

## AKADEMİSYENLERİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİ AÇISINDAN YENİLİKÇİLİK ALGILARININ CİNSİYETE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

### Özet

**Doç. Dr. Gamze SART**

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, HAYEF, Eğitim Bilimleri  
Bölümü, gamze.sart@istanbul.edu.tr



0000-0002-0653-2855

Yenilikçi faaliyetler yeni iş alanlarının yaratılması açısından oldukça önemli bir unsurdur. Yenilikçilik, girişimciliğin temel noktası olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte yenilikçilik, işletmelerin mevcut kaynaklarının artırılması ya da söz konusu kaynaklara yeni şeylerin ilave edilmesiyle yeni istihdam alanlarının ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, fırsatların değerlendirilmesi, mevcut teknolojinin geliştirilmesi ve pratik bir biçimde kullanılmasını sağlamanın bir yolu olarak görülmesi gerekir. Yenilikçilik, yeni ürünlerin, hizmetlerin, süreçlerin, teknolojilerin ve iş modellerinin oluşturulmasıyla teknolojiye gelişmelerin vurgulanması yoluyla girişimcilik özelliklerinden yararlanır. Bu nedenle, girişimcilik düzeyi bireysel yenilikçilik algı özelliklerine girdi sağlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, İstanbul'da eğitim veren üç araştırma üniversitesinin mühendislik fakültesinde görev yapan 490 akademisyen için, girişimcilik düzeylerine göre yenilikçilik algı özelliklerinin cinsiyete göre değerlendirilmesidir. Analiz sonucunda, girişimcilik düzeylerine göre yenilikçilik algılarının hem kadın hem erkek akademisyenlerde anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Gelenekçi özelliğe sahip akademisyenlerin girişimcilik düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Yenilikçilik, Akademisyenler, İstatistik Analiz

**JEL Kodları:** C12, L26, O31

## THE EVALUATION OF THE PERCEPTION OF INNOVATION BY ACADEMICIANS IN TERMS OF ENTREPRENEURSHIP LEVEL BY GENDER

### Abstract

**Doç. Dr. Gamze SART**

İstanbul University-Cerrahpaşa, HAYEF, Department of Educational Sciences, gamze.sart@istanbul.edu.tr



0000-0002-0653-2855

Innovative activities are a very important factor in creating new business areas. Innovativeness is expressed as the main point of entrepreneurship. However, innovation contributes to the emergence of new employment areas by increasing the existing resources of the enterprises or adding new things to these resources. It also needs to be seen as a way of making use of opportunities, enhancing existing technology and ensuring its practical use. Innovation takes advantage of entrepreneurial features through the creation of new products, services, processes, technologies, and business models, highlighting advances in technology. Therefore, entrepreneurship level emerges as a concept that provides input for individual innovativeness perception characteristics. The aim of this study is to evaluate the innovation perception characteristics according to entrepreneurship levels for 490 academicians working in the engineering faculties of three research universities in Istanbul. As a result of the analysis, it was determined that innovativeness perceptions differ significantly between both male and female academicians according to entrepreneurship levels. It has been observed that the entrepreneurship levels of the academicians with traditional features are low.

**Keywords:** Entrepreneurship, Innovation, Academics, Statistical Analysis

**JEL Classification:** C12, L26, O31

## GİRİŞ

Girişimcilik kavramını tanımlamak için günümüze kadar pek çok araştırmacı tarafından farklı bakış açıları ile çeşitli tanımlamalar yapıldığı görülmektedir. Green (2008)'e göre; ticari faaliyet gösteren bir işletmeye sahip olan, işlenen ve risklerini üstlenen bireyler “girişimci” olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte girişimciler, piyasanın henüz karşılanmamış olan taleplerini karşılamak için çaba sarf etmektedirler. Girişimcilerin çalışanlardan temel farkı, risk üstleniyor olmalarıdır (Green, 2008: 4'ten aktaran: Çetin ve Taşdemir, 2017: 76).

