



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş: 11.12.2017 ✓Accepted/Kabul: 19.03.2018

DOI: 10.30794/pausbed.424969

Araştırma Makalesi/ Research Article

İnce, F. (2018). "Z Kuşağının Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 32, Denizli, s.105-113.

Z KUŞAĞININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Fatma İNCE*

Özet

Bireyin doğduğu tarihteki ekonomik, teknolojik ve çevresel şartlar her dönem birbirinden farklı olacağından kişiliğini de etkileyeceği düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle doğum tarihi baz alınarak kuşaklar sınıflandırması yapılmaktadır. Bu sınıflandırmanın en genç tabakası olan Z kuşağı teknoloji merkezli ve çok odaklı bir yaşam tarzı benimsemektedir. Bireylerin doğum tarihlerine göre sahip oldukları bakış açısı farklılıkları, geleceğe yönelik tutumlarını da değiştirmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı Z Kuşağının kariyer tercihlerini, gelecek beklentisini ve iş hayatında önem verdiği değerleri belirlemektir. Bu amaca yönelik olarak masa başı bir iş sahibi olmaya karşılık kendi girişiminin patronu olma eğilimleri ölçülen 102 Turizm bölümü öğrencisinin iş hayatına yönelik saygın bir iş sahibi olma, yeteneklerini gösterme ve işten zevk alma gibi değerlere önem verdiği tespit edilmiştir. Çalışma, henüz kararsız olan Z Kuşağının doğru bir yönlendirme ve nitelikli eğitimle ekonomik gelişime katkıda bulunacak girişimciler olabileceğini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Girişimcilik eğilimi, Girişimci kişilik, Kariyer yönetimi, Değerler.

ENTREPRENEURSHIP TENDENCY OF Z GENERATION: A STUDY ON UNDERGRADUATES

Abstract

It is thought that the economic, technological and environmental conditions in the birthdate will affect the personality because these factors are different in each period. From this point of view, the classification of generation is based on the birthday. Z Generation which is the youngest layer of this classification embraces a technology-centered and multiple lifestyles. The differences in perspectives that individuals have according to their dates of birth also change their attitudes toward the future. From this point of view, the aim of the study is to determine the preferences of Z generation for career preferences, future expectations and the values of the business life. It has been found that 102 tourism department students, whose are analyzed the own their business against the desk job, consider the values of having a reputable job, showing their talents and enjoying work. The study is crucial because it shows that the undecided Z generation can be an entrepreneur who contributes to economic development through accurate orientation and qualified education.

Keywords: Z generation, Entrepreneurship tendency, Entrepreneurial personality, Career management, Values.

*Dr.Öğr.Üyesi, Mersin Üniversitesi, Silifke Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, İşletme Bilgi Yönetimi, MERSİN.
e-posta: fatma_ince@yahoo.com (orcid.org/0000-0002-0628-5858)

1. GİRİŞ

Genetik faktörlerin yanı sıra çevresel faktörlerden de etkilenen kişilik kavramına, doğum tarihi açısından yaklaşan kuşaklar sınıflandırmasına göre, insanlar doğdukları dönemin sosyo-kültürel yapısına göre hareket etme eğilimindedir. Savaş döneminde doğan bir bireyle refah döneminde doğan bir bireyin tecrübeleri aynı olmayacağından, iş hayatına ve sosyal değerlere bakış açısı da farklılaşacaktır. Bu sebepten dolayı kuşakları tanımak farklı nesillerin davranışlarını anlamlandırma, öngörme ve yönlendirme açısından önem taşımaktadır. Şuanda eğitim alan ve birkaç yıl sonra iş hayatına kendi değerlerini aktaracak nesil Z kuşağı olarak adlandırılmakta ve bilgi çağında büyümeleri nedeniyle önceki nesillerden farklı beklentileri olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın amacı, Z kuşağında yer alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini, girişimci kişilik özelliklerini ve iş hayatında önemsedikleri değerleri belirlemektir. Bu noktadan hareketle, çalışmada öncelikle kuşaklarla ilgili sınıflandırmaya yer verilecektir. Ardından Z kuşağının kariyer alternatiflerine yönelik olarak ele alınan girişimci kavramlarına değinilecektir. Bu iki alt başlığın yer aldığı kavramsal çerçevenin ardından Z kuşağının kariyer beklentisine ve değerlerine yönelik gerçekleştirilen araştırma verileri ve analiz sonuçları paylaşılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın daha net anlaşılabilmesi için öncelikle kavramsal açıdan kuşaklarla ilgili yapılan sınıflandırmadan ve araştırmanın konusunu oluşturan Z kuşağından bahsedilecek ardından her ekonomide arzulanan bir kariyer seçeneği olan girişimcilik kavramına değinilecektir.

