmenin temel taşı olarak değerlendirilmekte, bu nedenle de girişimciliği ortaya çıkaran koşullar ve özellikler araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Girişimcilik konusu gerek ekonomik kalkınma adına gerekse akademik yazında büyük önem taşımaya rağmen, girişimcilik kavramının yazında benimsenmiş ortak bir tanımının olmadığı görülmektedir (Sharma ve Chrisman, 1999; Shane ve Venkataraman, 2000). Diğer taraftan girişimciler toplumun geri kalanından bir şekilde

---

\*Yrd. Doç. Dr., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
baksay@adanabtu.edu.tr

\*\*Yrd. Doç. Dr., eseniplik@osmaniye.edu.tr

farklılaşan bir grup ve sosyo-ekonomik anlamda kalkınmanın önemli bir unsuru olarak kabul görmektedir (Stevenson ve Jarillo, 1990; Baron, 1998).

Girişimcilik kavramına ilişkin olarak pek çok farklı tanım yapıldığı görülmektedir. Bir tanıma göre girişimcilik, bireylerin kendi adlarına veya bir örgüt içinde kontrol edebildikleri kaynakların dışında da fırsatları değerlendirebilmesidir (Stevenson ve Jarillo, 1990, s. 23). Fırsatlar ile kastedilen gelecekte muhtemel ve istenen bir durumu ifade ettiği için göreceli bir kavram olarak ele alınmaktadır. Girişimcilik yeni ürün ve hizmetlerin bulunduğu, değerlendirildiği ve kullanıma sunulduğu fırsatlar süreci olarak ele alınmaktadır (Shane ve Venkataraman, 2000). Bu tanıma göre, girişimcilik sadece yeni örgüt kuranlara özgü bir kavram şeklinde sınırlanmamakta, bir örgütte çalışan ancak yeni ürün ve hizmet fırsatlarını değerlendiren biri de girişimci olarak kabul edilmektedir. Ayrıca girişimciliğin topluma hizmet sunma anlamında ahlaki boyutu da kapsadığı belirtilmektedir (Anderson ve Smith, 2007). Bazı çalışmalar ise girişimciliği bireyin kişilik özellikleri ile çevresel unsurların etkileşimi çerçevesinde değerlendirmektedir (Korunka, vd., 2003). Bu bağlamda İngiltere’de ikizler üzerine yapılan geniş çaplı bir araştırmada genetik faktörlerin girişimci olma eğilimindeki değişimin %30’unu, kendi adına iş kırma eğilimindeki değişimin %40’ını, fırsatları değerlendirme eğilimindeki değişimin %30’unu açıkladığı görülmektedir (Nicolaou, vd., 2009).

Bir başka tanıma göre girişimcilik, girişimciliğe dair içsel özellikler ile dışsal özelliklerin etkileşimi sonucu oluşan bir süreci işaret etmektedir. Bu yaklaşıma göre içsel özellikler kişisel özellikler ve firma kaynakları ile ilgiliyken, dışsal özellikler ise işletmenin faaliyet gösterdiği endüstrinin durumu, teknolojik koşullar gibi değişkenlerden oluşmaktadır (Sarasvathy, 2004; Franke ve Lüthje, 2004). Bu bakış açısına göre tek bir girişimcilik tipolojisi bulunmamaktadır. Çünkü tek bir girişimcilik tipolojisi niçin bazı girişimcilerin aynı durumlarda niçin farklı davrandığı sorusuna yanıt sunmamaktadır. İçsel ve dışsal değişkenlerin yanı sıra sosyal, ekonomik ve eğitimle ilgili değişkenlerin de girişimcilik davranışını etkilediği belirtilmektedir (Franke ve Lüthje, 2004). Shane, Locke ve Collins (2012) çalışmalarında dışsal faktörlerin varlığının yanı sıra girişimcilerin onları algılama biçimlerinin de önemli olduğuna işaret etmektedir.

Bu noktada araştırmacıların karşısına çıkan temel sorular şunlardır: “Niçin aynı koşullar altında bazı bireyler farklı davranmaktadır?” ve “girişimciler ile diğerlerini ayıran temel özellikler nelerdir?”. Aynı koşullar altında girişimcilerin farklı davrandığını ve girişimcilerin girişimci olmayanlardan neden farklı olduğunu açıklayan yaklaşımların öncelikle kişilik özelliklerini ele aldığı görülmektedir. Bazı çalışmalar ise girişimciler ile girişimci olmayanlar arasındaki temel farklılığın kişilik özelliklerinden ziyade davranış şekillerindeki farklılıklardan kaynaklandığını iddia etmektedir (Gartner, 1989; Brandstatter, 1997).

