

Bireysel Değerler İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği

ÖZ

Girişimciler risk alarak sermayesini kar amacı ile yatırıma çeviren kişiler olarak tanımlanmaktadır. Kişilerin girişimci olma eğilimlerini etkileyen çevresel etkenler kadar doğuştan gelen özelliklerde vardır. Girişimcilik eğilimine sahip kişilerin daha fazla başarıya güdüsüne sahip oldukları, risk aldıkları, yenilikçi oldukları ve kendilerine güven duydukları bilinmektedir. Bireysel değer kavramı ise toplumun içindeki üyeleri etkileyen, genelleştirilmiş davranışlarla ortaya çıkan paylaşılan davranışlardır. Bireysel değerler kişinin davranışlarını etkiler. Bu çalışmada bireysel değerler, girişimcilik eğilimi ile ilişkili olarak ele alınmıştır. Çalışmanın amacı; Düzce üniversitesi öğrencilerinin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Tabakalı örneklem yöntemi ile 373 kişi araştırmaya dahil edilmiştir. Girişimcilik eğilimi tek boyut olarak değerlendirilmiştir. Bireysel ise değerler başarıya, sükûnet, evrensellik ve bireysellik olmak üzere dört boyutta incelenmiştir. Araştırma sonucunda bireysel değerler ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkinin olduğu görülmüştür. Bireysel değerleri oluşturan 4 boyuttan en yüksek oranlı ilişkiye sahip olan boyut ise başarıya eğilimi olmuştur. Araştırmada bireysel değerler ve girişimcilik eğilimi değişkenlerine yönelik olarak demografik özellikler açısından örneklemedeki tek farklılık cinsiyet açısından ortaya çıkmıştır. Kadınların bireysel değer algıları erkelere oran ile daha yüksektir.

Öznur BOZKURT¹

Armağan ERCAN²

İrfan YURT³

Anahtar Kelimeler: Bireysel Değerler, Değer, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi.

Evaluation of The Relationship Between Individual Values and Entrepreneurship Tendency: Sample of Düzce University

ABSTRACT

Entrepreneurs are defined as people who take risks and invest their capital with profit-making purposes. There are innate qualities as well as environmental factors that influence the tendency of people to be entrepreneurs. It is known that those with entrepreneurial tendencies have the potential to achieve more, risk taking, innovative and self-confident. The concept of individual value is the shared behavior that affects the members of the society and emerges with generalized behavior. Individual values affect the behavior of the person. In this study, individual values are considered in relation to entrepreneurship tendency. Purpose of the study; assess the relationship between individual values of students and entrepreneurship tendency in Düzce University. Survey technique was used in the research. 373 people were included in the survey by stratified sample method. Entrepreneurship tendency was examined in four dimensions as achievement, serenity, universality and individuality in the study evaluated as one dimension. As a result of, the research, it is seen that there is a meaningful relationship between individual values and entrepreneurship tendency. The dimension with the highest proportion of the 4 dimensions that constitute individual values was the tendency to achieve the only difference in demographic characteristics regarding the individual values and entrepreneurship tendency variables in the survey was gender. Women's perceptions of biennial value are higher than men.

Keywords; Individual Values, Value, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency.

¹ Doç. Dr., Öznur Bozkurt, Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi,
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

² Armağan Ercan,

Düzce Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Girişimcilik
Anabilim Dalı

armagan.ercan1453@gmail.com

³ Öğr. Gör. İrfan Yurt Karabük, Üniversitesi, Safranbolu MYO

irfanyurt@karabuk.edu.tr

1. GİRİŞ

Girişimci mal ve hizmet üretmek için üretim faktörlerini bir araya getiren, kar ya da zararı göze alarak sahip olduğu sermayeyi yatırıma dönüştüren kişi ya da kişilerdir. Girişimci olan insanlar temek olarak risk alma eğilimi gösterebilen, liderlik eğilimine sahip, kendine güveni olan, gelecek odaklı düşünebilen, fırsatları görüp değerlendirebilen ve kararlı yapıya sahip kişiler olduğu ön görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu, Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri, 2015 yılı verilerine göre Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) toplam girişim sayısının %99,8'ini, istihdamın %74,2'sini, maaş ve ücretlerin %54,7'sini, cironun %63,8'ini, faktör maliyetiyle katma değer (FMKD) %52,8'ini ve maddi mallara ilişkin brüt yatırımın %53,3'ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu verilere dayanarak yeni bir girişimin ve ülke içindeki yeri ve öneminin büyük olduğu söylenebilir. Aynı zamanda her girişimci toplum içerisinde yer alan sosyal bir varlıktır ve her girişimcinin çeşitli etkenlerin etkisinde kalarak oluşturdukları bireysel değer yargıları mevcuttur. Bireylerin sahip olduğu değerler ve bu değerlere bağlı olarak geliştirilen tutumlar, onların bireysel ve örgütsel davranışlarını etkilemektedir. Bireyler, kendilerinin ve çevrenin değerleriyle oluşan bir ortamda yaşamlarını sürdürmeye çalışırlar (Oğuz, 2012: 1309-1325). Değerler aynı zamanda bireylerin içinde yaşadığı toplum adına oldukça önem arz etmektedir. Geleceğin girişimci adayları olan üniversite öğrencilerinin toplumsal kabul görmüş insani evrensel değerlere sahip olmaları, beklenen ve olması gereken bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıklamalar kapsamında, toplumun yükseköğrenim gören kesimi olan üniversite öğrencilerinin sahip olduğu değer düzeyinin incelenmesi araştırmayı önemli kılacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı; Düzce üniversitesi, öğrencilerinin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmanın bağımsız değişkeni bireysel değerler iken, bağımlı değişken ise girişimcilik eğilimidir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimci, Girişimcilik ve Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik kavramının tarihsel süreci insanlık tarihi kadar çok eskilere dayanmakta ve girişimcilik kavramı ile ilgili literatürde çok fazla yer alan farklı tanımlar yapılmıştır (Aşkın vd., 2011: 56). Girişimcilik, Fransızca bir sözcük olan *entreprendre/entrepreneuriat* kelimelerinin anlamlarından gelen bir şey yapmak” veya “bir şeyi üstlenmek” sözcüğünden gelmektedir (Taysı ve Canbaz, 2014: 60). Girişimcilik kavramının tanımı Ekonomi alanında ilk olarak Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından 18.yy da yapılmıştır. Cantillon, girişimciliği kar elde etmek için garantisi olmayan riskleri üstlenerek sermaye birikimi sağlama süreci olarak tanımlamıştır (Korkmaz, 2012: 210). Girişimcilik kavramı 20.yy'da ekonomik olayların ötesinde psikoloji ve sosyoloji gibi alanların araştırma konusu olmamıştır (Akçakanat vd., 2014: 138). Girişimci ve girişimcilik kavramları arasında net bir ayrım yapılamamakta; ancak aralarında küçük olarak farklar bulunmaktadır (Demirel ve Tikici, 2010: 225). Girişimcilik, girişimcinin riski üstlenip çevrenin sunduğu yeni fırsatları değerlendirerek kar amacıyla mal ya da hizmet üretme faaliyetidir (Açıkgöz vd., 2017: 2). Zamanla değişen ve gelişen girişimci kavramı ise; daha çok kar/zarar riskini göze alma, yeniliklere ayak uydurabilme, fırsatları değerlendirme ve bunların tamamını hayata geçirme süreci olarak ifade edilmektedir (Altunoğlu vd., 2012: 108).