Girişimcilik kavramının temellerinin atılmasına büyük katkıları olan Schumpeter (1934) tarafından yapılan girişimcilik tanımlamasında “değişim” kavramı üzerinde durularak girişimci bireylerin değer yaratabilmek açısından değişimlerden yararlandıkları ifade edilmektedir. Jean Baptiste Say ise girişimcilik tanımını yaparken “üretkenlik” kavramının üzerinde durmuştur ve kaynakların nispeten düşük üretkenlikten yüksek üretkenliğe geçirilmesini girişimcilik olarak tanımlamıştır (Peneder, 2009: 80). Hatten (2015) ise, tanımında fırsatları avantaja çevirmek ve risk üstlenmekten söz etmiştir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 72).

Bird (1989) tarafından girişimcilik, bir değer ortaya koymak amacıyla, kar amacı güden yeni bir işletmenin kurulması ya da büyütülmesi veya yenilikçi bir ürün ya da hizmetin yaratılması süreci olarak ifade edilmektedir. Thomas ve Mueller (2000) girişimciliği, bir fırsatın algılanması ve söz konusu fırsatın yakalanması amacıyla yeni bir organizasyonun yaratılmasına ilişkin faaliyet olarak tanımlamaktadır (Yılmaz ve Sünbül, 2009: 195). Tanımlardan görüleceği gibi girişimciliğe ilişkin yapılmış olan tanımların ortak özelliklerini; bir fırsatın, değişimin ve değer yaratılması şeklinde sıralamak mümkündür.

Yeni işletmelerin ortaya çıkması, ekonomik anlamda büyümeyi de beraberinde getirdiğinden dolayı, girişimcilik üzerine yapılan araştırmaların geçmişi de oldukça eskiye dayanmaktadır ve bununla birlikte 1980'den bu yana girişimciliğe verilen önemin artmasını sağlamıştır (Landström vd., 2012: 1154; Lazear, 2005: 649; O'Connor, 2013: 546). Benzer şekilde sanayi toplumlarının bilgi toplumlarına dönüşmesi sürecinde önemi artıran kavramların başında yenilik ve girişimcilik gelmektedir (Er, 2013: 83; Jeraj ve Antoncic, 2013: 428).

Yenilik kavramı ile girişimciliğin arasında bulunan ilişkinin, uzun yıllardan beri üzerinde çalışılan konulardan biri olduğu görülmektedir. Çevrelerinde bulunan fırsatları ağlama, tanımlama ve değerlendirme süreçlerinde başarı elde etmek isteyen girişimciler, yenilikten büyük ölçüde faydalanmaktadırlar (Zhao, 2005: 28). Girişimcilik eğilimi gösteren bireylerin genellikle yenilikçi oldukları (Ward, 2004: 173) ve rakipleriyle rekabet edebilmek için bireysel yenilikçiliklerinin önemini farkında oldukları gözlenmektedir (Marcati vd., 2008: 1579).

İşletmelerin başarılı olabilmesi açısından girişimcilerin oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır ve literatürde yenilikçiliğin girişimciliği etkileyen en önemli unsurlardan biri olduğu çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur (Thomas ve Mueller, 2000: 57).

Küreselleşmenin etkisiyle ekonomi alanında meydana gelen gelişmeler, girişimciliğin yanı sıra yenilikçiliğin neredeyse bütün alanlarda oldukça büyük bir önem taşıdığını göstermektedir (Ünay ve Zehir, 2012: 315). İşletmelerin, fırsatlar doğrultusunda riskleri üstlenerek rakiplerine karşı üstünlük sağlama istekleri, işletmeleri çoğunlukla yenilik yapmaya sevk etmektedir (Rezaei, 2012: 4064). Hızlı bir şekilde değişmekte olan küresel piyasalarda işletmeler, varlıklarını devam ettirebilmek, daha fazla gelir elde etmek, sürdürülebilir bir başarı yakalamak ve rakiplerine karşı üstünlük sağlamak açısından girişimciliği ve yenilikçiliği anahtar olarak görmektedirler (O'Connor, 2013: 551).

