

Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri

Personel Values and Entrepreneurship Tendencies of University Students

Erdoğan BALLI¹

Ayşe İpek KOCA BALLI²

ÖZET

Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile bireysel değerleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılmıştır. 346 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Öğrencilerin bireysel değerlerini belirlemek için Rokeach tarafından oluşturulan ve faktör analizi sonucu ortaya çıkan başarıma, sükunet, evrensellik ve bireysellik değerleri kullanılmıştır. Girişimcilik eğilimini ölçmek için ise Yılmaz ve Sünbül tarafından oluşturulan ve tek faktör olarak ele alınan girişimcilik eğilimi ölçeği kullanılmıştır. Bunun yanı sıra öğrencilerin demografik değişkenleri de incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi gösterdiği ve bireysel değerlerden evrensellik değerine en çok önem verdiği görülmüştür. Girişimcilik eğilimi ile en yüksek düzeyde ilişkide olan değer başarıma değeridir ve pozitif yönlüdür. Ayrıca öğrencilerin cinsiyetleri ile evrensellik değeri, ilk ve orta öğrenimini geçirdikleri yer ile sükunet değeri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile sınıfları, genel not ortalamaları ve aylık harcamaları arasında da anlamlı ilişkiler görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Değerler, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Üniversite Öğrencileri

ABSTRACT

This study was conducted in order to determine the relationship between the entrepreneurial inclinations and the individual values of Çukurova University Karataş Tourism and Hotel Management College students. Survey method was used to get information from 346 students. In order to determine such individual values as achievement, peacefulness, universalism and individualism, Rokeach's study served as framework of individual values. And to measure the entrepreneurial inclinations of students, the scale of entrepreneurship tendency by Yılmaz and Sünbül was used in the study. Furthermore, the demographic characteristics of students were also investigated. Analysis results indicate that students showed high entrepreneurial inclinations and attached more importance to the universality among the individual values. Results also show that the achievement has the highest level of positive relation to entrepreneurial inclinations. In addition there are significant relations between the universality and gender; and also between where they spent their primary and secondary education and peacefulness. Results also show that there are significant relations between the students' entrepreneurial inclinations and their classes, their overall grade point average and amount of their monthly expenditures.

Keywords: Personal Values, Entrepreneurship, Entrepreneurial Inclinations, University Students

¹ Öğr.Gör., Çukurova Üniversitesi, Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO, eballi@cu.edu.tr

² Öğr.Gör., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ikoca@adanabtu.edu.tr

Giriş

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte daha büyük önem kazanmaya başlayan girişimcilik kavramı ortaçağdan günümüze kadar pek çok kuramcının tanımlamaya çalıştığı bir kavram olarak hem işletme, hem de iktisat yazınının ilgi çeken konularından biri olmuştur (Güney, 2008, s.4). Birçok farklı araştırmacı tarafından farklı yönlerini vurgulayan tanımlar yapılmış olsa da; girişimcilik, aşama aşama refah yaratılan dinamik bir süreçtir. Refah, sermaye, zaman ve/veya belli kariyerde ilerlemeye ilişkin büyük riskleri üstlenebilen veya bir kısım ürün veya hizmetlerin değer kazanmasına katkıda bulunan bireyler tarafından yaratılmaktadır (Gürol, 2000, s.26). Son yirmi yıldır girişimcilik üzerine geçmiş yüzyıldan daha fazla bir sermaye yatırımı yapılmakta ve girişimciliğin kalitesi de gerek nitelik ve gerekse nicelik açısından geçmiş yüzyıla oranla daha fazla gelişmektedir (Top, 2006, s. 36). Girişimciliğin bu şekilde gelişmesi ile girişimcinin kişilik özellikleri ve davranış süreçleri de dikkate alınmaya başlanmıştır.

Değerler, davranışların belirlenmesinde ve açıklanmasında, insanları ve durumları değerlendirmede bireye yardımcı olan içsel odaklı sosyal faktörlerdir. (Schwartz, 1999, s.24). Birçok araştırmacı (Rokeach (1973), Kluckhohn (1951), Lawrance (1985), Hofstede (1980) değerleri, “alternatif durumlar veya davranış biçimleri arasında seçim yapmak” şeklinde tanımlamışlardır.

Değerlerin, davranışların belirlenmesi ve açıklanmasında bir aktör olması ve girişimci denilince ilk akla gelenin bireyin davranışsal süreçleri olması, girişimcilik davranışlarında değer rolü olabileceği fikrini ortaya çıkarmıştır. Bu amaçla çalışmada bireysel değerlerin girişimcilik eğilimine etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde konuya bir giriş yapılmış, ikinci bölümünde konu ile ilgili çalışmalardan bahsedilmiştir. Araştırma yöntemi ile ilgili bilgiler çalışmanın üçüncü bölümünde verilirken, çalışmanın dördüncü bölümünde araştırma bulgularına yer verilmiştir. Son olarak beşinci bölümde ise çalışmanın sonuçlarına ve önerilere yer verilmiştir.

1.Kavramsal Çerçeve

1.1.Girişimcilik Kavramı ve Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almanca’ da “Unternehmen” sözcüklerinden türetilmiştir ve Türkçe’ de “üstlenmek” anlamına gelen bir fiildir. Bu bağlamda da girişimci, bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade etmektedir (Arıkan, 2002, s.27).