Kişilik özellikleri ve girişimcilik üzerine yapılan araştırmaların farklı sonuçlar arz etmesi nedeniyle araştırmacılar, odak noktalarını kişilik özellikleri yerine zihinsel özelliklere kaydırmışlardır. Bu bakış açısı niçin bazı insanların fırsatları görüp değerlendirirken, diğerlerinin fırsatları değerlendiremediği veya fırsat yaratamadığı sorularından yola çıkmaktadır. Bu sorulara verilen cevaplar, girişimci olanlarla olmayanların zihinsel süreçlerindeki farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Söz konusu

farklılık ise bilişsel psikolojiye göre bireylerin çevredeki karmaşık dünyayı anlama şekillerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin çevresel belirsizlik durumu girişimciler için fırsat olarak değerlendirilirken, girişimcilik özelliği zayıf olanlar için tehdit olarak algılanmaktadır. Bu bakış açısı psikoloji ve davranış bilimleri alanında yapılan çalışmalarla neden-sonuç ilişkisi kurma, karar süreçleri gibi alanlarda yeni bilgilerin edinilmesine imkân vermiştir (Baron, 1998, s. 277).

Girişimcilik eğilimi bir projeyi başlatma ve sürdürme eğilimi olarak değerlendirilmektedir (Caird, 2013). Bu bağlamda girişimcilerin yüksek düzeyde başarı odaklı olduğu, sorumluluk aldığı, planları gerçekleştirebilmek için fırsatları ve kaynakları etkin değerlendirdiği, başarılı olmak için gerekli özellikleri taşıdıkları veya bunları elde etmek için çaba sarf ettikleri, yaratıcı ve risk alabilen kişiler olduğu ileri sürülmektedir. Yapılan çalışmalar girişimcilik eğiliminin kendi işine sahip olan girişimciler ile hemşireler, öğretmenler gibi diğer meslek gruplarında çalışanlar arasında farklılık gösterdiğini iddia etmektedir (Caird, Testing Enterprising Tendency In Occupational Groups, 1991).

Girişimcilik davranışının sergilenmesinin “nedenleri” üzerine odaklanan araştırmalar girişimciliği yaratıcılık, girişkenlik gibi bir takım psikolojik özellikler itibariyle tanımlamaktadır (Wilken, 1979). Bu bakış açısını takiben Brockhaus (1975; 1980) girişimcilik ile kontrol odaklılık ve risk alma eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bir başka araştırma davranışın tutum ve kişilik özelliklerinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı varsayımından yola çıkarak girişimciliği harekete geçiren içsel faktörler kişilik özellikleri ve tutumlarla açıklamaktadır (Franke ve Lüthje, 2004). Girişimcilik eğilimini kişilik özellikleri ile açıklayan yaklaşım, McClelland’ın (1961) çalışmalarına dayanmaktadır. Daha sonra girişimcilik alanında yapılan çalışmalarla bir dizi kişilik özelliğinin girişimcilik davranışıyla olan ilişkisi ortaya konulmuştur. Girişimcilik davranışıyla ilişkilendirilen başlıca özellikler risk alma (Hisrich ve Peters, 1989), başarıya ihtiyacı (Johnson, 1990), kontrol odağı (Bonnett ve Furnham, 1991), proaktif kişilik (Crant, 1996), otonomi (Lumpkin, vd., 2009) ve yaratıcılıktır (Mueller ve Thomas, 2001).

Literatürde girişimcilik eğilimini değerlendirmek için tematik algı testi gibi farklı testlerin uygulandığı görülmektedir. Tematik algı testi (TAT) ile literatürdeki otuz anket çalışmasını karşılaştıran Fineman (1977), bunlardan yirmi ikisinin anlamlı olduğunu, ayrışma geçerliliği kriterini sağlayarak TAT’tan daha başarılı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca girişimcilik eğilimini uzun dönemde inceleyen Hansemark (2000) tematik algı testinin girişimcilik eğilimini değerlendirmede geçerli bir yöntem olmadığını ifade etmektedir. Girişimcilik konusuna atfedilen büyük öneme rağmen, literatür incelendiğinde girişimcilik eğilimini kişilik özelliği olarak ele alan sınırlı sayıda ölçüm aracı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada girişimcilik eğilimi gerek geçerlilik ve güvenilirlik gerekse uygulama kolaylığı nedeniyle Caird tarafından geliştirilen “girişimcilik eğilimi” (GET 2) anketi ile değerlendirilmektedir.