2.1. Kuşaklar ve Z kuşağı

Kuşaklar, yaşadıkları döneme ait ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerin yanı sıra teknoloji ve küreselleşmeye dair gelişmelerinde etkisiyle yaşa bağlı olarak sınıflandırılmaktadır. Yapılan bu sınıflandırmaya göre her yaş grubunun yetiştiği dönem ve buna bağlı olarak da karakter özellikleri birbirinden farklıdır (McCordle, 2011: 15), bu farklılık çalışan ve girişimci olarak bu grupların davranışlarını da değiştirecektir. Elbette ki sosyal bir varlık olan insanın doğasıyla ilgili kesin sınırlar çizmek oldukça güçtür ancak bu tür sınıflandırmalar bir grup insanın genel yapısıyla ilgili bilgi vermek açısından faydalı görülmektedir. Bu bakış açısıyla yeni neslin davranışlarını öngörmek, anlamak ve sınıflandırmak, farklılıklara vurgu yapan çeşitli bakış açılarını incelemeyi gerektirmektedir.

İlk olarak 1945 yılı ve öncesinde doğanlar savaş dönemini yaşadıkları için sessiz kuşak, yapıcılar ya da inşacılar olarak adlandırılmaktadır. Dünyada yaşanan önemli olayların damgasını vurduğu bu dönemde tüketici ve çalışan olarak insan üzerinde odaklanmak yerine, tarih sayfalarında yerini alan ciddi sorunlar dikkat çekmektedir. Günümüz işletmeleri açısından mevcut çalışan sınıfına giren ilk kuşak ise 1946-1964 yılları arasında doğan ve II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan nüfus patlamasına vurgu yapan Baby Boomer (Mills, 1999: 224) yani bebek patlaması kuşağı gelmektedir.

İkinci kuşak 1965 ve 1979 yılları arasında doğan ve Türkiye nüfusunun %22'sini oluşturan X kuşağıdır. Dünya petrol krizi, sağ-sol çatışmaları ve darbeler döneminde yetişen bu kuşak günümüz işletmelerinde genellikle yönetici olarak istihdam edilmektedir. Üçüncü kuşak ise 1980-1994 yılları arasında doğan Y kuşağıdır ve bu kuşak Türkiye'nin %35'ini oluşturmaktadır. Yaş itibarıyla orta seviyede yönetici ya da yeni işe başlayan bu kuşak ile ilgili dikkat edilmesi gereken birçok faktör bulunmaktadır. Şu an henüz iş hayatına atılmayan, 1995 sonrası doğumlu ve nüfusun %17'sini oluşturan (Okan ve Yalman, 2013: 139) ve XYZ formülünden adını alan son nesil Z kuşağıdır.

Geniş aile yapısı, radyonun altın yılları, insan hakları hareketleri ve çok partili döneme geçiş gibi olayları yaşayan baby boomer kuşağı, adeta çalışmak için yaşamaktadır. Çünkü dünya ekonomisi savaş sonrası toparlanma dönemindedir ve bu durum o dönemde yaşayan insanların iş buldukları için şükretmelerine ve bir ömür boyu sorgulamadan o işte çalışmalarına neden olmuştur (Taylor and Keeter, 2010: 72). İş değiştirmek risklidir, bu nedenle düşünülmez. Otoriteye karşı saygılı, çatışmadan uzak, tüm hayallerin emekliliğe ertelendiği bir yaşam felsefesi söz konusudur. Çalışanların odak noktası teknoloji değil hizmettir (Mills, 1999: 220). X kuşağı ise yaşamak için çalışmaktadır. Yaşam kalitesine verilen bu önem nedeniyle daha az çocuk yapılmakta ve geniş aile yerini biraz daha bireyci bir yapıya bırakmaktadır. İş değiştirmek oldukça normaldir, daha iyi kariyer imkânları varsa değerlendirilmelidir. Bu dönemde kadın işgücünün ekonomiye katkısı artmıştır. Otoriteden korkmayan ancak uyumlu bir yapıya sahip olan X kuşakları, kıdeme dayalı olarak yükselirken yeniliklere de adapte olmaya çalışır (Yu and Miller, 2005: 39). Odak noktası üretim değil pazarlamadır, birçok şeyi yapabileceğini düşündüğünden zaman

yönetimi sorunu vardır. İş yaparken genellikle yalnız olmak ister ve yüksek motivasyona sahiptir.