Diğer bir tanımla girişimci, işletmeyi kuran, yönlendiren, geleceğe ilişkin hedef planları yapan (Akdemir, 2012: 29), emek, doğal kaynaklar ve sermaye gibi üretim etkenlerini birleştirerek, mal ya da hizmet ortaya çıkarmak amacıyla, risk alma eyleminde bulunan kişidir. Girişimcilik ise; sermaye, emek ve üretim etkenlerinin bir araya gelmesi (Yılmaz ve Sünbül, 2009: 1), değer oluşturmak için kar amacıyla hareket eden yeni bir işletme kurma ya da mal veya hizmet üretme sürecidir (Bird, 1989: 5). Girişimci risk ve belirsizlik olgularıyla karşı karşıya geldiğinde kendine güvenen bir bireysel değere sahip olmasından dolayı girişimci değişimi fırsat olarak değerlendirilmektedir (Cansız, 2007: 18).

Günümüze kadar, dünyada ve ülkemizde önemini artırarak sürdüren bir kavram olan girişimcilik (Akçakanat vd., 2014: 139); birçok insanın toplumun ekonomik ve sosyal ana akımına girmesini, kültür oluşumunu, nüfus uyumunu, sosyal hareketliliği kolaylaştıran bir eylem olmuştur (Bednarzik, 2000: 5). Girişimcilik, bireylerin ihtiyaçlarının tespiti sonucu ortaya çıkarılan ihtiyaçların fırsata dönüştürülerek yatırım yapma isteğinden ve bu istek sonucu bireylerin iş imkânı, gelir düzeyi, yatırım oranlarının artması, ayrıca ekonomik büyümeyi ve genişlemeyi beraberinde getirerek toplumun refahını artırmasını sağlamasından dolayı bireyler için önem taşımaktadır (Dilsiz ve Kölük, 2005: 5). Girişim; somut ve soyut olmak üzere iki farklı kavram olarak ele alınabilir. Somut kavram

olarak, üretim faktörlerinin hizmet, mal üretmek, pazarlamak maksadıyla bir araya getirildiği, soyut kavram olarak ise, girişimcilerin işletme kurmak amacıyla katlandıkları zorlukları, ortaya koydukları riskleri ve uğraşları kapsamaktadır (Erbatu, 2008: 3).

Girişimcilik ise fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olmak üzere iki farklı kavram olarak ele alınabilir. Fırsat girişimciliği; kâr getirisi olan bir pazarda potansiyel fırsatların değerlendirilerek yatırım yapılması (Ulaş, 2006: 137), yaratıcı girişimcilik; buluş yada yaratıcı fikirlerin ya da mal ve hizmetin nitelik, fiyat gibi yönlerden analizi, planlanması, uygulamaya koyulması ve sonuçlarını denetleyerek fırsatların pazara sunulmasıdır (Cansız, 2007: 45). Bireyler, kendilerini ifade edebilmek, yeni fırsatlar oluşturmak, ekonomiye katkı sağlamak ve yeni işler kurmak isterler. Bir ülkenin kalkınmasının itici gücü olan girişimci; amacına ulaşmak için kendi işini kurmak, iş sahibi veya sermaye sahibi olmak gibi atılımlarla pek çok risk alıp kendi işini kurma ve sürekliliğini sağlama eğiliminde bulunur (Akçakanat vd., 2014: 139). Girişimciler bir ülkenin kalkınma ve gelişme gücünün en önemli işlevini oluşturan. Bir iş adamı için girişimci; tüm riskleri göze alan bir yatırımcı, hırslı, aşırı istekli bir rakip, bir ortak olarak ifade edilmektedir (Hisrich ve Peters, 1998: 10). Girişimci; başarı motivasyonu ile hareket eden, çevresine kayıtsız kalmayan, gerekli olan kaynakları bir araya getirebilen kişidir (Açıkgöz vd., 2017: 2). Mesuliyet ve risk taşıyan işleri benimseyen, iyimser, yenilikçi bir değere sahip (Cansız, 2007: 19), kâr getirisi olan iş için bireyin sermayesini, emeğini ortaya koyarak karşılaşılabileceği riskleri göz önüne alan, yeteneklerine, çaba ve becerisine güvenerek risklere katlanma cesareti gösteren kişidir (Pişkinsüt, 2011: 98). Girişimcilik eğilimi ise, sermaye, emek ve zaman açısından riskleri kabullenme, ürün ve hizmetlerin değerindeki artışta etkili olan girişimciler tarafından kademe kademe oluşan etkin bir süreçtir (Gürol, 2000: 26).

Girişimcilik kavramı hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde girişimciliğin; “başlatma/üretme/sezme/bulma”, “yeni işletme”, “yenilik/yeni ürünler/yeni pazar”, “fırsatların peşinde koşma”, “risk üstlenme/risk yönetimi/belirsizlik”, “kâr arzusu/bireysel fayda”, “üretim yolları ve kaynakları”, “yönetim”, “değer yaratma”, “büyüme arzusu”, “girişim”, “değişim oluşturma”, “sahiplik”, “sorumluluk/yetki”, “strateji oluşturma” gibi farklı sözcüklerle tanımlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu sözcüklerden hareketle girişimciliğin devamlı olarak değişen bir değere sahip olduğu ve girişimcilik kavramı üzerine tek tip bir tanımın oluşturulmasının mümkün olamayacağı sonucuna ulaşılmıştır (Akçakanat vd., 2014: 139).

Ekonomik, teknolojik, kültürel, sosyal, psikolojik, demografik unsurların ve kişilik özelliklerin bir araya gelmesiyle şekillenen girişimcilik, bireylerin yoğun bir girişimcilik isteklenmesine sahip olmalarıyla ortaya çıkmakta (Korkmaz, 2012: 211), girişimcilik eğilimine sahip kişiler kendi benliğinin meydan okuyuşlarına karşı çıkmayı benimseyebilmektedir (Sarıttaş ve Duran, 2017: 150).

Girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında; aile faktörü olarak aile bireylerinin kendi işine sahip olmasının, özellikle de anne babanın mesleklerinin, toplumdaki konumlarının aile çevresinin, akrabalık ilişkileri ve doğum sırasının (İrmiş ve Barutçu, 2012: 4), aile büyükleri tarafından girişimcilik eğilimli motive ve teşvik edilmesi (Sarıttaş ve Duran, 2017: 150), eğitim faktörü olarak bireylerin eğitilmesi sonucu kişide ortaya çıkarılmış gizli girişimci yönlerinin ortaya çıkması (Altunoğlu vd., 2012: 110), ayrıca eğitimle bireylerin yanlış işler yapmalarını önleme, sermaye, emek, doğal kaynakların doğru bir şekilde kullanılması (Cansız, 2007: 42), bireysel değerler faktörü olarak girişimcinin risk alma, kontrol odağı, başarı ihtiyacı, sonucu belli olmayan şeylerle mücadele edebilme, yenilikçi düşünce yapısı, değerlerine güven duygusu (Akçakanat vd., 2014: 140), yaş faktörü olarak bireylerin farklı yaş aralıklarında oluşan özellikle orta ve genç yaşta bireylerin iş kurma istekleri (Bozkurt, 2007: 96), bazı alanlarda iş tecrübesine sahip bireylerin olumsuz ve olumlu durumları daha evvel fark ederek önsezi geliştirebilmesi (Akçakanat vd., 2014: 140), rol modelleri olarak kişinin akrabaları, ailesi, örnek aldığı diğer bireyler girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasına etki eden faktörlerdir (Bozkurt, 2007: 96).

Girişimcilik eğilimi, bireylerin kendi işinin patronu olma konusundaki istek ve sahip olunan yeteneklerin sonucu kararlılığını eyleme dönüştürerek girişimci bireyin iş planını oluşturmasını ve uygulamasında etkin rol oynayan algılama yetilerinin oluşturduğu bir süreçtir (Basım ve Şeşen, 2012: 22). Girişimcilik eğilimine sahip bireyler girişimci olmayan bireylerden farklı eğilimler göstermektedir. Girişimcilerin sahip olduğu kişilik özellikleri incelendiğinde en çok risk alma eğilimlerinin fazlalığı, başarı ihtiyacı ve kontrol odaklı oldukları üzerinde durulmaktadır (Duran ve Sarıttaş, 2017: 150).

Girişimcilik eğiliminin oluşmasında ekonomik, sosyal ve siyasal yapı, bölgesel ve çevresel koşullar, kişilik özellikleri, eğitim düzeyi gibi çeşitli faktörler etkili olabilmektedir (Güreşçi, 2014: 27). Girişimcilik eğilimi, kişinin

girişimcilik yapmaya yönelmesi ve kendisine olan güven duygusu ile alakalıdır. Girişimcilik eğilimi ile etkili ilişkisi olan gençlerin hayata erken atılmak ve yer edinmek istemeleri, daha enerjik olmaları ve iş fırsatlarını değerlendirme konusunda diğer yaş gruplarına göre daha isteklidir.

2.2. Bireysel Değerler

Değer kavramı, “değmek” kökünden Türkçe’de literatüre girmiş ve “kabul edilen karşılık” anlamına gelmiştir. Osmanlıca’da değer anlamına gelen kıymet, cevher, paha kelimeleri olmuştur. İlk defa Znaniecki tarafından sosyal bilimlerde literatüründe yer edinen değer kavramı Latince “kıymetli olmak” veya “güçlü olmak” manalarına gelen “valere” kökünden türetilmiştir (Aydın, 2003: 122). Günümüzde İngilizce’de “value” kelimesi değer anlamına karşılık kullanılmaktadır (Ballı ve Koca Ballı, 2014: 104).

Değer kavramını düşündüğümüzde ilk akla gelebilecek özellik, topluma ve bireylere yön veren, bireyin tutumlarını belirleyen (tarihi, kültürel, sosyal ve ekonomik etkenler başta olmak üzere çeşitli faktörlere bağlı olarak oluşan) ilkeler, tercihler bütünüdür (Ural, 2000: 3).

Her geçen gün girişimcilik kavramı üzerine daha fazla durulmakta ve girişimci değerlere sahip kişilerin gerçekleştirdiği eğilimlerle sermaye yatırımı artış göstermekte ve bireysel değerlerin etkisiyle nicelik ve nitelik olarak diğer yıllara karşılık girişimciliğin kalitesi daha fazla artış göstermektedir (Top, 2006: 36). Girişimciliğin nitelik ve nicelik açısından gelişmesiyle girişimcinin davranış değerleri ve kişilik özellikleri de dikkate alınmaya başlanmıştır. Değerler, bireylerin davranışlarını nitelendirme, yargılama ve açıklanmasında, bireylerin bilgi toplumuna geçişte dikkat çeken ve ekonomik gelişmeyi belirleyen ana faktörlerden biri ve olayları anlamlandırmada bireye yön veren sosyal faktörlerdir (Ballı ve Koca Ballı, 2014: 102).

Bireyin tutumlarını derinden etkileyen, tutumlarının gelişmesinde temel oluşturan (Ballı ve Koca Ballı, 2014: 104), yaşanmışlığın getirdiği gerçekliğin etkili bir unsuru olan ve varoluşa etki eden değerler, bireyin tutumlarında karar verme davranışının oluşmasında etkin olduğu gibi, bireyin yaşamı süresince karşılaştığı sorunları çözümleme, motivasyon sağlama, bireysel gelişimi sürdürme ve bireydeki bütünlüğün sağlanması davranışlarında etkin olduğu görülmektedir (Asan vd., 2013: 15).

Schwartz, “bireyin davranışını etkileyen bağlı olduğu değerler” olarak tanımladığı bireysel değer kavramını (Yıldız ve Kapu, 2012: 42), güç (bireyler üzerinde etkin olma, sosyal statü, saygınlık), başarı (becerilerini sunarak elde edilen kişisel başarı) (Bozacı vd., 2014: 42), hazcılık (bireyin duygusal tatmini), uyarılımlı (yaşamda değişim, karşı gelme heyecan ve coşku), kendini yönlendirme (özgür düşünce, keşfetme), evrenselcilik (tabiat ve beşeriyetin refahı için koruma, değer verme), iyilikseverlik (bireylerin refahının artırma ve himaye etme), gelenekçilik (geleneksel kültürün ve inancın kazandırdığı görüş ve gelenekleri benimsemek, saygı göstermek) (Yıldız ve Kapu, 2012: 42), uyuma (toplumla adaptasyon ve bütünlük), güvenlik (toplum ve bireyin varlığının, ilişkilerinin uyumu, güvenliği) (Pazarcık, 2010: 40-42) olarak on boyut altında toplamıştır.

Değerler, davranışsal ve düşünsel aşamaların içeriğini oluşturan, istenilen son durumlar hakkındaki ve bireyin değişik durumlarda gösterdiği devamlı davranışlarla şekillenen inançlardır (Özgener, 2004: 126). Bireylerin kendi kişisel dünyalarının çeşitli yönleri ile ilgili algı ve kavramlarının ortaya çıkmasında ve gelişim göstermesinde önemli bir yer edinen ve mevcudiyetin anlamına etki eden değerler, (Asan vd., 2008: 15) sosyal birey değerlerini sorgulamasına, bunun sonucunda bireysel değerlerinin anlam kazanmasına ve hayatın anlaşılıp yorumlanmasına önderlik eder (Bozgeyikli vd., 2008: 71) ve kişiliklerin ve bilişsel sistemin bir parçası olup, bireyin hayatına yön verir (Bulut ve İşman, 2004: 279), yalnızca bireyin yaşamına etki etmez, bireyin yaşamı sürecinde yapmak zorunda kaldığı tercih, sorun çözme, motivasyon sağlama, bireysel gelişimi devam ettirme süreçlerinde bireyin düşünce ve davranışlarını yönlendirmede de önemli bir yere sahiptir (Asan vd., 2008: 15).