Garcia ve Calantone (2002) tarafından girişimcilik, teknolojiyle ilişkili bir icadın ticarileştirilebilmesi için yeni bir pazarın veya yeni bir hizmet alanının bulunması amacıyla gayret göstermek olarak tanımlanmaktadır (Garcia ve Calantone, 2002: 112). Genellikle girişimcilikle birlikte kullanılan bir kavram olan yenilikçilik (Drucker, 2002: 30) ise girişimciliği besleyen temel bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Diğer bir ifadeyle; küreselleşen dünyada değişimlerin süreklilik arz etmesi, fırsatların yakalanıp ticarileştirilmesi için bireylerin girişimci olmalarının yanı sıra yenilikçi olmalarını da gerektirmektedir (Ciavarella, 2004: 472).

Bu çalışmada, akademisyenlerin girişimcilik düzeylerinin bireysel yenilikçilik özellikleri için cinsiyete göre değerlendirmesi amaçlanmıştır. Buradan hareketle, ilk aşamada bireysel yenilikçilik ve girişimcilik kavramları açıklanmış olup sonrasında istatistik analiz, bulgular ve yoruma yer verilmiştir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Bireysel Yenilikçilik Kavramı

Rogers (2003) tarafından yeniliğin tanımı, herhangi bir fikrin, durumun veya varlığın bireyler tarafınca “yeni” şeklinde algılanması olarak yapılmıştır. Yenilikçiliğin tanımı ise, yeni şeylerin denenmesine duyulan istek ve değişime karşı sergilenen tutum şeklinde yapılmaktadır (Hurt vd., 1977: 61; Braak, 2001: 147). Bir fikrin, durumun veya varlığın, yeni olması, bunları benimseyecek bireyler açısından da bir risk unsuru teşkil etmektedir (Bhatnagar, Misra ve Rao, 2000: 98). Bireylerin, yenilikçiliğe karşı gösterdikleri eğilimlerin birbirlerinden farklı olması sonucunda, yenilikçi olarak ifade edilen bireylerin yeniliğe uyum sağlama süreçlerinde, daha yüksek riskleri üstlenme eğiliminde oldukları görülmektedir (Hurt vd., 1977: 62).

Yenilik türlerinin çeşitli araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde sınıflandırıldığı gözlenmektedir. Zaltman vd., (1973) tarafından yenilik “planlı yenilik” ve “plansız yenilik” olarak iki farklı türde incelenirken, Tushman ve Nadler (1986) ise “ürün yenilikleri” ve “süreçsel yenilikler” olarak iki ayrı türde sınıflandırılmıştır. Damanpour (1991) tarafından yeniliğin “radikal” olması ve “kademeli” olarak gerçekleştirilmesine dikkat çekilerek yenilik sınıflandırılması yapılmıştır. Yenilikler, planlanarak veya gereksinim duyulması halinde plansız şekilde ortaya konulabilmektedir. Ürünlerde yapılan yenilik, mevcutta bulunan bir ürün üzerinde yapılan değişikliklerle ürünün değerinin artırılmasını veya rekabet edebilirliğinin artırılmasını vurgularken, süreçsel yenilik ise ürünlerin veya hizmetlerin pazarlama yöntemlerinde yapılan değişiklikleri kapsamaktadır. Radikal olarak gerçekleşen yenilikler, herhangi bir alanda önemli ölçüde değişime yol açan temel ürünlerin veya süreçlerin değiştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Kademeli olarak gerçekleşen yenilikler ise kalite, maliyet, başarı ve zaman şeklindeki ölçütlerin geliştirilmesini sağlamak üzere mevcutta bulunan yöntemlerin işlevsel yönlerinin geliştirilmesini ifade etmektedir (Rahman ve Lian, 2011: 255; Wonglimpiyarat, 2005:11).