Farklılıkların öne çıktığı, sosyal medyanın etkilerinin arttığı, aile onayının önemli olduğu bir dönemde yetişen Y kuşakları için iş değiştirmek hayatın bir parçasıdır ve aynı anda birden çok kariyer yürütülebilir. Kendini işle ifade eden bu kuşak, iş ve özel yaşam arasındaki denge konusunda dikkatlidir. Yetki arzusu ile çalışırken geri bildirim vermekten ve almaktan keyif alırlar. İş saatine değil işe odaklı oldukları için belirlenen mesai saatleri içinde çalışmaktan keyif almazlar. Hemen yönetici olmak isteyen bu kuşağın asıl amacı para harcamak olduğundan, bu sebeple çalışır (Freestone and Mitchell, 2004: 121). Son olarak iklim değişikliği, bilgi teknolojileri ve çok fazla uyaran olan bir dönemde doğan Z kuşakları, teknolojinin gelişimi ve akıllı cihazların yaygınlaşmasına bağlı olarak tek bir konuya odaklanamaz genellikle birden çok şeye odaklanırlar. İşlemleri online yapabildiğinden üşengeçtir. Birini dinlerken aynı anda fotoğraf çekip yayınlayabilmesi birden fazla işi aynı anda yapabilme yeteneği olarak yorumlandığı gibi saygısızlık olarak da yorumlanabilmektedir (McCrinkle, 2011: 99). Aile hayatında her şeye dâhil olan bu kuşağın çok iyi yönlendirilmesi gerekmektedir. Gelecekte iş hayatında sanal zekâyla karşılaşması düşünülen bu kuşak çalışanları yeni iş alanları ve yeni çalışma biçimleri geliştireceklerdir (Vizjak, 1994: 26). Çünkü bu kuşak sokakta değil bilgisayarda sosyalleşmektedir.

Marka şikâyetlerini doğrudan internet üzerinden yapan Z kuşakları, akıllı telefon tüketimiyle dikkat çekmektedir. Gittikleri mekanları online bildirerek paylaşmayı seven bu kuşak, markalara bağlanma konusunda gönülsüz davranabilmektedir. Yetişme şekli nedeniyle internette alışveriş oldukça olağan gelmekte, ürünü almadan önce dokunma ihtiyacı hissetmemektedir (Freestone and Mitchell, 2004: 122).

Kuşaklarla ilgili yapılan çalışmalar farklı noktalara değinmektedir. Schwartz (2002) değerler sınıflandırmasından hareketle Z kuşağını ele alan Zygaiteiene vd. (2017: 236) göre bu kuşak zayıfların korunması, arkadaşlık, doğaya duyarlılık ve herkese eşit fırsatlar tanınması gibi değerleri benimsemektedir. Hampton ve Keys (2017: 112) çalışmasında Z kuşağının farklı şekillerde eğitilmesi gerektiğini savunmaktadır. Çünkü iş hayatına atıldıklarında bu döneme ait bireylerin kurs eğitimleriyle yaşam boyu öğrenmeyi devam ettirecekleri düşünülmektedir.

2.2. Girişimci Kişilik ve Girişimcilik Eğilimi

Temel ekonomik hedeflere ulaşabilmenin vazgeçilmez öğelerinden biri olan girişimcilik kavramı, ele alındığı bilim dalına göre farklı şekillerde tanımlanmış ve çeşitli özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. 1755'te Cantillon ve ardından 1803'te Say tarafından kullanılan ve günümüzde yaygın olarak kabul gören haliyle Schumpeter (1911) tarafından tanımlanan girişimcilik, "iş yapmak, üstlenmek, fırsat yaratmak, yenilikçilikle ve işletme kurarak istek ve ihtiyaçları gidermek" olarak nitelendirilmektedir (Müftüoğlu, 1996: 22). Bu noktadan hareketle girişimcilik kavramı, "gerekli zaman ve parayı harcayarak, beraberinde getirdiği finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek; etkinliklerin sonucunda oluşan parasal/kişisel tatmin ve bağımsızlığı kazandıracak değeri olan yeni bir şey yaratma süreci" olarak tanımlanabilir (Atasoy, 2012: 35). Bu açıklama, girişimcinin ortaya koyduğu organizasyonun, eylemlerin ve yarattığı yeni sonuçların oluşturduğu bir bütündür şeklinde yapılan girişimcilik tanımının genişletilmiş halidir (Top, 2012: 19). İktisat, inovasyon ve örgüt açısından yapılan farklı tanımlamalar girişimciliğin bireyler kadar ülke ekonomisine olan katkısına da vurgu yapmaktadır. Bu nedenle, kariyerine kendi iş fikrini hayata geçirerek devam eden bireylerin, ekonomik olduğu kadar toplumsal değer yarattıkları da söylenebilir.