## **Araştırma Yöntemi**

### **Örneklem**

Girişimcilik eğilimi ölçeği, girişimcilik eğiliminin yüksek olması beklenen girişimci adayları üzerinde değerlendirilmiştir. Örneklem 203 katılımcıdan oluşmakta ve KOSGEB girişimciliği destekleme programı kapsamında Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi'nde eğitime alınan girişimci adaylarından oluşmaktadır. KOSGEB girişimciliği destekleme programındaki girişimci adayları, bir işletme kurma fikri ile kuruma başvurmakta, girişimciliğe dair fikirleri konusunda yüz yüze görüşme tekniği ile ön elemeye tabi tutulmaktadır. Daha sonra ise girişimci adayları on günlük eğitim programına katılarak sertifika almakta ve girişimcilik fikirlerini hayata geçirebilmek için bazı koşullar çerçevesinde gerekli maddi desteğe kavuşmaktadır. Bu nedenle örneklem hedefinin girişimcilik eğilimlerinin yüksek çıkması beklenmektedir. Anketin geri dönüşüm oranı %94'tür. Anketlerin araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşme yoluyla dağıtılması katılım oranını arttırmıştır.

### **Çeviri Çalışması**

Araştırmada kullanılan GET 2 (Caird, 2013) ölçeğinin Türkçe'ye uyarlama sürecinde girişimcilik alanında çalışma yapmakta olan üç akademisyenin grup çalışmasına dayanan görüş birliği yöntemi tercih edilmiştir. Görüş birliği yönteminde ilgili ifadeler araştırmacılar tarafından ayrı ayrı Türkçe'ye çevrilmiş, her bir ifade kavramsal ve semantik açıdan değerlendirilmiştir. Araştırmacılar tarafından Türkçe'ye çevrilen ifadeler başarılı ise 9 başarısız ise 1 ile notlandırılarak, ortalamada 7 ile 9 arasında puan alan ifadeler için ortak bir ifadeye erişildiği kabul edilmiştir. Bu süreçte ölçeğin tanımı ve boyutları araştırmacılar tarafından dikkate alınmıştır. Çevirisi farklı olan ifadeler üzerinde grup halinde tartışılarak nihai ifadelere ulaşılmıştır (Sumathipala ve Murray, 2000). Bu aşamanın ardından ölçek tekrar Türkçe'den İngilizce'ye çevrilmiş ve anlam kayması olup olmadığı değerlendirilmiş ve son olarak ise iki kişilik uzman görüşüne başvurulmuştur. Böylece ölçeğin ortaya çıkan son hali araştırmada kullanılmıştır.

### **Ölçekler**

Genel girişimcilik eğilimi anketi 1988 yılında Durnham Üniversitesi İşletme Bölümünde Dr. Sally Caird and Cliff Johnson tarafından oluşturulmuştur. Dr Sally Caird GET 2 ölçeğiyle ilgili dokümanları <http://www.get2test.net> sitesi üzerinden akademik kullanım için paylaşmaktadır. Söz konusu çalışma girişimciliği kişilik özelliği olarak ele almaktadır. Genel girişimcilik eğilimi ölçeği orijinalinde zorunlu seçim yöntemine dayanmaktadır. Katılıyorum veya katılmıyorum şeklinde iki ifade arasında seçim yapılması istenmekte, katılımcılara doğru veya yanlış cevabın olmadığı hatırlatılarak, girişimcilik özelliklerine ilişkin eğilimler belirlenmeye çalışılmaktadır. Ölçek elli dört ifadeden oluşmakta ve başarı ihtiyacı, bağımsızlık/otonomi ihtiyacı, yaratıcılık, kontrollü risk alma ve içsel kontrol olmak üzere beş boyutla ifade edilmektedir. Başarı ihtiyacı boyutu 12, bağımsızlık/otonomi 6, yaratıcılık 12, kontrollü

risk alma 12, içsel kontrol 12 ifade ile değerlendirilmektedir. Ölçekte “eğer ücret dolgunsa, rutin ve sıkıcı da olsa aynı işte çalışmaya devam ederim”, “pek çok insan kararlı olduğumu düşünür”, “diğer insanlardan yardım istemek benim için zordur” şeklinde ifadeler bulunmaktadır. İfadelere verilen cevaplar neticesinde girişimcilik eğilimi bütün olarak veya her bir boyut kendi içinde değerlendirilebilmektedir (Caird, 2013).