Bununla birlikte girişimcilik üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında, kavramın farklı şekillerde tanımlandığı ve farklı yönleri vurgu yapıldığı görülmektedir. Girişimciliğin günümüzdeki yaygın olarak kullanılan tanımı ilk kez 18. yüzyıl başlarında ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon’ göre girişimci, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan

ve üreten kişidir. Bu tanım, girişimcinin risk üstlenme özelliğini vurgulamakta ve bunu ortaya çıkarmaktadır (Tosunoğlu, 2003, s.4-5). Cantillon'dan sonra yine bir iktisatçı olan Say (1803) eserinde girişimcinin, hem üretim hem de dağıtımda merkezi bir koordinasyon rolü oynadığını ileri sürmüştür. Bu bağlamda Say girişimcinin yönetimle ilgili rolüne ilk vurgu yapan iktisatçıdır (Praag, 1999, s.314). Girişimcilik literatürüne büyük katkı sağlayanlardan biri olan Schumpeter girişimciyi; yeni ürünler, yeni süreçler geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni hammadde, yeni mamul arz kaynakları oluşturma veya yeni bir organizasyon yapısı kurma gibi, işletme açısından yeni kombinasyonlar ortaya çıkartarak mevcut ekonomik düzeni yıkan kişi olarak tanımlamıştır (Müftüoğlu, 2004, s.4). Girişimci tanımına yeni bir boyut katarak girişimcinin yenilikçi ve denenmemiş teknolojileri geliştiren biri olduğunu söylemiştir (Kutanis, 2006, s.5).

20.yy.la kadar iş yapan, aktif kimseler için kullanılan girişimci tanımı, zaman içinde gelişerek risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunları hayata geçirme anlamlarını da içine almıştır. (Çetin, 1996). Girişimcilik; risk ve belirsizlik koşulları altında, kazanç elde etme ve büyüme amacı ile yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır (Dollinger, 1999, s.4). Bununla birlikte Drucker, girişimciliğin temelinde yaratıcılık ve yenilikçiliğin olduğundan bahsetmiştir (Drucker 2000, s.121). Girişimcilik ile ilgili tanımların farklı olmasına rağmen genellikle tanımlarda risk alan, yenilik yapan, yönetici olan, karar verici, işi organize eden, fırsat yaratan gibi tanımlamaların geçtiği görülmektedir (Top, 2006, s.8).

Girişimciliğin biçimlenmesini sağlayan üç öge bulunmaktadır: Ekonomik şartlar, sosyolojik şartlar ve psikolojik şartlar. Girişimcinin içinde yetiştiği ve yer aldığı ekonomik çevre onun, ekonomik şartlarını; aile yapısı, aile kökeni, eğitimi, yaşı, vs. onun sosyolojik şartlarını ve nihayet kendisine ilişkin öznel algısı, işini sevmesi, iş disiplini vs. özellikleri de psikolojik şartlarını oluşturmaktadır. Bu üç ögenin çeşitli varyasyonları sonucu girişimcilik biçimlenmektedir (Bahadır, 1996, s.44). Benzer şekilde girişimcilikte bireysel yaklaşımın temsilcilerinden Hisrich vd. (2002) girişimciliğe etki eden faktörler olarak aile, eğitim, kişisel değerler, yaş, iş tecrübesi ve rol modellere dikkat çekmiştir.

Son dönemde girişimciliğin eğilimsel bir süreç olduğunun farkındalığı önem kazanmakta ve "Planlı Davranış Kuramı"na dayanan eğilim modellerine doğru önemli derecede bir yönelim olduğu görülmektedir. Herhangi bir planlı davranışın gerçekleşme ihtimalini en iyi şekilde tahmin etmemize yarayan eğilim, davranışın çekiciliği ve yapılabilirliğinin yanı sıra, belli eylemleri yerine getirmeye yönelik tutumlardan ve bireysel özgeçmiş faktörlerinden etkilenmektedir (Ajzen, 1991, s.181). Girişimcilik eğilimi ya da niyeti, bir bireyin kendi işini kurma yönünde girişimci gayretler gösterme yönündeki eylemlere bağlılığı ya da girişimci bireyin iş planını geliştirmesini ve uygulamasını yönlendiren zihinsel bir süreç olarak tanımlanabilmektedir (Şeşen ve Basım, 2012, s.22).

Girişimcilik eğilimi, her şeyden önce bireysel faktörlerle çevresel faktörlerin bir bileşimi olup, bireylerin kendi işini yapma konusundaki istek ve kararlılığını ifade

etmektedir. Girişimcilik davranışının bir parçası olup, özerklik, yenilik yapma, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi bir yapı gibi temel süreçler ile birlikte bütünü oluşturmaktadır. Yapılan çeşitli araştırmalar yeni bir girişim yaratma eğiliminin mevcut yaşam tarzı, çocukluk, aile çevresi, eğitim, yaş, iş deneyimi ve destek ağları gibi çeşitli unsurları içeren durumsal itme ve çekme faktörleri sonucunda ortaya çıktığını göstermektedir. Bazı bireyler, çalıştığı işteki memnuniyetsizliği, istihdam edilmemesi ve kariyer planlarındaki olumsuz gelişmelerin etkisiyle girişimcilik eğilimine itilmektedir (Börü, 2006, s.26-27).

1.2.Değer Kavramı

Değer kelimesi, Türkçe’de “değmek” kökünden türemiştir ve “bir şeye karşılık olma” anlamına gelmektedir. Osmanlıca’ da ise kıymet, paha, cevher kelimeleri değer kavramına karşılık gelen sözcüklerdir. Batı dillerine bakıldığında ise değer kelimesinin, Hint-Avrupa dillerinde “güç” anlamına gelen “wal” kökünden türemiş olduğu görülmektedir. İlk başta “güçlü” anlamında olan “La valere” sözcüğü zamanla “La valor” kelimesine dönüşmüştür ve İngilizce’ de “value” kelimesi ile ifade edilmektedir (Hançerlioğlu, 1976, s.275).