Önemli bir kavram olan girişimciliği etkileyen, içsel ve dışsal birçok faktör bulunmaktadır. Girişimcilik temelinde bir kişilik özelliği olmasına rağmen, tek başına bu bakış açısı bazı bireylerin neden diğerlerine göre daha girişimci olduğunu açıklamakta yeterli olmamaktadır. Bu nedenle bazı kişilik kuramları, davranışsal kuramlar ve sosyolojik yaklaşımlar bu farklılıkları açıklamaya çalışmaktadır. Bu bakış açısına göre girişimciliği etkileyen üç temel faktör bulunmaktadır (Bridge ve O'Neill, 2012: 223):

- Geçmişten gelen faktörler: Genetik yapı, eğitim, aile, geçmişte kazanılan deneyimler gibi kişiye has özelliklerdir.
- Örgüt yapısıyla ilgili faktörler: Beşeri ilişkiler, işle ilgili kazanılan bilgi ve beceri, iş tecrübesi, güdülenme ve coğrafi konum gibi örgüte ait değişkenlerdir.
- Çevresel faktörler: Kişisel ve işletmeye ait özelliklerin dışında kalan ekonomik şartlar, risk sermayesine ulaşılabilirlik, model girişimcilerin varlığı, danışmanlık hizmetlerinin olup olmaması, tüketici ve iş gücü yapısı, lojistik ve diğer hizmet desteklerine ulaşılma gibi ekonomik ve sosyal öğelerdir.

Bu çalışmada girişimciliği etkileyen sosyo-kültürel ya da dışsal faktörler yerine içsel yani kişilik özellikleri incelenecektir. Bu nedende girişimci kişilik yapısına ve girişimcilik eğilimine değinilen çalışmada, katılımcıların

geleceğe yönelik planları ve girişimcilik algılamaları incelenecektir. Yaygın şekilde kabul gördüğü haliyle, bu çalışmada da girişimci kişilik altılı sınıflandırmasıyla ele alınacaktır. Bu noktadan hareketle girişimciliği belirleyen kişilik özellikleri ve açıklamaları şu şekilde sıralanabilir (Rauch ve Frese, 2007: 354; Brandstatter, 2011: 224):

•Risk alma: Hem kişisel hem de toplumsal yönü olan risk alma eğilimi, girişimcinin kabullenebilir risk aralık başarısızlıkları minimize etmesiyle ilgilidir.

•Yenilikçilik: Ticarileştirilebilen yeni ve yaratıcı fikirler, girişimsel sürecin vazgeçilmez öğelerindedir. Odaklanma, meydan okuma ve iş birliği gerektiren yenilikler, girişimciliğin beklenen katkılarından biridir.

•Başarma ihtiyacı: Her girişim belirli bir hedefi başarmak üzere kurulur. Başarma ihtiyacının en büyük destekçisi, olasılıkları ısrarla takip etmek ve küçük yenilgilerde pes etmemektir.

•Belirsizliğe tolerans: Hesaplı risk üstelenen girişimci, gerçekçi olduğundan risk üstelenebilmekte ve belirsizliğe karşı toleranslı durabilmektedir.

•Kendine güven: Saygınlık ve gelir elde etme, mücadele hevesi gibi birçok faktör nedeniyle girişimci içsel motivasyon sağlayabilmekte ve harekete geçme enerjisini kendinden almaktadır.

•Kontrol odağı: Yeni bir işe girebilecek özgüven sahip olan girişimci, hayatına kendisi yön verme ve başkalarından emir almama eğilimindedir.

Bu özelliklerin yanı sıra girişimci kişiliğin göstergesi olarak kullanılan duygusal denge ve strese tahammül, fırsatları görebilme ve değerlendirme, vizyonerlik ve gerçekçi iyimserlik, disiplinli çalışma, dışa dönüklük ve kural yıkıcılık gibi özellikler de bulunmaktadır (Littunen, 2000: 300). Girişimcilik eğilimi ise tüm bu kişisel özelliklerin yanı sıra çevresel faktörlerin sunduğu fırsatlarla birlikte ortaya çıkan yeni bir girişim kurmaya yönelik niyet olarak değerlendirilmektedir. İsteyerek ya da durumsal şartlar sonucunda yeni bir iş kurma niyetinde olan bireyler, daha bağımsız olma ve bir iş fikrini hayata geçirme gibi hayallerle kariyerlerine kendi işlerinin patronu olarak devam etmeyi tercih etmektedirler. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, girişimcilik eğiliminin, kişisel yani içsel faktörlerden etkilendiği (Korkmaz, 2000: 165; Arslan 2002: 7; Barutçu ve İrmış, 2012: 20; Özdemir, 2015: 55) görülmektedir. Ancak demografik faktörler bazı çalışmalarda girişimcilik eğilimini etkilerken (Bozkurt, 2007: 94; Cansız, 2007: 32), bazılarında etkilememektedir (Wang ve Wong, 2004: 164). Literatürde yer alan araştırmalardan yola çıkılarak sonraki başlıkta Z kuşağı kapsamında ele alınan öğrencilerin kariyer yönetimiyle ilgili olarak girişimcilik eğilimleri, girişimci kişilik özellikleri ve iş hayatında önemsedikleri değerlere yer verilecektir.