Yuan ve Woodman (2010) tarafından, bireysel yenilikçilik, bir yeniliğin geliştirilmesi, benimsenmesi veya uygulanması şeklinde ifade edilmektedir. Literatürde yapılan çalışmaların bir kısmında “davranışsal bir ölçü” şeklinde değerlendirilen bireysel yenilikçilik, bireylerin bir yeniliği benimsemesi süreçleri şeklinde tanımlanmaktadır (Mahajan, Muller ve Srivastava, 1990: 38; Martinez ve Polo, 1998: 331). Bir kısım araştırmacı tarafından ise, bireysel yenilikçilik eğilimi, sosyal ve psikolojik yönleri bulunan kişisel bir özellik şeklinde değerlendirilmektedir (Summers, 1971: 316; Midgley ve Dowling, 1978: 229).

Yeniliğe ilişkin yapılmış olan araştırmalar incelendiğinde, bu araştırmaların büyük bir bölümünün yenilik olgusunu teknolojik gelişmelerin kapsamında ele aldığı gözlenmektedir (Hsu, Lu ve Hsu, 2007: 718; Hall ve Elliott, 2003: 306; Şahin ve Thompson, 2006: 88). Bireysel yenilikçilik kavramının, bireyler tarafından yeniliğin benimsenmesi süreleri şeklinde değerlendirilmesi halinde, günümüzdeki hızlı teknolojik gelişmeler de göz önüne alındığında söz konusu sürenin büyük ölçüde azaldığı görülecektir. Bireysel yenilikçiliğin, sosyal ve psikolojik yönleri olan kişisel bir özellik şeklinde ele alınması halinde, yenilik karşısında hızlı uyum gösteren bireylerin, günümüzün şartlarında yenilikleri benimseme konusunda daha az zorlanacakları söylenebilir. Diğer taraftan bireysel yenilikçilik, girişimcilerin sahip olmaları gereken özelliklerin başında gelmektedir (Herron, 1992: 8-9).

Bireysel yenilikçilik kavramını en genel şekilde bir yeniliğin geliştirilmesi, benimsenmesi veya uygulanması şeklinde tanımlamak mümkündür (Yuan ve Woodman, 2010: 333). Kılıçer (2011) tarafından, bireysel yenilikçilik kavramı ise bireylerin yenilik yapmaya ilişkin duydukları istek, yeniliğin bireyler tarafından benimsenmesi ve yeniliğe ilişkin olumlu bir tutuma sahip olunması şeklinde ifade edilmektedir. Bununla beraber, bireylerin yeniliği kullanmaları veya yenilikten faydalanmaları da bireysel yenilikçilik şeklinde tanımlanmıştır (Kılıçer, 2011: 23).

Goldsmith ve Foxall (2003) tarafından, yeni olan şeylerin karşısında bireylerin tutumlarının karakterize edilmesini sağlayan ve “bireysel farklılıklar” şeklinde ifade edilen bireysel yenilikçilik olgusunun kavramsallaştırılması için üç çeşit yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımları; “davranışsal yaklaşım (behavioral)”, “genel kişilik özelliği (global personality trait) yaklaşımı” ve “özel kişilik alanı özelliği (domain-specific personality trait) yaklaşımı” şeklinde sıralamak mümkündür (Goldsmith ve Foxall, 2003: 324). Söz konusu üç yaklaşımın içerisinde, araştırmacılar tarafından yenilikçilik kavramına ne şekilde bakılması ve ne şekilde değerlendirilmesi gerektiğine ilişkin yargılar bulunmaktadır. Bu yaklaşımları aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür (Goldsmith ve Foxall, 2003: 324):

Davranışsal yaklaşıma göre yenilikçilik, yeniliklerin bireyler tarafından benimsenmesi, benimsenmemesi ve yeniliklerin bireyler tarafından benimsenme süresi göz önünde bulundurularak ifade etmektedir. Bu yaklaşım bireyi, birey için yeni olan bir ürünün satın alınması veya kullanılmasına göre “yenilikçi” veya “yenilikçi olmayan” şeklinde ikiye ayırarak sınıflandırmaktadır. Öte yandan davranışsal yaklaşımı “yenilikçiliğin zamansal anlayışı” şeklinde isimlendirmek de mümkündür.