Her bireyin değer ve değerler boyutunun olduğunu söyleyen Rokeach, değer boyutunun da kendi sınırlarında hiyerarşik bir düzeni olduğunu ve bu düzenin bireysel ve toplumsal gelişimlerin etkisiyle yeni değerlerin hiyerarşik düzene kavuşacağını savunmaktadır. Rokeach değerler sistemi Amaçsal değerler (Bireysel, Toplumsal), Araçsal değerler (Ahlaki, Yeterlilik) olarak sınıflamıştır (Başol vd., 2012: 60). Bu çalışmada amaçsal değerlerin bireysel değerler boyutu incelenmiştir.

Amaçsal değerlerin bireysel değerler boyutunu “başarma, sükûnet, evrensellik, bireysellik (hazcılık) ve olumlu olma” değerleri oluşturmaktadır. Rokeach’ın bireysel değer boyutları her bir bireyde hiyerarşik olarak farklı değer alabilmektedir.

2.2.1. Başarma: Başarma, bireylerin kendileri açısından en iyi sonuçlara erişebilmek için çaba sarf etmelerini gerektiren güdü ve başarma güdüsünün ortaya çıkmasını gerektiren başarı ihtiyacıyla üstün bir performans sağlama durumu ya da rekabet boyutunda başarılı olma isteğidir (Baysal ve Tekarslan, 1998: 104). Başarma, insanları girişimciliğe, fark edilebilir olan riskleri üstlenmeye yöneltmek, sorunları çözme yeteneğini geliştirmek ve hedeflerin tespitine yardımcı olmak açısından başarma değeri, bireyleri girişimciliğe yönlendiren bir etkiye bulunmaktadır (Açıkgöz vd., 2017: 3). Bireysel değerlerin kişiden kişiye farklılık göstermesiyle kimi bireylerde başarma güdüsü fazla bazı bireylerde az olabilmektedir. Buda bireylerin girişimcilik eğilimlerini etkilemektedir. McClelland, yoğun başarma güdümlü bireyleri, bireysel sorumlulukları kabullenen, doğru hedefler oluşturarak sonuç odaklı, elde edilebilir, rekabet ve kusursuzluk odaklı olan ve meşakkatli sorumlulukların üstesinden gelen, çok çaba gösteren bireyler olarak tanımlamıştır (Sivri, 2010: 7).

2.2.2. Sükûnet: Toplumda var olan ilişkilerin, kişinin huzurunun, dinginliğinin, soğukkanlılığının ve iç dünyadaki sakinliğinin sürekliliğini temsil eden değerdir (Başol vd., 2012: 60). İçsel sessizliği bulmakta ve bu hali güne yaymakta saklı olan, zihinden, kalpten, gelen sükûnet; sessizlik konuşmaktan kaçmak değil yada birşeyler yapmamak anlamına gelmez, bireyin iç dünyasında huzurlu olmasını sağlar. Sükûnet değeri içinde olan birey hangi durumda olursa olsun, huzur, sükûnet halini gün boyu bütün bedeninde hisseder (Sarıkoç ve Kaplan, 2017).

2.2.3. Evrensellik: Doğayla bütünlük içinde olmayı ve tüm insanlığın refahını gözetin (Bozacı vd., 2014: 442) evrensellik değeri; her bireyin eşit, erdemli, mutlu olmayı, açık fikirli ve toplumsal adaleti temsil etmektedir (Başol vd., 2012: 60). Dünya barışı, kardeşlik, huzur, eşitlik gibi konulara daha çok önem verme düşüncesine sahip olmayı kapsar (Koca, 2009).

2.2.4. Bireysellik: Bireyin kendine has oluşu, bir bireyi diğerlerinden ayıran, bireyi kendine değer vererek hayatın tadını çıkarma, bireysel istek ve zevklerine düşkünlüğü temel amaç olarak kabullenen ve yaşamdan zevk alma, kendini önemseyerek sıradan bir insan olma dışına çıkma değeridir (Deveci, 2014: 2). Bireysellik olgusu tarih içinde değişik kavramlar olarak algılansa da, her zaman bireyin kendini ortaya çıkarılması, diğer bireylerden ayrı bir kimse olma isteği ve kişinin kendi farkındalığını anlayıp yaşamın her alanında varlığını sürdürmesi ve kendine özgü fikirlere sahip olma duygusudur (Eyigün, 2005: 213).

2.3. Bireysel Değerler ve Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilerin başarısına bireysel yeteneklerden kaynaklanan yönetsel becerilerine ek olarak bireysel değerlerinin de etki etmekte olduğu (Ballı ve Koca Ballı, 2014: 104) ve girişimcilik kavramının incelenmesine yönelik yapılan araştırmalarda girişimcilik eğiliminin oluşmasında, bireysel değerler ve bireylerin davranış süreçleriyle etkileşim içinde olduğuna literatürde değinilmektedir. Ballı ve Koca (2014), üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ve girişimcilik eğilimleri üzerine yapmış olduğu çalışmada değerler arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmışlardır. Ballı ve Koca, Çukurova Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin üstün düzeyde girişimcilik isteğine sahip olduklarını ve bireysel değerlerden “evrensellik” değerini daha çok benimsediklerini bunu, başarma, bireysellik ve sükûnet değerlerinin takip ettiğini, bayanların erkeklere oranla yüksek bireysel değerlere sahip oldukları ve “sükûnet” değerine köy, belde ve ilçe de ikamet edenlerin illerde yaşayanlara nazaran daha çok değer verdikleri, girişimcilik eğilimi ile demografik faktörler arasında ki ilişki incelendiğinde ise gelir düzeyi yüksek olan öğrencilerin yüksek girişimcilik eğilimine sahip oldukları ve son sınıfta öğrenim gören öğrencilerin, alt sınıftaki öğrencilere göre daha yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca etrafında saygı görme, hayati anlama, yaşama iz bırakmak isteği olan öğrencilerin sahip olduğu “başarma” değeri girişimcilik eğilimi ile ilişkisi en fazla olan değer olarak bulunmuştur.

Kapu ve Yıldız (2012), yapmış oldukları çalışmada bireysel değere sahip bireylerin girişimcilik eğilimlerinin yardımseverlik, güç ve başarı, güvenlik, evrensellik, geleneksellik, hazcılık eğilimlerinin hangisinin daha etkin olduğunun analizi amacıyla yaptıkları çalışmada, Kafkas Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik eğiliminin yüksek düzeyde çıktığı tespit edilmiş, öğrenciler arasında paylaşılan değerlerin en çok “güvenlik” değerinde görüldüğü, diğer sıralamanın yardımseverlik, evrensellik, geleneksellik, güç ve başarı ve hazcılığın olduğu ve girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde en yüksek düzeyde ilişkide olan bireysel değer “güç ve başarı”, negatif yönde ilişkide olan bireysel değer ise “geleneksellik” değeri olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca çalışan, çalışmayan bireylerin karşılaştırılmasını sağlayan demografik değişkenlerin analizi yapıldığında çalışanların daha fazla girişimcilik eğilimi gösterdiği gözlemlenmiştir.