3. ARAŞTIRMA

Bu bölümde öncelikle çalışmanın amacı ve bu amaca yönelik olarak geliştirilen hipotezler sunulacak, ardından örneklem kapsamında elde edilen verilerin analizlerine yer verilecektir. Son olarak bulgulara değinilerek sonuç ve önerilere geçilecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Z kuşağında yer alan ve birkaç yıl sonra istihdam edilmek üzere eğitim alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini, girişimci kişilik özelliklerini ve iş hayatında önemsedikleri değerleri belirlemektir. Ayrıca ikincil amaç olarak girişimci kişilik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler analiz edilecek ve diğer kariyer seçenekleriyle karşılaştırılacaktır.

Araştırmada girişimcilik eğilimi tek boyutlu olarak ele alınırken, girişimci kişiliği ölçmek için 6 alt boyuttan faydalanılmaktadır. Risk alma, yenilikçilik, başarma ihtiyacı, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve kontrol odağı olmak üzere sınıflandırılan bu alt boyutlar, bireyin girişimci kişiliğe yönelik algısını ölçmek için kullanılmaktadır.

Bu değişkenler kapsamında, kariyer yönetimi, girişimcilik eğilimi ve girişimci kişilik değişkenlerine yönelik olarak geliştirilen araştırma soruları şu şekilde sıralanabilir:

- Katılımcıların girişimcilik eğilimi hangi seviyededir?
- Girişimcilik eğilimi ile girişimci kişilik özellikleri arasında ilişki var mıdır?
- Katılımcıların geleceğe yönelik kariyer planları nelerdir?

- Girişimcilik dışındaki kariyer beklentileri hangi seviyededir?
- Girişimciliğe ve kariyere yönelik algılar demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?
- Katılımcıların iş hayatında önemsedikleri değerler nelerdir?

Bu sorular ışığında geliştirilen araştırma hipotezleri şu şekildedir:

- H1: Girişimci kişilik ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.
- H2: Değişkenlere ait ortalamalar demografik faktörlere göre anlamlı bir farklılık gösterir.

3.2. Evren ve Örneklem

Geliştirilen anket formu yardımıyla tam sayım metodu kullanılarak toplanan verilerin araştırma evreni Selçuk Üniversitesi Silifke-Taşucu Meslek Yüksekokulu'nda 2016-2017 Bahar döneminde okuyan Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Eksik ya da hatalı anketlerin çıkarılması sonucunda analize tabi tutulmak üzere 102 anket toplanmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Anket formu 36 ifade ile girişimci kişilik ölçeği (Koh, 1996: 13; Bozkurt, 2005: 22), 14 ifade ile girişimcilik eğilimi (Girginer ve Uçgun, 2004: 784), 10 ifade ile iş hayatına yönelik değerler, kariyer planı ve çeşitli demografik sorulardan oluşmaktadır. İki ölçek ve demografik soruların yer aldığı ankette, katılımcılardan her bir ifadeye katılım düzeylerini beşli likert tipi ölçek (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) üzerinden değerlendirmeleri istenmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarına göre girişimci kişilik ve girişimcilik eğilimi ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha (α) katsayısı 0,785 olarak tespit edilmiştir.

3.4. Bulgular

14 ifadeden oluşan girişimcilik eğilimi değişkeninin ortalaması 5'li likert ölçeğine göre 3,25 olarak belirlenmiştir. Bu nedenle girişimcilik eğilimi algısının ölçeğin orta noktasından yüksek seviyeye geçtiği noktalarda bir ortalamaya sahip olduğu yani 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum ile 4: Katılıyorum arasında olduğu söylenebilir. 5'li likert ölçeğinde 0,00 ile 1,79 arası çok düşük, 1,80 ile 2,59 arası düşük, 2,60 ile 3,39 arası orta, 3,40 ile 4,19 arası yüksek ve 4,20 ile 5,00 arası çok yüksek olarak değerlendirilmektedir (Yurdakul ve Bostancı, 2016: 120). Ayrıca, 0,00-2,60 arası katılmama, 2,61-3,20 arası kararsızlık, 3,21-5,00 arası değerler ise katılma olarak nitelendirilmektedir (Nakip, 2005: 78). Bu nedenle 3,25 girişimcilik eğilimi katılıyorum yönünde orta seviyede bir algılamaya yorumlanabilir.