Değer bir grubun niteliğini ya da bir bireyin özelliğini kapalı ya da açık olarak belirten, bireyin içinde bulunduğu davranışın tarzları, araçları ve amaçları arasından tercih yapmasını etkileyen arzu edilebilen bir kavramdır (Kluckhohn, 1951, s.395). Rokeach (1973, s.3) değerler için “alternatif davranış biçimleri arasından seçim yapmak ve bunları değerlendirmek için kullanılan normatif standartlardır” demiştir. Değerlerin bireysel davranışları anlamada önemli bir etken olduğunu belirten Kahle’ye göre ise, değerler bireyin tutumlarının gelişmesinde temel oluşturmaktadırlar ve tutumlarda karar verme davranışının oluşmasına yön vermektedir (Kim, 2002, s.25).

Schwartz’a göre değerler, bireyin hayatta önem verdiği şeylerin neler olduğunun algılanılmasını sağlayan unsurlardır. Her insan hayatta farklı değerlere sahip olabileceği gibi birden fazla değere de sahip olabilmektedir. Bireyler kendileri için önemli olan unsurların veya olayların farkında oldukları için değerleri ile ilgili sorular ile karşılaştıklarında neredeyse kesine yakın cevaplar verebilirler. İnsanlar kimi zaman bilinçli kimi zaman bilinç dışı olarak değerlerine uygun bir şekilde hareket etmektedirler. Değerler, bilinç dışı bir şekilde işlese dahi hafıza tarafından tekrar değerlendirme sürecine girerler. Bunların sonucu olarak değerler, insan var oluşunun evrensel gereksinimi olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Bardi ve Schwartz, 2003, s.1208).

1.3.Bireysel Değerler ve Girişimcilik Eğilimleri

Girişimcilerin başarısına sadece kişisel özelliklerinden kaynaklanan yönetsel becerileri değil aynı zamanda bilişsel yönelimleri ve değerleri de önemli bir yere sahiptir. Girişimcilerin yaşam değerleri, kuracakları organizasyon tipi, gerçekleştirdikleri fonksiyon ya da faaliyet türlerini etkileyebilmektedir. Bu bilişsel

yönelim girişimcilerin işe ve kurdukları işletmeye yönelik tutumlarına, inançlarına ve değerlerine işaret etmektedir. Bu nedenle girişimcilerin sahip oldukları değerleri bütün iş yaşamları boyunca sergileyecekleri tutumları belirleyebilmektedir (Gasse, 1986, s.50)

Colins ve Moore'un 1964'te imalat işletmesi kuran erkek girişimciler üzerine yaptığı çalışmada öne çıkan değerlerin yüksek düzeyde bir özerklik ihtiyacı, bağımsız olma isteği ve kendi kendine güven olarak belirlendiği görülmüştür. Scheinberg ve MacMillan ise, 1988 yılında 11 ülke de yaptıkları çalışmada, girişimcileri yeni iş kurmaya yönlendiren altı değer olduğu sonucuna varmışlardır. Bu altı değer sırasıyla şöyledir (Kapu, 2001, s. 207):

1. Kabul görme ihtiyacı
2. Gelir elde etme aracı olarak görme
3. Kendini geliştirme aracı olarak görme
4. Bağımsız olma isteği
5. Toplumunu geliştirme isteği
6. Bir çıkış yolu olarak görülmesi

Orta ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yaşayan girişimcilerin mevcut işletmelerini hangi girişimcilik değerlerinin etkisinde kalarak kurduklarını ve onları motive eden yaşam değerlerinin neler olduğunu tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada sırasıyla en önemli değerlerin; topluma katkı, ekonomik nedenler, sosyal kinliğin güçlendirilmesi, toplumsal statü ve prestij kazanma, kendini gerçekleştirme ve aile geleneğini sürdürme olduğu saptanmıştır (Kapu, 2001, s.268).

Kuvan'ın (2007, s.275) Türk girişimcilerin yaşam ve çalışma değerlerini ortaya koymak amacıyla Malatya'da ki girişimciler üzerine yaptığı çalışmada; araştırmaya katılan girişimcilerin, çalışma değerleri incelendiğinde; örgütsel çalışma inancı, kendini gerçekleştirme ve bireysel gelişim çalışma değerlerinin en önemli değerler olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra bu girişimcilerin, yaşam değerleri açısından da toplumsal ve ekonomik yaşam değerlerine önem verdiği de saptanmıştır.

Atatürk Üniversitesi İİBF öğrencilerinin motivasyonel değerlerinin, girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak yapılan çalışmada, öğrencilerin yüksek derecede girişimcilik eğilimine sahip olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra araştırma değişkenleri arasında anlamlı ilişkiler ortaya konmuştur. Buna göre (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009, s.97-98):

- Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler) ve kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ile ilgili değerler arasında olumlu yönlü ve kuvvetli bir ilişki olduğu,
- Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduğu
- Gelirin düşmesi ile girişimcilik niyetinin azalma gerçekleştiği görülmektedir.

2.Araştırmanın Yöntemi

Bu bölümde araştırmanın evreni, örnekleme, örneklemin seçilme yöntemi gibi konular açıklanmıştır. Bunun yanı sıra araştırmada kullanılan ölçüm ve analiz tekniğinden bahsedilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde değerler ve girişimcilik eğilimi ölçekleri ile ilgili bilgilere de yer verilmiştir.

2.1.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Karataş Yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimini, değerlerini ve değerlerinin girişimcilik eğilimleri üzerine etkisini belirlemek amacıyla yapılan çalışmanın araştırma soruları şunlardır:

Araştırma Sorusu 1: Öğrencilerin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırma Sorusu 2: Öğrencilerin bireysel değerleri ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırma Sorusu 3: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini belirlemeye yönelik olan bu çalışma, istihdam yaratma ve ekonomik kalkınmanın önemli unsuru olan girişimciliğin, kariyer planı yapmakta olan üniversite öğrencileri tarafından ne derece arzu edilmekte olduğunu ölçmeye çalışmaktadır. Girişimcilik eğiliminin; öğrencinin geliri, cinsiyeti, akademik başarısı, büyüdüğü yerleşim yeri gibi çeşitli unsurlarla incelendiği çalışmada, öğrencilerin bireysel değerlerinin bu eğilimlere etkisi de araştırılmıştır. Öğrencilerin değerlerinin neler olduğu ve bu değerlerin demografik faktörlerle ilişkisi de çalışma da incelenmiştir.