Koca (2009), Çukurova Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerinin üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri (evrensellik, sükunet, başarıma, bireysellik ve olumlu olma) ile kariyer tercihleri (girişimcilik, güvenlik, saygınlık, bağımsızlık, teknik, rekabetçilik, fonksiyonel ve yönetsel) arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla yapmış olduğu lisans tezinde öğrencilerin kariyer tercihinde en çok önem verdikleri bireysel değerler “başarıma” ve “evrensellik” değerler olduğunu, demografik değişkenlerde ise bireysel değerlerden yalnızca “evrensellik” değeri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre evrensellik boyutunun daha duyarlı olduğunu gözlemiştir. Koca (2009), yapmış olduğu çalışmada kariyer tercihlerin alt boyutundaki “bağımsızlık”, “girişimcilik”, “saygınlık”, “rekabetçilik”, “yönetsel”, “fonksiyonel” değişkenini önemseyen ve tercih eden öğrenciler için, “başarıma” değerinin diğer bireysel değerlerden daha çok önemli olduğunu, “güvenlik” boyutunu tercih eden öğrenciler için ise en önemli bireysel değer “evrensellik” değeri olduğunu belirtmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

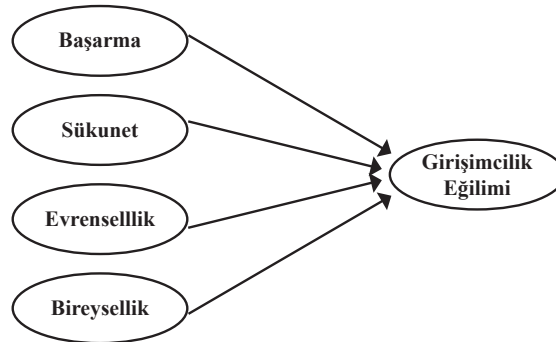
Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket çalışması için örneklem belirlemede olasılıklı örnekleme yöntemlerinden tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma evrenini Düzce Üniversitesi merkez kampüsünde eğitim alan toplam 10070 kişi oluşturmaktadır. Her fakültenin toplam evren içerisindeki yüzdelik dağılımları hesaplanarak 373 kişilik örneklem grubu belirlenmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkeni olan öğrencilerin girişimcilik eğiliminin araştırılmasında Bilge ve Bal (2012)'nin ölçeği kullanılmıştır. Çalışmanın bağımsız değişkeni olan öğrencilerin bireysel değerlerini ölçmek için ise Ballı ve Koca Ballı (2014)'ün ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek bireysel değerleri başarıma, sükunet, bireysellik ve evrensellik olmak üzere 4 boyutta ele almaktadır. Araştırma kapsamında oluşturulan anket verileri SPSS 18. programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik değerlerinin her bir boyut için % 70 in üstünde olduğu, verilerin normal dağılım sergilediği ve faktör yapısının kaynak ölçek ile uyduğu belirlenmiştir.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Güvenilirlik Analizi

İfadeler	Alpha	Standar Sapma	Güvenilirlik Düzeyi
Başarıma	73,3	3,04	Oldukça Güvenilir
Sükunet	71,0	3,33	Oldukça Güvenilir
Evrensellik	81,8	2,30	Yüksek Düzeyde Güvelir
Bireysellik	73,5	2,15	Oldukça Güvenilir
Girişimcilik Eğilimi	89,1	9,71	Yüksek Düzeyde Güvelir

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma iki temel değişkenden oluşmaktadır. İlk değişken bağımsız değişkendir ve, öğrencilerin bireysel değerleridir. Bağımsız değişkenin alt unsurları: başarıma, sükunet, evrensellik ve bireysellik değerleridir. Araştırmanın bağımlı değişkeni ise girişimcilik eğilimidir. Araştırma modelimiz bağımlı ve bağımsız değişkenlerden oluşturularak aşağıda şekil de araştırma modeli gösterilmiştir.



Şekil 1: Kavramsal Araştırma Modeli

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezleri şu şekilde geliştirilmiştir.

Hipotez 1. Öğrencilerin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 2. Bireysel değerlerin alt unsuru olan başarıma değeri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 3. Bireysel değerlerin alt unsuru olan sükunet değeri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 4. Bireysel değerlerin alt unsuru olan evrensellik değeri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Hipotez 5. Bireysel değerlerin alt unsuru olan bireysellik değeri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında örneklemden elde edilen bulgulara yer verilecektir. Öncelikle örnekleme ait temel tanımlayıcı istatistiklere değinilecek ve ardından hipotez testlerine ve sonuçlarının yorumlanmasına geçilecektir.

Tablo 2: Katılımcılar İle İlgili Betimsel İstatistikler

Fakülte	%	Sınıf	%	Öğrenim türü	%
Teknoloji Fakültesi	17,2	1.Sınıf	22,5	Normal Öğretim	81,5
İşletme Fakültesi	25,7	2. Sınıf	21,2	İkinci Öğretim	18,5
Mühendislik Fakültesi	23,9	3. Sınıf	25,7	Toplam	100,0
Sağlık Bilimleri Fakültesi	11,0	4. Sınıf	30,6		
Fen-Edebiyat Fakültesi	12,9	Toplam	100,0	Cinsiyet	%
Orman Fakültesi	6,4			Kadın	48,3
Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	2,9			Erkek	51,7
Toplam	100,0			Toplam	100,0

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcıların fakülte bazında sayılarının, yüzdelik değerleri görülmektedir. Araştırma kapsamında tabakalı örnekleme yöntemi kullanıldığından kişilerin sayısı fakültelerindeki öğrenci sayılarının örnekleme içindeki yüzdelik değerlerine göre belirlenmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların %30,6'sı dördüncü sınıftan oluşmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda araştırmanın daha çok dördüncü sınıfların fikirlerini yansıttığı söylenebilir. Araştırmaya katılanların %81,5 i normal öğretimde ders gören öğrencilerdir. Bu bulgular doğrultusunda araştırmanın daha çok birinci öğretim öğrencilerinin fikirlerini yansıttığı söylenebilir. Araştırmaya katılan katılımcıların %51,7 sini erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 3: Bireysel Değerler Ve Girişimcilik Eğilimi Ortalamaları

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma	N
Başarıma	4,04	,60	373
Sükunet	3,8597	,55	373
Evrensellik	4,2297	,76	373
Bireysellik	3,9750	,71	373
Girişimcilik Eğilimi	3,8893	,53	373

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların bireysel değer düzeyleri ile girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların bireysel değer düzeylerinden en yüksek ortalama evrensellik değerinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3: Girişimcilik Eğilimi İle Bireysel Değerler Arasındaki İlişki

	İfadeler	Girişimcilik	Bireysel değer
Girişimcilik	Korelasyon kat sayısı	1	,518**
	Anlamlılık		,000
Bireysel Değer	Korelasyon kat sayısı	,518**	1
	Anlamlılık	,000	