Örneklem kapsamında öğrencilerin geleceğe yönelik planlarının anlaşılabilmesi için kariyerle ilgili ifadelere verilen yanıtlara bakıldığında; masa başı bir işte çalışma isteğine yönelik ifade 3,24 yani katılma yönünde orta seviyede bir değer alırken; eğitime devam etme arzusu 4,20 gibi çok yüksek seviyede katılma yönünde bir değer almıştır. Ters bir şekilde kamuda çalışma arzusu 2,48 yani düşük seviyede ve katılmama yönünde çıkmıştır. Kariyer yönetimine ilişkin ifadelerden en yüksek değer alanlar yani katılımcıların en çok önemsedikleri değerler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Kariyer yönetimi ifadelerinin tanımlayıcı istatistikleri

Değişkenler	Ortalama	St.Spma
Yeteneklerin gösterilebileceği bir işte çalışmak	4,030	0,850
Toplumda saygı duyulan bir meslek sahibi olmak	4,040	0,889
Yapılan işten zevk almak	4,120	0,800
Geleceği güvence altına almak	4,200	0,821
Gurur duyulacak bir meslek sahibi olmak	3,990	0,845
Sıkıcı olmayan bir işte çalışmak	3,820	0,876
Kazancı bol bir iş bulmak	3,860	0,812

Özel yaşama mani olmayan bir işte çalışmak	3,930	0,878
--	-------	-------

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında çoğunluğunun kadın ve bekar (%76) olduğu ve 19-22 yaş aralığında olduğu (%82) görülmektedir. Yani öğrenciler yaş açısından 1995 ve sonrasında doğan Z kuşağı dilimine girmektedir. Ayrıca %32'si 3 kardeş sahibi ve %41'i ilk çocuktur. %58'inin anne eğitim seviyesi ve %59'unun baba eğitim seviyesi ilköğretimdir. Aile geliri %44'ünde asgari ücret seviyesindedir ve %65'i aile geliri ile masraflarını karşılarken, %9'u boş zamanlarında çalışmaktadır. %40'ünün ailesinde iş kuran en az bir birey bulunurken %60'ında iş kurma tecrübesi yaşanmamıştır.

Tablo 2: Girişimcilik değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler

Değişkenler	Ortalama	St.Spma
Girişimcilik Eğilimi	3,258	0,358
Risk Alma	3,113	0,566
Yenilikçilik	3,291	0,671
Başarma ihtiyacı	3,621	0,455
Belirsizliğe Tolerans	3,267	0,426
Kendine Güven	2,988	0,688
Kontrol Odağı	3,100	0,471

Girişimcilik eğilimi ve girişimci kişiliğin alt boyutlarına ait ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında en yüksek ortalamanın başarıma ihtiyacındayken, en düşük ortalamanın kendine güven boyutunda olduğu görülmektedir. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Değişkenlere ait korelasyon değerleri

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
1.Girişimcilik Eğilimi	1						
2.Risk Alma	0,070	1					
3.Yenilikçilik	0,086	0,455**	1				
4.Başarma İhtiyacı	0,289**	0,362**	0,171	1			
5.Belirsizliğe Tolerans	0,352**	0,367**	0,402**	0,500**	1		
6.Kendine Güven	0,379**	0,261**	0,183	0,446**	0,376**	1	
7.Kontrol Odağı	0,223*	0,091	0,123	0,146	0,334**	0,317**	1

** p<0,01; * p<0,05; N: 102

Korelasyon analizi sonuçlarına göre girişimcilik eğilimi, girişimci kişilik özelliklerinden başarıma ihtiyacı, belirsizliğe tolerans ve kendine güven boyutları ile 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde ilişkiyi gösterirken, kontrol odağı ile 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde ilişkidir. Ayrıca, risk alma ve yenilikçilik boyutlarının girişimcilik eğilimiyle anlamlı bir ilişkiye sahip olmadığı görülmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin 0,00-0,29 arasında zayıf, 0,30-0,49 arasında düşük seviyede korelasyona sahip olmasına rağmen, istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Bu nedenle, "girişimci kişilik ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır" şeklinde kurulan birinci hipotezin kabul edildiği söylenebilir. Değişkenlerin demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için yapılan t-tesisi ve ANOVA analizleri sonuçlarına dayanarak, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir (F:2,271; p:0,135). Bu nedenle, "değişkenlere ait ortalamalar demografik faktörlere göre anlamlı bir farklılık gösterir" şeklinde kurulan ikinci hipotez reddedilmiştir (p>0,05). Yani demografik açıdan öğrenci örnekleminde girişimcilik eğilimi farklılaşmazken, bu eğilim kişilik özellikleriyle ilişkili olarak tespit edilmiştir.