Araştırmanın evrenini Çukurova Üniversitesi Karataş Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. Sistematik bir örneklem yönteminin öngörülme engeller ortaya çıkaracağı düşüncesiyle, rastgele seçim yöntemi ile 20 günlük bir dönem süresince mümkün olduğu kadar çok öğrenciye ulaşılmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak bu süre için de 346 öğrenciye ulaşılmıştır.

2.2.Araştırmanın Modeli, Metodu ve Analiz Tekniği

Araştırma anketi üç temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bireysel değerler ile ilgili anket maddeleri bulunmaktadır. İkinci bölümde girişimcilik eğilimleri ile ilgili anket maddeleri bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise katılımcılara yönelik demografik değişkenler bulunmaktadır. Ankette demografik değişkenler dışındaki değişkenler “1=kesinlikle katılmıyorum” ve “5=kesinlikle katılıyorum” ifadelerinin yer aldığı 5’li likert ölçeği ile ölçülmektedir.

Öğrencilerin bireysel değerlerini belirlemek amacıyla ise Rokeach (1973) tarafından oluşturulmuş bireysel değerler ölçeğinin amaçsal değerleri ölçen 18 maddesi kullanılmıştır. Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemek amacıyla Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen girişimcilik eğilimi ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte 36 madde bulunmaktadır.

Örneklem kitlesinden elde edilen anketler SPSS programı yardımıyla bilgisayara girilmiş ve analiz edilmiştir. Örnekleme dahil üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ve kariyer değerleri incelenirken aritmetik ortalama, standart sapma, mod, medyan gibi merkezi dağılım ölçüleri ile grupların genişliğini karşılaştırmak için yüzdelik dilimler kullanılmıştır. Bunun yanı sıra araştırma sonuçlarının test edilmesi için genelleyici istatistiksel yöntemlerden tek yönlü varyans analizi, regresyon analizi ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

2.3.Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmanın ilk bölümünde bulunan bireysel değerler envanterinin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha değerinin ,905 çıkmasıyla ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için ise faktör analizi yapılmıştır. Temel bileşenler analizinde, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olup olmadığının belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri ile verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen Bartlett testlerinin, Tablo 1'de görüldüğü gibi anlamlıdır. Bireysel değerler ölçeği için gerçekleştirilen faktör analizlerinde, binişik madde ölçeğin kapsamından çıkarılmıştır. Gerçekleştirilen faktör analizlerin sonucunda, ölçeğin yapısal geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 1. KMO ve Bartlett Testlerinin Sonuçları

	KMO değeri	Bartlett Değeri	Bartlett Anlamlılık
Bireysel Değerler Ölçeği	,867	2081,405	,000

Tablo 2'de görüldüğü gibi binişik maddenin çıkartılmasıyla 17 madde kalan ölçek maddeleri dört faktör altında toplanmışlardır. Başarma adı verilen ilk faktör toplam varyansın % 41,769'unu, sükunet adı verilen ikinci faktör toplam varyansın % 13,09'unu, evrensellik adı verilen üçüncü faktör toplam varyansın % 7,993'ünü ve son olarak bireysellik adı verilen dördüncü faktör toplam varyansın % 7,13'ünü açıklamaktadır.

Tablo 2. Bireysel Değerler Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha	Ort.	Standart Sapma
Başarma		7,10	41,77	,81	4,33	,72
d18. Yaşamı anlayabilmek bence yaşamın esas amacıdır.	,835					
d15. Sosyal çevrede kabul görmek benim için önemlidir.	,785					
d3. Yaşamın amacı bir şeyleri başararak topluma katkıda bulunmak olmalıdır.	,782					
d16. Kendime olan saygımı korumak benim için önemlidir.	,764					
d17. İnsan yakın dostlukları ile yaşamını anlamlı kılabilir.	,637					
Sükunet		2,225	13,09	,70	4,05	,69
d13. Hayatın tadını çıkararak çalışmaktan çok eğlenerek yaşamak benim temel amacımdır.	,765					
d14. Ahret için de hazırlıklı olmayı hayatın önemli amacı olarak kabul ediyorum.	,741					
d12. Ülkemi tehlikelerden ve düşmanlardan korumak benim için öncelikli amaçtır.	,740					
d9. Yaşamın mutluluktan başka bir amacı olabileceğini düşünmüyorum.	,683					
d10. Kendimle barışık olmak yaşamdaki temel hedefimdir.	,653					
d1. Rahat bir şekilde yaşamak önemlidir.	,602					
Evrensellik		1,359	7,99	,85	4,44	,85
d6. Güzel bir hayat için eşitlik ve kardeşlik yaygınlaştırılmalıdır.	,848					
d5. Dünyayı daha da güzelleştirmeye çalışmak yaşamı anlamlı kılabilir.	,830					
d4. Savaş ve çatışmalardan uzak bir dünya oluşumuna katkıda bulunmak önemlidir.	,787					
Bireysellik		1,212	7,13	,68	4,25	,81
d8. Dilediğim gibi yaşamaktan daha önemli bir amaç düşünmüyorum.	,809					
d2. Yaşamın heyecan dolu anlardan oluşması önemlidir.	,765					
d7. Ailemin ve sevdiğilerimin güvenliğini sağlamak benim için önemlidir.	,603					