** . Korelasyon anlamlılık düzeyi 0.01

Tablo 3 incelendiğinde, yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre öğrencilerin bireysel değer düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasında % 51,8 oranında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 4: Bireysel Değerlerin Alt Boyutları İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	İfadeler	Başarma	Sükunet	Evrensellik	Bireysellik	Girişimcilik
Başarma	Korelasyon KatSayısı	1				
	Anlamlılık					
Sükunet	Korelasyon KatSayısı	,539**	1			
	Anlamlılık	,000				
Evrensellik	Korelasyon KatSayısı	,489**	,463**	1		
	Anlamlılık	,000	,000			
Bireysellik	Korelasyon KatSayısı	,406**	,566**	,427**	1	
	Anlamlılık	,000	,000	,000		
Girişimcilik	Korelasyon KatSayısı	,435**	,405**	,391**	,396**	1
	Anlamlılık	,000	,000	,000	,000	

** . Korelasyon anlamlılık düzeyi 0.01

Tablo 4 incelendiğinde yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre bireysel değerlerin alt boyutu olan bireysellik değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında % 39,6 oranında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Evrensellik değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında % 39,1 oranında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Sükunet değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında % 40,5 oranında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Başarma değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında % 43,5 oranında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkilerin genel olarak ortaya yakın olduğu görülmüştür. En yüksek ilişki başarı boyutu açısından ortaya çıkmıştır.

Tablo 5: Demografik Özelliklere Göre Bireysel Değer ve Girişimcilik Eğilimi Farklılıkları

Değişken	Değişken	Anlamlılık düzeyi	Fark
Girişimcilik Eğilimi		0,071	Yok
Bireysel Değer		0,001	Var
Bireysellik		0,004	Var
Evrensellik	Cinsiyet	0,000	Var
Sükunet		0,022	Var
Başarma		0,025	Var

Tablo 5 Değişkenlere göre t-testi tablosu incelendiğinde girişimcilik eğilimi ile cinsiyet değişkeni arasında (0,071>0,050) anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Araştırma kapsamında bireysel değer düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında (0,001<0,050) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bireysel değer oranlamalarına bakıldığında kadın katılımcıların bireysel değer ortalaması 4,09 ve erkeklerin bireysel değer ortalaması ise 3,91 olduğu saptanmıştır. Bu bilgiler ışığında kadın katılımcıların bireysel değer düzeyleri, erkek katılımcıların bireysel değer düzeylerine göre daha yüksek bireysel değer düzeyine sahip olduğu söylenebilir. Araştırma kapsamında bireysel

değerlerin alt boyutu olan bireysellik boyutu ile cinsiyet değişkeni arasında ($0,004 < 0,050$) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bireysellik oranlamalarına bakıldığında kadın katılımcıların bireysellik değeri ortalaması 4,08 ve erkeklerin bireysellik değeri ortalaması ise 3,97 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler ışığında kadın katılımcıların bireysellik değeri, erkek katılımcıların bireysellik değerine göre daha yüksek bireysellik düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Araştırma çerçevesinde bireysel değerlerin alt boyutu olan evrensellik değeri ile cinsiyet değişkeni arasında ($0,000 < 0,050$) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Evrensellik değeri oranlamalarına bakıldığında kadın katılımcıların evrensellik değeri ortalaması 4,38 ve erkeklerin evrensellik değeri ortalaması ise 4,08 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler ışığında kadın katılımcıların evrensellik değeri, erkek katılımcıların evrensellik değerine göre daha yüksek evrensellik değer düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Araştırma çerçevesinde bireysel değerlerin alt boyutu olan sükunet değeri ile cinsiyet değişkeni arasında ($0,022 < 0,050$) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Sükunet değeri oranlamalarına bakıldığında kadın katılımcıların sükunet değeri ortalaması 3,92 ve erkeklerin sükunet değeri ortalaması ise 3,79 olduğu saptanmıştır. Bu bilgiler ışığında kadın katılımcıların sükunet değeri, erkek katılımcıların sükunet değerine göre daha yüksektir. Araştırma çerçevesinde bireysel değerlerin alt boyutu olan başarıma değeri ile cinsiyet değişkeni arasında ($0,025 < 0,050$) anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Başarıma değeri oranlamalarına bakıldığında kadın katılımcıların başarıma değeri ortalaması 4,12 ve erkeklerin başarıma değeri ortalaması ise 3,97 olduğu saptanmıştır. Bu bilgiler ışığında kadın katılımcıların başarıma değeri, erkek katılımcıların başarıma değerine göre daha yüksek başarıma değer düzeyine sahip oldukları söylenebilir.

Bunun dışında sınıf açısından farklılıklarda araştırmada incelenen bir digger konu olmuştur. Üniversite eğitimine yeni başlayanlar ile eğitiminin sonlarına doğru gelmiş olanlar açısından fark olup olmadığı değerlendirilmiştir. Sınıf açısından farklar incelendiğinde bireysel değer düzeylerinin alt boyutu olan sükunet değeri açısından ($0,044 < 0,050$) anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Bu farklılığın nedenini belirlemek için yapılan LSD testine göre 1. sınıf ile 3. sınıf arasında ve 2. sınıf ile 3. sınıfta olan öğrencilerin sükunet değeri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Birinci sınıfın sükunet değeri ortalaması 3,94, ikinci sınıfın sükunet değeri ortalaması 3,95 ve 3. Sınıfın sükunet değeri ortalaması ise 3,76 olarak saptanmıştır. Bu bilgiler ışığında 1. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin 3. Sınıfta öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek düzeyde sükunet değerine sahip oldukları söylenilebilir. Aynı zamanda 2. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin 3. Sınıfta öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek düzeyde sükunet değerine sahip oldukları söylenilebilir.

Tablo 6: Bireysel Değerlerin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi

ANOVA ^b					
Model	Kareler top.	df	Kareler ort.	F	Anlamlılık
Regression	28,892	4	7,223	34,696	000 ^a
Kalan	76,610	368	,208		
Toplam	105,502	372			

Model	St. Olmayan katsayılar		St. Katsayılar	t	Anlamlılık
	B	St. Sapma	Beta		
Sabit katsayı	1,705	,190		8,949	,000
Bireysellik	,130	,041	,175	3,162	,002
Evrensellik	,105	,037	,152	2,819	,005
Sükunet	,106	,057	,111	1,855	,000
Başarıma	,201	,049	,230	4,113	,000

R²: 274, Adjusted R Square: ,266 (b: Bağımlı değişken = Girişimcilik eğilimi a: Bağımsız değişken =Bireysel değerler)

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre tablo 6 incelendiğinde bireysel değerlerin, girişimcilik eğilimini açıklaması ile ilgili model anlamlıdır ($0,00 < 0,050$). Modelin açıklayıcılığı ise %26,6 dır (Adjusted R Square). Bireysel değerler girişimcilik eğilimi üzerinde %26 lık bir etkiye sahiptir. Bireysel değerlerin, alt değişkenlerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini incelemek amacıyla kat sayılar tablosu incelendiğinde; bireysellik alt değişkeninin girişimcilik üzerindeki etkisi %13, evrensellik alt değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi %13, başarıma alt değişkeninin girişimcilik üzerindeki etkisi %13, sükunet alt değişkeninin girişimcilik üzerindeki etkisi %13 olarak saptanmıştır.

rindeki etkisi % 10,5, sükunet değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi % 10.6 ve başarıma alt değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin % 20.1 olduğu görülmektedir. Bireysel değerlerin içinde girişimcilik üzerinde en yüksek etkiye sahip olan boyut ise başarımadır. Başarmayı kendine değer olarak belirlemiş bireylerin girişimcilik eğilimlerinde artacağından aile içinde, eğitim kurumlarında, çalışma hayatında bu değere vurgu yapmak ve bu değere sahip bireyler yetiştirmek oldukça önemli olacaktır.