4. SONUÇ

Z kuşağı olarak ele alınan öğrencilerin yüksek oranda eğitimlerine devam etmek istedikleri (Ortalama: 4,20) ve kamuda istihdam edilmek istemedikleri görülmektedir (Ortalama: 2,48). Girişimcilik eğiliminin orta seviyede

katlıyorum yönünde elde edildiği (Ortalama:3,25) sonucuna da dayanarak öğrencilerin doğru yönlendirilmesi ve desteklenmesi durumunda girişimciliğe yönelebileceği söylenebilir. Girişimci kişilik yapısının risk alma, yenilikçilik, başarıma ihtiyacı, belirsiz tolerans, kendine güven ve kontrol odağı olmak üzere 6 alt boyutta ele alındığı çalışmada, bu kişilik özelliklerinden dördünün girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Özellikle en yüksek ortalama değere sahip olan başarıma ihtiyacının (Ortalama: 3,62), girişimcilik eğilimiyle en yüksek korelasyon değerine sahip olduğu belirlenmiştir (r: 0,289; p:0,003). Bunlara ek olarak, katılımcıların kariyer beklentilerine bakıldığında kamuda çalışma arzusunun düşük (ortalama:2,48), masa başı bir işte çalışma arzusunun orta seviyede (3,24) ve eğitime devam etme arzusunun ise oldukça yüksek (4,20) olduğu görülmektedir. Kariyer yönetimi ve değerlere dair diğer ifadelerle bakıldığında katılımcılar tarafından iş hayatındayken yeteneklerin gösterilmesi (4,03), işten zevk almak (4,12), geleceği güvence altına almak (4,20) ve toplumsal saygı (4,04) kriterlerinin gurur duyulacak bir meslek (3,99), sıkıcı olmayan bir iş (3,82), özel yaşama saygı (3,93) ve bol kazanç (3,86) kıstaslarından daha yüksek değer aldığı söylenebilir. Geleceği güvence altına almak ve belirli bir seviyede kazanç sağlamak ülke ekonomisinin gelişmişlik düzeyiyle de ilgilidir. Ayrıca toplumsal saygı ve statü ihtiyacı da kolektif kültürlerin bir yansıması olarak yorumlanabilir. Ancak bireysel seviyede başarı ihtiyacı ve işten zevk almak gibi arzular katılımcıların finansal beklentiler kadar psikolojik değişkenleri de önemseyişinin bir göstergesidir. Elde edilen sonuçların neden sonuç ilişkisine bakıldığında, girişimciliğin hem doğuştan gelen özelliklerle hem de eğitimle geliştirilebilen yapısı sonucunda, bazı özelliklere sahip öğrencilerin girişimciliğe daha yatkın olduğu ve doğru bir yönlendirme ile girişimcilik alanında alacakları eğitimin onları bu yönde cesaretlendirebileceği söylenebilir. Çünkü öğrencilerin masa başı bir işte çalışma arzusu ile girişimci olma arzusunun orta seviyelerde ve katlıyorum yönünde olduğu görülmektedir.

Literatürde Z kuşağı ile ilgili çalışmalara bakıldığında Çetin ve Karalar (2016) bilgiyi hızlı işleme becerisinden dolayı Z kuşağının bireysel çalışmada daha başarılı olacağını belirttiği görülmektedir. O nedenle girişimcilik eğilimi olan öğrencilerin bireysel iş kurmaları desteklenebilir. Benzer bakış açısıyla kariyer tercihi ile sosyoekonomik statüyü ilişkilendiren Eroğlu (2017) yenilikçi ve etkili yöntemlerle yeni kuşakların kariyer tercihlerinde yönlendirilmeleri gerektiğini savunmaktadır. Taş vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada belirtildiği gibi insanın yapısı gereği amaçları, duyguları ve ihtiyaçları her dönemde hızla değişmektedir. Bu nedenle Z kuşağının yaşam koşulları göz önüne alınarak kariyer beklentileri konusunda farkındalık sağlanmalı ve beklentilere uygun istihdam politikaları geliştirilmelidir. Çalışmanın katkısı örneklemeyle sınırlı olmakla birlikte yeni neslin düşünce yapısıyla ilgili bilgi vermesi ve konuya dikkat çekmesi açısından oldukça değerlidir. Tüm bu veriler ışığında, girişimcilikle ilgili yapılacak çalışmaların alana değerli katkılar sunacağı ve kariyeri konusunda kararsız kuşakların kendilerine ve ülke

ekonomisine en çok katkı sağlayacak alanlara yönlendirilmesinin faydalı olacağı söylenebilir. Z kuşağını bu konuda desteklemek için eğitimcilerin ve ekonomiye yön veren kurumların dikkatini iş hayatında önemsenen değerlere çekmek gerekmektedir. Çünkü mutlu ve sağlıklı birey, nitelikli ve güçlü bir toplumun en temel yapı taşıdır.