Girişimcilik eğiliminin güvenilirlik düzeyi ise ,895 olarak hesaplanmıştır. Ölçek faktörlere ayrılmaksızın tek faktör olarak ele alınacak, Yılmaz ve Sünbül'ün (2009, s.198) yaptığı çalışmasında ki gibi değerlendirilecektir. Tablo 3'de görüldüğü gibi beş farklı düzeyde incelenecektir:

Tablo 3. Girişimcilik Düzeyleri

Puanlar	Girişimcilik Düzeyleri
36-64	Çok Düşük Girişimcilik
65-92	Düşük Girişimcilik
93-123	Orta Düzeyde Girişimcilik
124-151	Yüksek Girişimcilik
152-180	Çok Yüksek Girişimcilik

3.Araştırmanın Bulguları

Bu kısımda örneklem kitlesinin demografik faktörlerin gruplara göre yüzdelik dağılımları verilmiştir. Daha sonra bireysel değerlerin ve girişimcilik eğilimlerinin ortalama ve standart sapmaları ile ilgili analiz sonuçlarından bahsedilmiştir. Daha sonra değerler ile girişimcilik eğilimi arasında ki ilişkiye yönelik analizlerin sonuçlarından bahsedilmiştir. Son olarak değerler ve girişimcilik eğilimleri ile demografik faktörleri ilişkisi ile ilgili bulgulara yer verilmiştir.

3.1.Örnekleme İlişkin İstatistikler

Tablo 4'de çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri gösterilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 49,1 kadın, % 50,9'u erkektir. Öğrencilerin %27,2'sinin yaşı 20 ve altı, %23,6'sının yaşı 21, % 18,5'inin yaşı 22, %13,9'unun yaşı 23 ve son olarak %16,8'inin yaşı 24 ve üzeridir. Araştırmaya katılan öğrencilerden 1. Sınıf olanlar %31,2, 2. Sınıf olanlar %39,9, 3. Sınıf olanlar %11,6, 4. Sınıf olanlar ise %17,3 oranındadır. Öğrencilerin genel not ortalamalarına bakıldığında % 26,6'sının 2,00 ve altı, % 30,6'sının 2,01 ile 2,50 arası, %39,9'unun 2,51 ve 3,50 arası ve son olarak da %2,9'unun 3,51 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ortalama aylık harcama düzeyine bakıldığında ise %17,9'unun 300 TL ve altı, %33'ünün 301 TL ile 500 TL arası, %26,6'sının 501 TL ile 700 TL arası, %22,5'inin ise 701 TL ve üzeri ortalama aylık harcama bütçesine sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %32,4'ü ilk ve orta öğretimini köy, belde ve ilçe de geçirmişken, % 67,6'ı kentlerde geçirmiştir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Dağılımları

N=346		Yüzde	Frekans	N=346		Yüzde	Frekans
Cinsiyet	Kadın	49,1	170	GNO	2,00 ve altı	26,6	92
	Erkek	50,9	176		2,01-2,50	30,6	106
Yaş	20 ve altı	27,2	94	Ortalama Aylık Harcama	2,51-3,50	39,9	138
	21	23,6	82		3,51 ve üzeri	2,9	10
	22	18,5	64		300 ve altı	17,9	62
	23	13,9	48		301-500	33,0	114
	24 ve üzeri	16,8	58		501-700	26,6	92
Sınıf	1	31,2	108	Yerleşim Yeri	701 ve üzeri	22,5	78
	2	39,9	138		Köy, Belde, İlçe	32,4	112
	3	11,6	40		İl	67,6	234
	4	17,3	60				

3.2. Bireysel Değerler ile İlgili Bulgular

Tablo 5’de öğrencilerin bireysel değerlere verdikleri önem sıralamaları görülmektedir. Buna göre öğrenciler için en önemli değer, “evrensellik” değeridir ($X=4,44$). Bunu sırasıyla “başarma” ($X=4,33$), “bireysellik” ($X=4,25$) değerleri izlemektedir. Öğrenciler tarafından en önemsiz görülen değer ise “sükunet” ($X=4,05$) değeridir.

Tablo 5. Bireysel Değerler

	N	Ort.	Std. Sapma
Başarma	344	4,3349	,72
Sükunet	344	4,0455	,69
Evrensellik	344	4,4399	,85
Bireysellik	344	4,2481	,81

Tablo 6 bireysel değerleri oluşturan “başarma”, “sükunet”, “evrensellik”, “bireysellik” boyutları ile katılımcıların cinsiyetleri arası ilişkiyi göstermektedir. Tablo

incelendiğinde sadece “bireysellik” boyutu ile cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F=3,659$; $p<,005$). Analiz sonuçlarına göre kız öğrenciler, erkek öğrencilere göre “bireysellik” değerine daha çok önem vermektedir.

Tablo 6. Bireysel Değerlerin Cinsiyete Göre ANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Gruplar	N	Ort.	Std. Sapma	F	P
Başarma	Kadın	168	4,29	,73	,619	,432
	Erkek	176	4,38	,72		
	Toplam	344	4,33	,72		
Sükunet	Kadın	168	3,99	,73	1,128	,290
	Erkek	176	4,10	,66		
	Toplam	344	4,05	,69		
Evrensellik	Kadın	168	4,50	,77	,941	,333
	Erkek	176	4,38	,91		
	Toplam	344	4,44	,85		
Bireysellik	Kadın	168	4,43	,70	3,659	,020
	Erkek	176	4,17	,90		
	Toplam	344	4,30	,81		

Tablo 7’de bireysel değer boyutları olan “başarma”, “sükunet”, “evrensellik”, “bireysellik” ile örnekleme katılanların sınıfları arasındaki ilişki incelenmiştir. Öğrencilerin sınıfları ile bu bireysel değer boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamaktadır

Tablo 7. Bireysel Değerlerin Sınıflara Göre ANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Gruplar	N	Ort.	Std. Sapma	F	P
Başarma	1. sınıf	106	4,28	,82	,607	,611
	2. sınıf	138	4,36	,69		
	3. sınıf	40	4,21	,76		
	4. sınıf	60	4,46	,57		
	Toplam	344	4,33	,72		
Sükunet	1. sınıf	106	3,95	,81	,915	,435
	2. sınıf	138	4,05	,59		
	3. sınıf	40	4,02	,85		
	4. sınıf	60	4,21	,56		
	Toplam	344	4,045	,69		
Evrensellik	1. sınıf	106	4,25	1,02	1,368	,254
	2. sınıf	138	4,52	,76		
	3. sınıf	40	4,53	,91		
	4. sınıf	60	4,54	,63		
	Toplam	344	4,44	,85		
Bireysellik	1. sınıf	106	4,18	1,00	,380	,768
	2. sınıf	138	4,28	,72		
	3. sınıf	40	4,18	,89		
	4. sınıf	60	4,36	,55		
	Toplam	344	4,25	,81		

Tablo 8’de bireysel değerleri oluşturan “başarma”, “sükunet”, “evrensellik”, “bireysellik” boyutları ile öğrencilerin genel not ortalamaları arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları görülmektedir. Öğrencilerin genel not ortalamaları ile bu bireysel değer boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamaktadır.

Tablo 8. Bireysel Değerlerin Genel Not Ortalamasına Göre ANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Gruplar	N	Ort.	Std. Sapma	F	P
Başarma	2,00 ve altı	92	4,42	,75	1,640	,182
	2,01-2,50	104	4,18	,76		
	2,51-3,50	138	4,41	,67		
	3,51 ve üzeri	8	3,95	,55		
	Toplam	342	4,33	,72		
Sükunet	2,00 ve altı	92	4,10	,67	,199	,897
	2,01-2,50	104	4,05	,63		
	2,51-3,50	138	4,02	,78		
	3,51 ve üzeri	8	3,87	,21		
	Toplam	342	4,05	,69		
Evrensellik	2,00 ve altı	92	4,53	,84	1,377	,252
	2,01-2,50	104	4,28	,92		
	2,51-3,50	138	4,53	,78		
	3,51 ve üzeri	8	4,00	,98		
	Toplam	342	4,44	,85		
Bireysellik	2,00 ve altı	92	4,29	,81	,212	,888
	2,01-2,50	104	4,19	,86		
	2,51-3,50	138	4,25	,81		
	3,51 ve üzeri	8	4,42	,57		
	Toplam	342	4,25	,81		

Tablo 9’da bireysel değer boyutları olan “başarma”, “sükunet”, “evrensellik”, “bireysellik” ile öğrencilerin aylık ortalama harcamaları arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü gibi öğrencilerin aylık ortalama harcamaları ile bireysel değer boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamaktadır.

Tablo 9. Bireysel Değerlerin Aylık Ortalama Harcama Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Gruplar	N	Ort.	Std. Sapma	F	P
Başarma	300 TL ve altı	62	4,30	,70	,306	,821
	301-500 TL	112	4,28	,82		
	501-750 TL	88	4,41	,55		
	750 TL ve üzeri	78	4,35	,79		
	Toplam	340	4,33	,73		
Sükunet	300 TL ve altı	62	4,09	,70	,245	,864
	301-500 TL	112	4,05	,79		
	501-750 TL	88	4,09	,51		
	750 TL ve üzeri	78	3,97	,76		
	Toplam	340	4,05	,70		
Evrensellik	300 TL ve altı	62	4,51	,78	,738	,531
	301-500 TL	112	4,39	,96		
	501-750 TL	88	4,57	,56		
	750 TL ve üzeri	78	4,32	1,01		
	Toplam	340	4,44	,85		
Bireysellik	300 TL ve altı	62	4,24	,90	,499	,684
	301-500 TL	112	4,36	,79		
	501-750 TL	88	4,21	,68		
	750 TL ve üzeri	78	4,15	,99		
	Toplam	340	4,25	,81		

Tablo 10’da bireysel değerleri oluşturan “başarma”, “sükunet”, “evrensellik”, “bireysellik” boyutları ile katılımcıların ilk ve orta öğrenimlerini geçirdikleri yerleşim yeri arasındaki ilişkiye ait ANOVA sonuçları görülmektedir. Tabloda görüldüğü gibi sadece “sükunet” boyutu ile ilk ve orta öğrenimlerini geçirdikleri yerleşim yeri değişkeni arasında istatistiksel anlamda manidar bir ilişkinin varlığından söz edebiliriz (F=3,485; p<,025). Buna göre köy, belde, ilçe gibi ile göre daha küçük yerleşim yerlerinde ilk ve orta öğrenimini geçiren öğrenciler sükunet değerini, ilk ve orta öğrenimini illerde geçiren öğrencilerden daha çok önemsemektedirler.

Tablo10. Bireysel Değerlerin İlk ve Orta Öğreniminin Geçirildiği Yere Göre ANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Gruplar	N	Ort.	Std. Sapma	F	P
Başarma	Köy, Belde, İlçe	110	4,38	,68	,200	,655
	İl	234	4,32	,74		
	Toplam	344	4,33	,72		
Sükunet	Köy, Belde, İlçe	110	4,24	,70	3,485	,025
	İl	234	4,00	,69		
	Toplam	344	4,12	,69		
Evrensellik	Köy, Belde, İlçe	110	4,43	,77	,010	,919
	İl	234	4,44	,88		
	Toplam	344	4,44	,85		
Bireysellik	Köy, Belde, İlçe	110	3,99	,44	,116	,734
	İl	234	4,03	,47		
	Toplam	344	4,02	,46		

3.3. Girişimcilik Eğilimleri ile İlgili Bulgular

Tablo 11’de öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin ortalaması 144,48 olarak hesaplanmıştır. Buna göre öğrenciler yüksek girişimcilik eğilimi göstermektedirler. Sonuçlara bakıldığında öğrencilerin % 0,58’inin düşük girişimcilik eğilimi, %10,98’inin orta düzeyde girişimcilik eğilimi, % 54, 34’ünün yüksek girişimcilik eğilimi, % 33,52’sinin ise çok yüksek girişimcilik eğilimi gösterdiği görülmektedir. Çok düşük girişimcilik eğilimi gösteren öğrenci ise bulunmamaktadır.