5. SONUÇLAR

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 Düzce Üniversitesi öğrencilerinin Bireysel değer düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Araştırma kapsamında yapılan analiz sonuçlarına göre öğrencilerin bireysel değer düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bireysel değerlerin alt boyutu olan başarıma değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda H2 hipotezi kabul edilmiştir. Bireysel değerlerin alt boyutu olan sükunet değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda H3 hipotezi kabul edilmiştir. Bireysel değerlerin alt boyutu olan evrensellik değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda H4 hipotezi kabul edilmiştir. Bireysel değerlerin alt boyutu olan bireysellik değişkeni ile girişimcilik eğilimi arasında oranında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda H5 hipotezi kabul edilmiştir. Ballı ve Koca'nın 2014 yılında yaptıkları çalışmada bireysel değerlerin başarıma boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında oldukça yüksek derecede ilişki bulunmuştur. Bu sonuç bu çalışma ile benzer bulgulara ulaşmıştır ve sonuçlar birbirlerini destekler niteliktedir. Girişimcilerin sahip olması gereken kişilik özelliklerinden birisi de başarıma ihtiyacıdır. Başarı güdüsü yüksek bireyler kendilerine ulaşılması yüksek hedefler belirleyerek diğerlerinde daha üstün performans sergilemek durumundadırlar. Bu durum hem yenilik yapmayı hemde risk almayı gerektirdiğinden bireylerin girişimcilik eğilimlerini de pozitif yönde etkilemektedir.

Araştırma kapsamında yapılan t- testi sonuçlarına göre bireysel değer düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bununla birlikte kadın katılımcıların bireysel değer düzeyleri, erkek katılımcıların bireysel değer düzeylerine göre daha yüksek bireysel değer düzeyine sahip olduğu söylenebilir. Araştırma kapsamında bireysel değerlerin alt boyutu olan bireysellik boyutu ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte kadın katılımcıların bireysellik değeri, erkek katılımcıların bireysellik değerine göre daha yüksek bireysellik düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Araştırma çerçevesinde bireysel değerlerin alt boyutu olan evrensellik değeri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yapılan incelemelere göre kadın katılımcıların evrensellik değeri, erkek katılımcıların evrensellik değerine göre daha yüksek oldukları söylenebilir. Araştırma çerçevesinde bireysel değerlerin alt boyutu olan sükunet değeri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu bulgusuna ulaşılmıştır bununla birlikte kadın katılımcıların sükunet değeri, erkek katılımcıların sükunet değerine göre daha yüksek sükunet değeri düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Araştırma çerçevesinde bireysel değerlerin alt boyutu olan başarıma değeri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Yapılan araştırma sonuçları ışığında kadın katılımcıların başarıma değeri, erkek katılımcıların başarıma değerine göre daha yüksek düzeyde oldukları söylenebilir. Ballı ve Koca'nın 2014 yılında yaptıkları çalışmada kadınların erkeklere oranla daha yüksek bireysel değer düzeylerine sahip oldukları görülmektedir. Bu çalışmada bulunan sonuçlara bakıldığında ilgili literatürü destekler nitelikte bulguların ortaya çıktığı söylenebilir.

Bozkurt (2007)'nin yaptığı çalışmada öğrencilerin girişimcilik eğiliminin yüksek olduğu ve son sınıfta öğrenim gören öğrencilerin, alt sınıftaki öğrencilere göre daha yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi gösterdiği görülmektedir. Bu çalışma ile ilgili alan yazında yapılan çalışmaların birbirlerini destekler nitelikte olduğu ve sonuçlarına bakıldığında öğrenim düzeyi arttıkça girişimcilik eğilimi de artmaktadır. Bu durum üniversitelerde öğrenim gören üst sınıf öğrencilerinin artan bilgi birikimine paralel olarak girişimcilik eğilimleri artmaktadır şeklinde yorumlanabileceği

gibi mezuniyet aşamasına yaklaşmış öğrencilerin gelecek kaygılarının artmasıyla birlikte gerek yeni iş fırsatları arama ve gereksede yeni iş fırsatları oluşturma eğilimlerinde arttığı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma kapsamında fakülte ve sınıfsal farklılıklara göre bireysel değerler ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılıkları saptamaya yönelik anova analizi yapılmıştır. Yapılan anova analizi sonuçlarına göre 1.sınıf ile 3. sınıf ve 2. sınıf ile 3. sınıf arasında analizlere göre sükunet değeri açısından anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre 1. ve 2. sınıfta okuyan öğrenciler 3. sınıfta okuyan öğrencilere göre sükunet değeri düzeyleri daha yüksektir. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise öğrencilerin 1. ve 2. yılda sükunet değerleri ortalaması yükselişte iken 3. sınıfta birden bire azalıp 4. sınıfta tekrar yükselişe geçmektedir. Üniversite yaşamına yeni başlamış olan ve kariyer gelecekleri ile alakalı net bilgi ve plana sahip olmayan öğrencilerin sükunet değerinin düşük olması normaldir. Artan bilgi birikimiyle beraber bu sükunet değeri düşmektedir; ancak gelecek kaygısının yaşandığı son sınıfta yeniden yükselişe geçmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre katılımcıların bireysel değer düzeyleri, girişimcilik eğilimleri üzerinde % 54 lük oranda etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bu etkinin alt değişkenler üzerindeki dağılımına bakıldığında; Bireysellik alt değişkeninin girişimcilik üzerindeki etkisi %13, evrensellik alt değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi % 10,5, sükunet değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi % 10,6 ve başarıma alt değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin % 20,1 olduğu görülmektedir. Bu verilere göre bireysel değerlerin alt değişkenlerinin girişimcilik eğilimi üzerinde ilk olarak katılımcıların başarıma duygusuna sahip olma derecesi ve bireysellik yönlerinin ön planda olduğu söylenebilir. Girişimcilikte başarıyı etkileyen en önemli faktör olarak öne sürülen bireyci değerler ve yüksek başarıma güdüsü kişilerin girişimcilğe yönelimlerini diğer tüm faktörlerden daha fazla etkilemektedir. Bireyci değerler risk almayı, önde olmayı ve rekabetçiliği vurgular. Bu değerler ise girişimciliği arttıracı özelliklere sahiptir.