Zamansal anlayışa göre birey tarafından yenilikçiliğin benimsenmesi süreci önem taşımaktadır. Yenilikçiliklerin benimsenmesi süreci, “yenilikçi” olarak ifade edilen kimselerin söz konusu yeniliği kullanmasıyla birlikte başlamaktadır. Sonrasında ise “geç benimseyenler” olarak ifade edilen kimseler yenilikçi bireylerden etkilenir ve bahsi geçen yeniliği kullanmaya başlarlar. Son olarak ise “yenilikçi olmayanlar” olarak ifade edilen kimselerin de yeniliği tam anlamıyla kullanmasıyla, bu yenilik, “yeni” şeklinde adlandırılmaz. Bireysel yenilikçiliğin zamansal yaklaşımında yenilikçilik değerlendirilirken, yeniliğin yaratılması ve kullanılabilir hale getirilmesinden sonra geçen süre içerisinde söz konusu yeniliğin toplumdaki herkes tarafından benimsenmesi süreci dikkat alınır. Zamansal yaklaşıma göre bireysel yenilikçilik değerlendirilmesi amacıyla yararlanılan diğer bir uygulama ise “kesitsel (cross-sectional) yöntem” olarak ifade edilmektedir. Bu yöntemde göre bireylere içinde pek çok yenilik bulunan bir liste sunularak içlerinden hangilerini kullanmakta olduğunu seçmesi beklenir. Birey tarafından yapılan seçimler doğrultusunda bireyin yenilikçilik düzeyinin belirlenmesi sağlanır (Goldsmith ve Foxall, 2003: 325).

Bireysel yenilikçiliğin genel kişilik özelliği yaklaşımı çerçevesinde yenilikçilik, bir çeşit kişisel özellik şeklinde değerlendirilir ve bununla beraber bireylerin yenilikler karşısında sergilediği tutumlar, bireyin bilişsel yapısında ve davranışsal özelliklerinden meydana gelen kişisel özelliklerini yansıtmaktadır. Bu yaklaşımda bireylerin yenilikler karşısında sergilemiş olduğu söz konusu tutumları doğrultusunda yenilikçiliklerinin düzeylerini belirlemek mümkündür. Buradan hareketle, yeniliklerin denenmesi için istekli olan, risk alabilen, yeni deneyimlere açık olan bireyler, “yenilikçi” olarak değerlendirilmektedir. Genel kişilik özelliği yaklaşımının eksik olarak görülen tarafı ise bireylerin özelliklerinin açık ve belirgin davranışlarında görülmesiyle ilgilidir.

Genel kişilik özelliği yaklaşımıyla bireysel yenilikçilik ölçülmesi için, literatürde kabul gören 4 ölçekten faydalanılmaktadır. Bu ölçekleri; “Jackson Kişilik Envanteri (Jackson Personality Inventory) (1976)”, “Kirton Yenilik Benimseme Envanteri (Kirton Adaption-Innovation Inventory) (1976)”, “NEO Kişilik Envanteri (NEOPersonality Inventory) (1978)”, “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (Innovativeness Scale) (1977)” şeklinde sıralamak mümkündür (Goldsmith ve Foxall, 2003: 325).