Girişimcilik eğilimi ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik katsayılarının yeterli olduğu ve içsel tutarlılığının bulunduğu farklı çalışmalarda belirtilmektedir (Kirby ve İbrahim, 2011). GET 2 ölçeğini Türkiye ve Kanada örnekleminde uygulayan Demirci (2013) Türkiye örneklemini için güvenilirlik katsayısını ,785 olarak bulmuştur.

GET 2 ölçeğinin güvenilirliğini sınamak amacıyla aynı araştırma grubuna Liñán ve Chen (2009) tarafından geliştirilmiş girişimcilik eğilimi ölçeği (EIQ) ile Moriano , vd., (2011) tarafından geliştirilen girişimcilik eğilimi ölçeği de uygulanmıştır. Liñán ve Chen (2009) tarafından geliştirilmiş girişimcilik eğilimi ölçeği (EIQ) orijinalinde kişisel tutum, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrol ve girişimcilik eğilimi olmak üzere beş boyutla ifade edilmektedir. Bu çalışmada Liñán ve Chen (2009)’in çalışmasından uyarlanan 6 ifade ile karşılık bulan girişimcilik eğilimi ile subjektif normu ifade eden 3 ifade istatistiki analizlere tabi tutulmuştur. Girişimcilik eğilimi boyutu bireylerin girişimci olmaya dair niyetlerini kapsamaktadır. Ölçekte “girişimci olmak için ne gerekiyorsa yapmaya hazırım”, “iş hayatındaki amacım girişimci olmaktır” şeklinde ifadeler bulunmaktadır. Subjektif norm ifadeleri, bireyin algıladığı sosyal baskıyı ifade etmektedir. Algılanan soyal baskı, bireyi girişimciliğe sevk eden ya da bireyi girişimcilikten uzaklaştıran yakın çevreyi kapsamaktadır. Subjektif norm ölçeğinde “kendime ait bir işyerim olmasını ailem destekler” şeklinde ifadeler bulunmaktadır. Liñán ve Chen’in (2009) çalışmasında subjektif norm boyutu için Cronbach Alfa katsayısı ,773, girişimcilik eğilimi için ,943 şeklinde belirtilmiştir.

Moriano , vd., (2011) tarafından geliştirilen girişimcilik eğilimi orijinalinde ölçeği 6 boyut ve 18 ifadeden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında ele alınan girişimcilik eğilimi ölçeğinde çıktılara dair beklentiler altı ifade, algılanan davranışsal kontrolü kapsayan girişimcilik özyeterliliği beş ifade ile karşılık bulmaktadır. Girişimcilik özyeterliliği ile bireyin girişimci olmak için gerekli bilgi, beceri ve diğer kaynaklara sahip olabileceğine dair güveni ifade edilmektedir. İlgili ölçeklerdeki ifadeler “benim için girişimci olmak bir mücadeleyi kazanmaktır”, “yeni ürün ve hizmetler için pazar fırsatlarını değerlendirebilirim” şeklindedir. Girişimcilik eğilimi ölçeğinde çıktılara dair beklentiler boyutu için güvenilirlik katsayısı ,77, girişimcilik özyeterliliği boyutu için ise ,8 olarak hesaplanmıştır (Moriano , vd., 2011).

GET 2 anketi orijinalinde “katılıyorum”, “katılmıyorum” şeklinde zorunlu seçime dayalı iki ifade, EIQ ise yedili Likert ile değerlendirilmektedir. Ancak çalışmada her iki anket de kıyaslama imkânı sağlayabilmek amacıyla beşli Likert ile sınanmıştır. GET 2 testinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri farklı örneklemlerde ele alınmakla beraber, ilgili ölçeğin faktörleri itibarıyla dağılımındaki sıkıntılar nedeniyle daha fazla sadeleştirmeye ihtiyaç duyduğu belirtilmektedir (Stormer, vd., 1999). Bu nedenle çalışmada, GET 2 anketinin Türkiye’deki girişimciler üzerinden geçerlilik ve güvenilirlik ve faktöryel dağılım analizlerine yer verilmektedir.

### Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan 203 çalışanın %46,3'ü erkek, %44,8'i (91) kadınlardan oluşmaktadır. 18 kişi soruya yanıt vermemiştir. Katılımcıların eğitim durumu açısından dağılımı eğitim durumu itibarıyla sıralandığında ise şöyledir: İlköğretim %18,7, lise %36,5, ön lisans %13,8, lisans %18,2 ve yüksek lisans %3,4. Katılımcıların %47,8'i evli iken , %42,4'ü bekârdır. Demografik faktörlere ilişkin değerler Tablo 1'de görülmektedir.

N=203		Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	91	44,8
	Erkek	95	46,8
	Cevapsız	17	8,4
Medeni durum	Evli	97	47,8
	Bekâr	86	42,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	38	18,7
	Lise	74	36,5
	Önlisans	28	13,8
	Lisans	37	18,2
	Lisansüstü	7	3,4
	Cevapsız	19	9,4

**Tablo.1** Örneklemin Demografik Özellikleri

### Bulgular

Girişimcilik eğilimi ölçeğinin güvenilirliğinin değerlendirilmesinde Cronbach Alfa değeri kullanılmıştır. Buna göre 54 maddeli ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0,771 olarak bulunmuştur. Ancak ölçekteki her bir ifadenin ölçek güvenilirliğine katkısı göz önüne alındığında, başarı ihtiyacı boyutundaki 5 ve 6 ile yaratıcılık boyutundaki 11. soruların analizden çıkarıldığı takdirde Alfa katsayısının yükseleceği saptanarak, analiz ilgili ifadeler çıkarılarak tekrarlanmıştır. Güvenirlilik katsayısı temel alınarak yapılan analiz sonucunda 51 madde üzerinden elde edilen değerler girişimcilik eğilimi ölçeğinin boyutları itibarıyla Tablo 2'de sunulmaktadır.

Ölçek	İfade Sayısı	Güvenirlilik katsayısı	Ortalama	Varyans
Girişimcilik eğilimi (GET2)	51	0,78	3,28	,44
Girişimcilik eğilimi çıktıya dair inançlar (Moriano, vd., 2005)	6	,80	4,38	,07
Girişimcilik eğiliminde sübjektif norm (Linan, Chen, 2009)	3	,76	4,06	,06
Girişimcilik özyeterliliği Moriano, vd., 005	5	,86	4,24	,01
Girişimcilik eğilimi (Linan, Chen, 2009)	6	,91	4,49	,02

**Tablo.2** Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Genel girişimcilik ölçeğinin alt boyutlarının güvenilirlik analizlerini değerlendirebilmek amacıyla ters kodlu ifadeler yeniden kodlanarak her bir boyutun cronbach alpha değerleri izlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda Alfa değerleri başarı ihtiyacı ,363; otonomi ,406; yaratıcılık ,446; kontrollü risk alma ,529; içsel kontrol ,485 olarak hesaplanmıştır. Cronbach Alfa katsayısı, hata katsayıları arasında korelasyon kurmaksızın, bir ölçüm aracının; belirli bir soru grubu, anket vb. ölçmek istediği konuyu gerçekten ne derece ölçtüğünü göstermektedir ve bir ölçekteki her bir boyut için en az dört ifadenin bulunduğu ölçüm aracının güvenilirliğini sınamakta en etkin yöntem olarak kabul edilmektedir (Raykov, 1997). Alfa katsayısını bilgisayar programları üzerinden hesaplamak oldukça kolay olmakla beraber bazı kısıtları da bulunmaktadır. Alfa katsayısı belirli bir ölçekteki ifade sayısı arttıkça artmakta ve bir ölçeğin içsel tutarlılığını (homojenliğini) yani tek boyutlu olma durumunu göstermemektedir (John ve Benet-Martinez, 2000). Dolayısıyla her bir boyut için ifadenin fazla olması ve kişilik özelliklerinin de subjektif kriterlere dayanması nedeniyle ölçeğe temel bileşenler ve Varimax döndürme yöntemi ile faktör analizi uygulanarak güvenilirlik katsayısının düşük olmasının nedeninin tek boyut olma kuralının ihlalinden kaynaklanıp kaynaklanmadığı kontrol edilmiştir. Faktör sayısını belirlemek amacıyla grafik gösterimi yöntemi (scree plot) ile 66,913 açıklanan varyans değeri ile 19 yapının ortaya çıktığı görülmüştür. İfadelerin faktör yüklerine bakıldığında tek bir ifadenin ,714 faktör yüküne sahip olduğu, diğer tüm ifadelerin ise ,3 ile ,5 aralığında dağıldığı görülmüştür. Girişimcilik eğilimi literatürde beş boyutla karşılık bulduğundan faktör analizi beş faktör üzerinden tekrar edildiğinde açıklanan varyansın 31,853'te kaldığı görülmüştür ve 25 döndürme üzerinden sonuç çıkarılmadığı izlenmiştir. İterasyon sayısının 100'e çıkarıldığında sonuç elde edilmesi ise istatistiki açıdan optimal sonuçların bulunmadığını göstermektedir.