Tablo 11. Girişimcilik Eğilimleri

Girişimcilik Düzeyi	Yüzde	Frekans	Top. Ortalaması	Ort.	Standart Sapma
Çok Düşük (36-64)	0	0			
Düşük (65-92)	2	,58			
Orta (93-123)	38	10,98	144,48	4,02	,46
Yüksek (124-151)	188	54,34			
Çok yüksek (152-180)	116	33,52			
Toplam	344	99,42			
Missing	2	,58			

Tablo 12’de, girişimcilik eğiliminin demografik faktörlerle arasında ki ilişkiye ait ANOVA sonuçları görülmektedir. Buna göre, girişimcilik eğilimi ile öğrencilerin sınıfları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklar görülmektedir. 4. Sınıf öğrencileri diğer sınıflarda ki öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik eğilimi göstermektedir (F=4,73, p<,003).

Bunun yanı sıra öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile genel not ortalamaları arasında da anlamlı bir ilişki söz edebiliriz. Buna göre 2.00 ve altı genel not ortalamasına sahip öğrenciler, diğer gruplar arasında en yüksek girişimcilik eğilimi gösteren öğrenci grubudur (F=3,02, p<,031).

Girişimcilik eğilimi ile demografik değişkenler arasında ki istatistiksel açıdan son anlamlı ilişki ise girişimcilik eğilimi ile ortalama aylık harcama arasındaki ilişkidir. Ortalama aylık harcama tutarı 751 TL ve üzeri olan öğrenciler diğer harcama gruplarında ki öğrencilere göre girişimcilik eğiliminin en yüksek olduğu gruptur (F=3,02, p<,031).

Tablo 12. Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenlere Göre ANOVA Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Gruplar	N	Ort.	Std. Sap.	F	P
	Cinsiyet	Kadın	170	3,98	,44	1,44	,232
		Erkek	176	4,06	,48		
		Toplam	346	4,02	,46		
	Sınıf	1.Sınıf	108	3,89	,44	4,73	,003
		2.Sınıf	138	4,09	,40		
		3.Sınıf	40	3,85	,62		
		4.Sınıf	60	4,21	,44		
		Toplam	346	4,02	,46		
	GNO	2,00 ve altı	92	4,13	,34	3,02	,031
		2,01-2,50	106	3,87	,54		
		2,51-3,50	138	4,07	,42		
		3,51-4,00	8	3,99	,78		
		Toplam	344	4,02	,46		
	Ortalama Aylık Harcama	300 ve altı	62	4,04	,37	3,02	,031
		301-500	112	3,91	,49		
		501-750	90	4,01	,46		
		751 ve üzeri	78	4,19	,46		
		Toplam	342	4,02	,46		
Yerleşim Yeri	Köy, Belde, İlçe	112	3,99	,44	,239	,65	
	İl	234	4,03	,47			
	Toplam	346	4,01	,46			

3.4.Girişimcilik Eğilimi İle Değerler Arasındaki İlişki

Tablo 13’de girişimcilik eğilimi ile bireysel değerler arasında ki ilişki gösterilmektedir. Başarma değeri (,323) girişimcilik eğilimi ile en yüksek düzeyde ilişkiye sahiptir. Bunu sırasıyla sükunet, evrensellik ve bireysellik değerleri izlemektedir. Değerlerin tamamının girişimcilik eğilimi ile ilişkisi pozitif yönlüdür.

Tablo 13. Girişimcilik Eğilimi İle Bireysel Değerler Arasındaki İlişkinin Analizi

	Girişimcilik	Başarma	Sükunet	Evrensellik	Bireysellik
Girişimcilik	1	,323**	,204**	,192*	,177*
Başarma	,323**	1	,667**	,731**	,645**
Sükunet	,204**	,667**	1	,552**	,720**
Evrensellik	,192*	,731**	,552**	1	,667**
Bireysellik	,177*	,645**	,720**	,667**	1

** p < 0,01 * p < 0,05

Tablo 14’de girişimcilik eğilimi ile bireysel değer boyutları olan “başarma”, “sükunet”, “evrensellik” ve “bireysellik” arasında ki regresyon sonuçları görülmektedir. Girişimcilik eğiliminin %10,92’u bağımlı değişkenlerle açıklanmaktadır. Girişimcilik eğiliminde en önemli bireysel değer boyutu ise “başarma” değeridir.

Tablo 14. Girişimcilik Eğilimi İle Bireysel Değerler İlişkisi Regresyon Sonuçları

Girişimcilik	Beta D.	T değeri	P	R2	F Değeri	P Değeri
Başarma	,399	3,301	,001			
Sükunet	,002	,019	,985	,109	5,098	,001
Evrensellik	-,083	-,714	,476			
Bireysellik	-,027	-,225	,822			

Sonuç ve Öneriler

Bir ülkenin sosyal ve ekonomik açıdan kalkınması, gelişmesi, o ülkenin istihdam yaratarak toplumsal refah sağlaması için girişimcilik en önemli araçtır. Ülkelerin gelişmesi ve rekabet avantajı sağlayabilmesi için çok önemli olan girişimciliğin yaygınlaştırılması, teşvik edilmesi ve girişimci sayısının artırılması önemlidir. Özellikle toplumların geleceği olan üniversite öğrencilerini girişimcilik konusunda yönlendirmek ve eğitim sistemimizde bu konuyla ilgili gerekli düzenlemeler yapmak son derece gerekli bir hal almaya başlamaktadır. Buradan yola çıkarak yapılan çalışmada Çukurova Üniversitesi Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ve bu girişimcilik eğilimlerine bireysel değerlerin etkisi araştırılmıştır.