Bu araştırma potansiyel girişimciler olarak değerlendirilen üniversite öğrencileri kapsamında yapılmıştır. İleride yapılacak araştırmalarda potansiyel girişimciler ile girişimsel faaliyete başlamış girişimcilerin kıyaslanabileceği çalışmaların yapılması alan yazına katkı sağlayacaktır. Ayrıca girişimcilik eğilimi üzerinde etkiye sahip olan çevresel faktörlerinde ele alınarak girişimcilik eğiliminin değerlendirileceği çalışmalar yapılması önerilebilir. Nitel çalışmalar ile özellikle odak grup görüşmeleri ile çeşitlendirilecek veri toplama yöntemleri ile yeni araştırmalar yapılması önerilebilir. Girişimciliği destekleyecek bireysel değerlerin eğitim müfredatlarına yerleştirilmesi ve bu konuda eğitim kurumlarında girişimci bireyler yetiştirilmesi üzerine daha fazla odaklanması da önerilebilir.

KAYNAKÇA

- AÇIKGÖZ, A. TETİK, S., ve TÜRKÖĞLU, T. (2017). “MYO Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması”, *Journal of Yasar University*, 12(45), 1-13.
- AKÇAKANAT, T., ÇARIKÇI, İ. H., ve MÜCEVHER, M. H. (2014). “Sözel, Sayısal ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi”: SDÜ Örneği, *AKÜ İIBF Dergisi*- 16(2), 137-153.
- AKDEMİR, A. (2012). *İşletmeciliğin Temel Bilgileri*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- ALTUNOĞLU, A. E., DOĞANER, M., KELEŞ, H. N., ve KIRAL ÖZKAN, T. (2012). “Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5(9), 107-118.
- ASAN, T., DOĞAN, A., EKŞİ, F. ve EKŞİ, H. (2013). “Bireysel Değerler Envanteri'nin Dilsel Eşdeğerlik Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27 (27), 15-38.
- AŞKIN, A., NEHİR, S. ve VURAL, S. (2011). “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 55-72.
- AYDIN, M. (2003). “Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği”, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 121-144.
- BALLI, E., ve KOCA BALLI, A. I. (2014). “Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri, Çukurova Üniversitesi IIBF Dergisi”, 18(1), 101-121.
- BARUTÇU, E. ve İRMİŞ, 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.

- BASIM, N. ve ŞEŞEN H. (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.
- BAŞOL, O., BİLGE, E. ve KUZGUN, Ş. (2012). "Öğrencilerin Kariyer Değerlerini Etkileyen Unsurların Tespitine Yönelik Bir Araştırma", Electronic Journal of Vocational Colleges, 2(3),57-68.
- BEDNARZIK, R. W. (2000, JULY). "The Role of Entrepreneurship In Us and European Job Growth", Monthly Labor Review, 123(7), 3-16.
- BİLGE, H., ve BAL, V. (2012). "Girişimcilik Eğilimi, Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(16).
- BIRD, B. J. (1989). "Entrepreneurial Behavior", Illinois: Foresman and Company.
- BOZACI, İ., GÜRER, A. ve ÖNEREN, M. (2014). "Çalışanların Bireysel Değerleri İle Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Kamu Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma", International Journal of Social Science", 29,439-455.
- BOZGEYİKLİ, H., ÇIKILI, Y. ve DİLMAÇ, B. (2008). "Öğretmen Adaylarının Değer Algılarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi", Değerler Eğitimi Dergisi, 6(16), 69-91.
- BOZKURT, Ö. (2007). "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi", 2(2), 93-111.
- BULUT, D. ve İŞMAN, Ç. (2004). "Muğla İli Sağlık Yöneticilerinde Kişisel Değer Analizi", Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 7(3): 277-293.
- CANBAZ, S. ve TAYSI, K. (2014). "Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Elektronik Meslek Yüksekokulları Dergisi, 4(1), 59-67.
- CANSIZ, E. (2007). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma", Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- DEMİREL, E. T. ve TİKİCİ, M. (2010). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Beyin Baskınlık Analizi İle Değerlendirilmesi, İnönü Üniversitesi I.I.B.F. İşletme Bölümü Örneği". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 32(9),221-253.
- DİLSİZ, I. ve KÖLÜK, N. (2005). Girişimcilik. Ankara, Detay Yayıncılık.
- DURAN, G. ve SARITAŞ, A. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma", Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 147-165.
- ERBATU, G. (2008). "Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- EYİĞÜN, S. (2005). "Bireysellik ve Birey Olma Düşüncesinin Sanattaki Yansıması ve Bir Roman", Dicle Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(9), 213-220.
- GÜREŞÇİ, E. (2014). "Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9(1), 23-38
- GÜROL, M. A. (2000). "Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler", Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- HISRICH, R. D. ve PETERS, M. P. (1998). Entrepreneurship. New York: Irwin Mc Graw Hill.
- KAPU, H. ve YILDIZ, S. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesi'nde Bir Araştırma". KAÜ-IIBF Dergisi, 3(3),39-66.
- KOCA, A. I. (2009). "Üniversite Öğrencilerinin Değerleri ve Bireysel Özellikleri İle Kariyer Tercihleri Arasındaki İlişki: Çukurova Üniversitesi'nde Bir Araştırma", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- KORKMAZ, O. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği". Afyon Kocatepe Üniversitesi, İIBF Dergisi, 14(2), 209-226.
- OĞUZ, E. (2012). "Öğretmen Adaylarının Değerler ve Değerler Eğitimine İlişkin Görüşleri, Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri", 12(2), 1309-1325.

- ÖZGENER, Ş. (2004). *İş Ahlakının Temelleri Yönetimsel Bir Yaklaşım*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- PAZARCIK, Y. (2010). “Eğitimin Bireysel Değerler ve Yöneticilerin İş Görme Anlayışına Etkisi: Türkiye’de Yabancı Dilde Eğitim Veren Orta Eğitim Kurumları Mezunları Üzerine Bir Araştırma”, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.
- PİŞKİNSÜT, E. (2011). “Girişimciliğin Türkiye’deki Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: KOBİ Örneği”, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 95-116.
- SARITAŞ, A. ve DURAN, G. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma”, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2017, cilt: 5, sayı: 1, 147-165
- SARIKOÇ ve G. KAPLAN, M. (2017). “Examining The Relationship Between The Social and Emotional Learning Skills, Professional Self-Esteem and Academic Major Satisfactions of The Nursing Students”, *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, Cilt 25, Sayı 3
- SİVRİ, C. (2010). “Yöneticilerin Başarma İhtiyacı, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bütçesel Katılımın Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri”, *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.Yüksek Lisans Tezi*.
- SÜNBÜL, A. ve YILMAZ, E. (2009). “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 21, 195-203.
- TEKARSLAN, E. ve BAYSAL, C. (1998). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Dönence Basım.
- TOP, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. (1. Baskı), İstanbul: Beta Yayıncılık.
- ULAŞ, D. (2006). “Franchising Sisteminin Girişimcilik Açısından Değerlendirilmesi”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (3), 133-151.