KAYNAKÇA

- Arslan, K. (2002) "Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri", **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 6, 1-11.
- Atasoy, T. (2012). **Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik**, ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Barutçu, E., ve İrmış, A. (2012). "Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 26/2, 1-25.
- Bozkurt, Ö. (2005), "Girişimcilik Kişilik Özellikleri ve Sakarya Üniversitesi Örneği", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Organizasyon Ana Bilim Dalı, Sakarya.
- Bozkurt, Ö. (2007), "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 1/2, 93-111.
- Brandstatter, H. (2011). "Personality Aspects of Entrepreneurship: A look at Five Meta-analyses", **Personality and Individual Differences**, 51/3, 222-230.
- Bridge, S., ve O'Neill, K. (2012). **Understanding Enterprise: Entrepreneurship and Small Business**, Palgrave Macmillan.
- Cansız, E. (2007), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma" *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). "X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma", **Yönetim Bilimleri Dergisi**, 14/28, 157-197.
- Eroğlu, S. E. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Gelecek Kariyer Fırsatları: Kariyer Olgunluğu, Kariyer Karar Verme Yetkinliği & Sosyoekonomik Statü", **Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, 7/13, 824-835.
- Freestone, O. Ve Mitchell, V. (2004), "Generation Y Attitudes Towards E-ethics and Internet-related Misbehaviours", **Journal of Business Ethics**, October, 54/2, 121-128.
- Girginer, N. ve Uçkun, N. (2004). "İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıkları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, Eskişehir.
- Hampton, D. C., ve Keys, Y. (2017). "Generation Z students: Will They Change Our Nursing Classrooms?", **Journal of Nursing Education and Practice**, 7/4, 111-115.
- Koh, C. H. (1996), "Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA students", **Journal of Managerial Psychology**, 11/3, 12-25.
- Korkmaz, S. (2000). "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 18, 163-169.
- Littunen, H. (2000). "Entrepreneurship and The Characteristics of The Entrepreneurial Personality", **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 6/6, 295-310.
- McCrinkle M. (2011). **The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations**, UNSW Press, Australia.
- Mills, T. L. (1999), "When Grandchildren Grow Up: Role Transition and Family Solidarity Among Baby Boomer Grandchildren and Their Grandparents", **Journal of Aging Studies**, Summer, 13/2, 219-239.
- Müftüoğlu, T. (1996). **Girişimcilik**, Eskişehir AU-AOF Yayınları, No. 524, Eskişehir.
- Nakip, M. (2005). **Pazarlama Araştırmalarına Giriş (SPSS destekli)**. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Okan, E. Y. ve N. Yalman (2013). "Türkiye'de Tartışmalı Reklamlar: Kuşaklar Arası Karşılaştırma", **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 31/2, 135-152.
- Özdemir, L. (2015). "Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 20/1, 41-65.
- Rauch, A., ve Frese, M. (2007). "Let's Put The Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on

- The Relationship Between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success", **European Journal of Work and Organizational Psychology**, 16/4, 353-385.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçüköğlü, M., "Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri", **Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, 7/13, 1032-1048.
- Taylor, P. ve S. Keeter (2010). **Millenials, A Portrait of Generation Next: Confident, Connected, Open to Change**, Washington DC: Pew Research Center.
- Top, S. (2012). **Girişimcilik Keşif Süreci**, Beta Basım, İstanbul.
- Vizjak, A. (1994), "Exploiting Your Synergy Potential: Promoting Collaboration Between Business Units", **Long Range Planning**, February, 27/1, 25-35.
- Wang, C. K. ve Wong, P. (2004). "Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore, **Technovation**, 24/2, 163-72.
- Yu H. ve P. Miller (2005), "Leadership Style: The X Generation and Baby Boomers Compared in Different Cultural Contexts", **Leadership and Organization Development Journal**, 26/1, 35-50.
- Yurdakul, A., ve Bostancı, A. B. (2016). "Öğretmenlerin Okulların Örgütsel Narsizm Düzeylerine Yönelik Görüşleri İle Öz Yeterlilik Algıları Arasındaki İlişki", **Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 6/1, 110-125.
- Zygaitiene, B., Kepaliene, I., ve Baltusite, R. (2017). "Moral Values of Generation Z Students in General Education Schools of Lithuania and Latvia: In Rural Environment, Education, Personality (REEP)". Proceedings of the International Scientific Conference of Latvia University of Agriculture, Latvia.