Araştırma sonucunda öğrencilerin yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi göstermekte olduğu görülmektedir (144,48). Öğrencilerin bireysel değerleri incelendiğinde ise öğrenciler için en önemli değer evrensellik değeri olduğu ortaya çıkmıştır. Yani huzur

dolu, herkesin eşit, mutlu yaşadığı, savaşlardan uzak bir dünya isteği öğrenciler için en önemli değerdir. Evrensellik değerini sırasıyla başarıma, bireysellik ve sükunet değerleri izlemektedir.

Girişimcilik eğilimi ile ilişkisi en yüksek olan bireysel değer başarıma değeridir. Yani yaşamı anlayarak, sosyal çevrede saygı göyerek, bir şeyler başarıp toplumda iz bırakarak yaşamak isteyen öğrencilerin girişimcilik eğilimleri daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuç girişimciliğin temlinde var olan bir işi başarıarak bireysel ve toplumsal fayda sağlama anlayışına oldukça uygundur.

Bireysel değerler ile demografik faktörler arasındaki ilişkiye baktığımızda kadınların erkeklere göre yüksek bireysel değerlere sahip oldukları görülmektedir. Bunun yanı sıra köy, belde ve ilçe de yaşayanların illerde yaşayanlara göre sükunet değerine daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Rahat bir şekilde, manevi değerlere önem vererek ve bu dünyanın tadını çıkararak yaşamak bu değere sahip insanların özellikleridir. Küçük yerlerde yaşayan insanların büyük şehirlerde yaşayan insanlara göre daha sakin yaşama önem vermeleri anlaşılabilir bir durumdur.

Girişimcilik eğilimi ile demografik faktörler arasında ki ilişkiye bakıldığında ise girişimcilik eğilimi ile yüksek gelire sahip öğrencilerin yüksek girişimcilik eğilimi gösterdiği görülmektedir. Bu durum yüksek gelire sahip kişilerin, girişimcilik için gereken sermaye bulma umudunun yüksek olması ile açıklanabilir. Düşük akademik başarıya sahip öğrenciler, yüksek girişimcilik eğilimi göstermektedirler. Akademik anlamada başarılı olamayan bu gençlerin gelecek ile ilgili planlarında böyle bir yön çizmiş olmaları olasıdır. Son olarak son sınıf öğrencileri diğer sınıflardan daha yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi göstermektedirler. Son sınıf olmaları sebebiyle hayatlarına yön verme arzularının bu sonucun çıkmış olmasına yol açmış olabileceği söylenebilir.

Bundan sonra bu konuda yapılacak çalışmalarda, demografik değişkenlere öğrencilerin ailelerinin girişimcilik geçmişini belirleyecek değişkenler ile öğrencinin girişimcilik eğitimi alıp almadığı belirleyecek değişkenlerin eklenmesi, çalışmanın daha anlamlı hale gelmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179-211.
- Arıkan, S. (2002), *Girisimcilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bardi, A., and Schwartz, S. H. (2003). Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1207-1220.
- Börü, D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayın No.733, İstanbul: Marmara Üniversitesi .

- Çetin C. (1996). *Yeniden yapılanma ve girişimcilik, küçük-orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları
- Dollinger, M. J (1999). *Entrepreneurship*, (Second Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Drucker P. (1993). *Gelecek için yönetim* (çev. Fikret Üçcan). İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Güney, S. (2208). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular* (Genişletilmiş 3.baskı). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye’de kadın girişimci ve küçük işletmesi: fırsatlar, sorunlar, beklentiler ve öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Hançerlioğlu, O. (1976), *Felsefe Ansiklopedisi* (1. Baskı) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hisrich, D.R. , Peters M.P. ,& Shepard D.A. (2012). *Entrepreneurship* (9th Edition). USA: Mc.Graw-Hill Irwin.
- Kapu, H. (2001). *Orta ve Güneydoğu Anadolu’da yaşayan girişimci yöneticilerin yaşam ve girişimcilik değerleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kim Yeonshin. (2002), *The Impact of Personal Value Structures on Consumer Proenvironmental Attitudes, Behaviors, And Consumerism: A Cross-Cultural Study*, Michigan: UMI Dissertation Publishing.
- Kluckhohn, Clyde (1956), "Toward a Comparison of Value Emphasis in Different Cultures," in *The State of Social Sciences*, ed. Leonard D. White, Chicago: The University of Chicago Press, 116-132.
- Kutanis R. Ö. (2006). *Girişimci kadınlar*. Sakarya: Değişim Yayınevi.
- Kuvan, H. (2007). *Türk girişimcilerinin yaşam ve çalışma değerleri malatyalı girişimciler üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Müftüoğlu, M. T., Ürper Y., Başar M., Tosunoğlu T. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Naktiyok, A. ve Timuroğlu M.K. (2009). Öğrencilerin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23, 3, 85-103.
- Praag, C. M. V. (1999). Some classical views on entrepreneurship. *De Economist*, 147(3), 311-335.
- Rokeach, M. (1973), *The Nature of Human Values*, New York: The Free Press.
- Şeşen H. ve Basım N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12, Özel Sayı, 21-28.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Tosunoğlu T. (2003). Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
- Yılmaz, E. ve Sünbül A. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 21, 195-203.