Hem cronbach Alfa katsayısı değerlerinin düşük olması hem de faktör yük değerleri ile açıklanan varyansın düşük olması anketin geçerliliğinin istatistiki açıdan yeterli olmadığına işaret etmektedir (Henson ve Roberts, 2006). Keşfedici faktör analizi sonucunda istatistiki açıdan yeterli değerler elde edilemediğinden, anket çalışmasının ikinci adımı olan yapısal eşitlik modellemesi ile doğrulayıcı faktör analizi aşamasına geçilmemiştir. Keşfedici faktör analizi elde edilen verilen teoride yer alan yapılarla örtüşüp örtüşmediğini göstermektedir (Gorsuch, 1983). Ayrıca keşfedici faktör analizinde faktör yüklerinin 0,3'ün altında kalması teorik açıdan ele alınan yapının veriler tarafından desteklenmediğini göstermekte ve faktörler arasında korelasyon kurulması doğru bulunmamaktadır (Williams, vd., 2010). 51 ifade ve 19 boyut üzerinden faktör analizi yeterliliği sağlanamadığı için genel girişimcilik eğilimi ölçeğinin diğer ölçeklerle karşılaştırılmasına gidilmemiştir. Çünkü doğrulayıcı faktör analizi keşfedici faktör analizi ile elde edilen faktör yapısının sınanmasına dayanmaktadır.

## **Sonuç**

Bir bilim alanında yapılan ölçümün geçerli olması bilimin temelidir. Genel anlamıyla geçerlilik bir ölçüm aracının ölçmek istediği yapıları ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir (Oliver ve Benet-Martinez, 2000; Nunnally ve Bernstein, 1994). Ölçek geçerliliklerinin incelenmesinde içerik geçerliliği (content validity) ve yüz geçerliliği

(face validity) iki önemli ölçüt niteliği taşımaktadır. İçerik geçerliliğinin sağlanmasında kullanılan ölçeklerin teorik olarak destekleniyor olması ve daha önce kullanılmış olmaları ön plana çıkarken, yüz geçerliliğinin sağlanmasında ise ilgili konuya hakim kişilerce ölçeklerin incelenmesi ve düzenlenmesi gerektiği belirtilmektedir (Hardesty ve Bearden, 2004). Genel girişimcilik eğilimi ölçeği ilgili alanda çalışan akademisyenler tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Bir ölçeğin geçerli sayılabilmesi için gerekli kriterlerden biri de güvenilir olmasıdır. Davranış bilimi alanındaki ölçeklerin nadiren tamamen geçerli ve güvenilir olduğu görülmektedir. Çünkü insanların seçimleri zaman içinde değişebilmekte, belirli bir zaman ve kültür için üretilen bir ölçüm farklı bir zamanda ve kültürde amaçladığı yapıyı ölçmekte yetersiz kalabilmektedir (John ve Benet-Martinez, 2000). Ancak bir araştırmacı bilimsel bir çalışma yapmak istiyorsa geçerlilik ve güvenilirlik kavramlarına önem vermelidir (Peter, 1979).

Belirli bir ölçüm aracında Alfa katsayısının en az ,80 olması istenmekte, aksi takdirde ölçekteki ifadelerin gözden geçirilmesi önerilmektedir (Clark ve Watson, 1995). Güvenirlikle ilgili önemli bir husus, güvenirliliğin ölçme aracını değil de söz konusu ölçme aracına katılımcıların verdiği puanı hesaplamasıdır. Bu nedenle bir ölçüm aracına güvenilir ya da güvenilir değil demek yerine bu ölçüm aracına katılımcıların verdiği cevaplar güvenilirdir şeklinde değerlendirme yapılmalıdır (Thompson, 1994). Ayrıca belirli bir ölçüm aracı hem güvenilir hem de güvenilir olmayan değerler sunabilmektedir (Rowley, 1976).

Bu çalışma genel girişimcilik eğilimi ölçeğinin çalışmada ele alınan örneklem üzerinde alt boyutları itibariyle güvenilirlik ve geçerlilik kriterlerini sağlamadığı sonucuna varmıştır. Her ne kadar ölçek bütün olarak ele alındığında istatistiki açıdan bazı kriterleri sağlasa da, kişilik özellikleri itibariyle ölçek değerlendirildiğinde yetersiz kaldığı görülmüştür. Söz konusu yetersizliğin nedenlerinden birinin kültür olduğu düşünülmektedir. Gelir dağılımındaki farklılıklar, o ülkedeki yönetim tarzı gibi değişkenler kişilik algılamalarını da şekillendirebilmektedir. Örneğin gelir düzeyi yüksek olan ülkelerde bireysel yaşam, mutluluğun temel taşı olarak değerlendirilirken, toplumsal değerlerin bireyinkinden önde tutulduğu Türkiye gibi ülkelerde değişim, olumsuz çıktılarla özdeşleştirilmektedir (Diener, vd., 2003). Thomas ve Mueller'in (2000) dokuz ülkeyi kapsayan çalışması girişimcilere atfedilen içsel kontrol, risk alma ve girişimcilerin yüksek düzeyde enerjiye sahip olma özelliklerinin Amerikan kültüründen uzaklaştıkça düştüğünü göstermektedir. Bir başka çalışmada otonomi, risk alma, yenilikçilik, proaktiflik ve rekabetçilik boyutları üzerinden tanımlanan girişimcilik potansiyelinin ekonomik, politik-yasal ve sosyal faktörler ile küreselleşme düzeyi tarafından şekillendiği belirtilmektedir (Lee ve Peterson, 2000). Aynı zamanda farklı kültürel ortamlarda tek bir girişimci tipolojisinin bilimsel anlamda varlığı tartışmalı bulunmaktadır. Çalışma sonuçları, girişimciliğe dair kavramlar, Amerikan girişimciliğine dair kavramlardan hareket etmekte ve hali hazırdaki akademik dil ve ölçüm araçları farklı kültürlerdeki girişimcileri kapsamamakta mıdır (Thomas ve Mueller, 2000) sorularını yinelemektedir. Ayrıca kişiliğin kültürle yakın ilişkisi göz önüne alınarak, Türkiye'de girişimci kişilik tipolojilerine ilişkin yeni yaklaşımların geliştirilmesi gerekliliğine dikkat çekilmektedir.

Her çalışma gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır. Söz konusu kısıtların başında araştırma örnekleminin sınırlılıkları gelmektedir. Araştırma örneklemini Adana ilinde KOSGEB girişimciliği destekleme programına katılan bireylerden



oluşmaktadır ve araştırmanın diğer bölgeleri de kapsayacak şekilde genişletilmesi araştırmanın güvenilirliğini arttıracaktır. Araştırmanın sadece nicel teknikleri kullanması, girişimcilik tipolojilerini belirlemek açısından yetersiz kalmaktadır. Kişilik özelliklerine ilişkin çalışmaların belirli bir zaman aralığında hem nicel hem de nitel araştırma tekniklerini kapsayacak şekilde düzenlenmesi araştırmanın derinliğini arttıracak bir husustur. Ancak bu çalışma, tek bir zaman kesitinde nicel araştırma tekniği kullanılarak yapılmıştır.

## KAYNAKLAR

- Anderson, A. R., & Smith, R. (2007). The moral space in entrepreneurship: an exploration of ethical imperatives and the moral legitimacy of being enterprising. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(6), 479-497.
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 3(4), 275-294.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93.
- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3), 465-478.
- Brandstatter, H. (1997). Becoming an entrepreneur- a question of personality structure? *Journal of Economic Psychology*, 18, 157-177.
- Brockhaus, R. H. (1975). I-E locus of control scores as predictors of entrepreneurial intentions. *Proceedings of the 35th Annual Meeting* (s. 433-435). Academy of Management, New Orleans.
- Brockhaus, R. H. (1980). 'Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Caird, S. (1991). Testing enterprising tendency in occupational groups. *British Journal of Management*, 2, 177-186.
- Caird, S. (2013). *General measure of enterprising tendency test*. www.get2test.net.
- Carland, J. A., & Carland, J. W. (1991). An Empirical investigation into the distinctions between male and female entrepreneurs and managers. *International Small Business Journal*, 9(3), 62-72.
- Clark, L. A., & Watson, D. (1995). Constructing validity: Basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7(3), 309-319.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.

- Crant, M. J. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-50.
- Demirci, E. (2013). Cross cultural differences in entrepreneurial tendencies: An exploratory view in Turkey and Canada. *International Journal of Entrepreneurship*, 17, 21-40.
- Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, culture and subjective well being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual Review of Psychology*, 54, 403-25.
- Fineman, S. (1977). The achievement motive and its measurement: Where are we now? *British Journal of Psychology*, 68, 1-22.
- Franke, N., & Lühje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288.
- Gartner, W. B. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 12(4), 47-67.
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor analysis* (2nd b.). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Hansemark, O. H. (2000). Predictive validity of TAT and CMPS on the entrepreneurial activity, "start of a new business": a longitudinal study. *Journal of Managerial Psychology*, 15(7), 634 - 654.
- Henson, R. K., & Roberts, K. (2006). Use of exploratory factor analysis in published research. *Educational and Psychological Measurement*, 66(3), 393-416.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. D. (1989). *Entrepreneurship. Starting, developing, and managing*. USA: Irwin.
- John, O. P., & Benet-Martinez, V. (2000). Measurement: Reliability, construct validation, and scale construction. H. T. Reis, & C. M. Judd içinde, *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology* (s. 339-369). New York: Cambridge University Press.
- Johnson, B. R. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3), 39-54.
- Kirby, D. A., & İbrahim, N. (2011). Entrepreneurship education and the creation of an enterprise culture: Provisional results from an experiment in Egypt. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 181-193.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21, 866-885.
- Korunka, C., Hermann, F., Lueder, M., & Mugler, J. (2003). The Entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process—A configurational approach. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(1), 23-42.

- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401–416.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 593–617.
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C., & Schneider, D. R. (2009). Understanding and measuring autonomy: An Entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 33(1), 47-69.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. New York: Van Nostrand.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2011). A cross cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 38(1), 1-24.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75.
- Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., & Spector, T. D. (2009). Opportunity recognition and the tendency to be an entrepreneur: A bivariate genetics perspective. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110, 108–117.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd edition b.). New York: McGraw-Hill.
- Oliver, J. P., & Benet-Martinez, V. (2000). Measurement, reliability, construct validation and scale construction. H. T. Reis, & C. M. Judd içinde, *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology* (s. 339-369). Cambridge: Cambridge University Press.
- Peter, P. J. (1979). Reliability: A Review of psychometric basics and recent marketing practices. *Journal of Marketing Research*, 16, 6-17.
- Raykov, T. (1997). Scale reliability, Cronbach's coefficient alpha, and violations of essential tau-equivalence with fixed congeneric components. *Multivariate Behavioral Research*, 32(4), 329-353.
- Rowley, G. L. (1976). The reliability of observational measures. *American Educational Research Journal*, 13, 51-59.
- Sarasvathy, S. D. (2004). The questions we ask and the questions we care about: Reformulating some problems in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 707-717.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.

- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-27.
- Sibin, W., Matthews, & Dagher, G. K. (2007). Need for achievement, business goals, and entrepreneurial persistence. *Management Research News*, 30(12), 928 - 941.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, C. J. (1990). A Paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(Special Issue: Corporate Entrepreneurship), 17-27.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14(2), 189-214.
- Stormer, F., Kline, T., & Goldenberg, S. (1999). Measuring entrepreneurship with the General Enterprising Tendency (GET) Test: criterion-related validity and reliability. *Human Systems Management*, 18(1), 47-52.
- Sumathipala, A., & Murray, J. (2000). New approach to translating instruments for cross-cultural research: a combined qualitative and quantitative approach for translation and consensus generation. *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, 9(2), 87-95.
- Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A Case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287-301.
- Thompson, B. (1994). Guidelines for authors reporting score reliability estimates. *Educational and Psychological Measurement*, 54, 837-847.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship, A Comparative and Historical Study*. Norwood: Ablex Publishing.
- Williams, B., Onsmann, A., & Brown, T. (2010). Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *E journal of Emergency Primary Health Care*, 8(3), 1-14.