Son olarak, bireysel yenilikçiliğin üçüncü yaklaşımı olan özel kişilik alanı özelliği yaklaşımına göre yenilikçilik, genel kişilik özelliği yaklaşımı ile benzer bir bakış açısına sahiptir ve bu yaklaşımda yenilikçilik, kişilerin karakterleri ile ilişkili şekilde tanımlanır. Bu yaklaşımın genel kişilik özelliği

yaklaşımından temel farkı; bireylerin ilgi duydukları ürün alanlarına göre farklılaşan yenilikçilik özelliklerine göre değerlendiriyor olmasıdır. Diğer bir ifadeyle; bu yaklaşımda bireyler öncelikle ilgili alanlarına göre ayrılarak bu alanlardaki yenilikçiliklere karşı tutumları ölçülür. Bireysel yenilikçiliğin özel kişilik alanı yaklaşımına göre ölçülmesi için geliştirilmiş olan ölçeklerden biri, Goldsmith ve Hofacker (1991) tarafından hazırlanan “Alana Özgü Yenilikçilik Ölçeği (Domain Specific Innovativeness Scale)” ölçeğidir (Goldsmith ve Foxall, 2003: 329).

## 1.2. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı, insanlık tarihi boyunca gerek ekonomik gerekse sosyal hayata yapmış olduğu katkılar sayesinde pek çok teorisyen tarafından araştırılan konular arasındadır. Girişimcilik kavramı, Fransızca’da “kuruluş” anlamına gelen “enterprise” sözcüğünden gelmektedir ve girişimci kavramı ise bu sözcükten türeyen ve yine Fransızca olan “entrepreneur” sözcüğünden gelerek literatürde yerini almıştır (Luchsinger ve Bagby, 1987’den aktaran Kantur, 2007: 133).

Literatür incelendiğinde, girişimcilik tanımının iki farklı bakış açısı çerçevesinde geliştiği görülmektedir. Bunlardan ilki “ekonomi okulu” şeklinde adlandırılmaktadır. Bu adlandırmaya göre girişimcilik; organizasyonlar oluşturarak bir değer yaratılması şeklinde tanımlanmaktadır. Ekonomi okulu bakış açısında girişimciler keşfedilir, yenilikler yapılır, bireylerin yaratıcılık yeteneklerinden faydalanılır ya da herhangi yeni ürün, hizmet, kaynak, teknoloji veya pazar bulunarak bir değer yaratılması sağlanır. Girişimcilik üzerine getirilen diğer bir bakış açısı olan ve “eğitim okulu” şeklinde adlandırılan kesim tarafından ise, girişimciliğin kavramsal tanımından önce girişimci bireylerin kişilik özellikleri ve davranışlarının üzerinde odaklanılmaktadır. Eğitim okulu bakış açısına göre girişimciler; fayda sağlayan, değer odaklı, kar amacı güden, risk alabilen ve yenilikçi faaliyetler aracılığıyla organizasyonlar oluşturarak geliştiren ve dönüştüren kişiler şeklinde ifade edilmektedir (Kapu, 2004: 32).

Girişimcilik faaliyetleri, bütün gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ve neredeyse bütün iş kolları açısından büyük önem taşımaktadır. Girişimciliğe verilen öneme, özellikle üç alan açısından vurgu yapmak mümkündür. Bu alanları şu şekilde sıralayabiliriz (Coulter, 2001: 11):

- Yenilikçilik, icatçılık,
- Yeni organizasyonların kurulması ve geliştirilmesi,
- Yeni iş alanlarının yaratılması.



Hızla gelişen teknoloji sayesinde, bilgi ve kaynaklar erişilebilir bir hale gelmiştir ve bunun yanı sıra küreselleşme de hızını artırmıştır. Dünyanın küresel bir pazar haline gelmesiyle birlikte hızını artıran rekabetin yanında “büyüme, kalkınma, istihdam, değişim, yenilikçilik ve girişimcilik” gibi kavramlar da önemini artırmıştır. Hızlı rekabet ortamında varlıklarını devam ettirmek isteyen işletmeler, büyüme ve kalkınma için birtakım arayışlar içerisine girmişlerdir. Sürdürülebilir bir başarı hedefinde olan işletmelerin, son dönemlerde girişim faaliyetlerine ve girişimcilere verdikleri önem de artmıştır. Genellikle gelişmiş ülkelerde oldukça fazla sayıda olan girişimcilik faaliyetleri, ülkemizde ise gelişmekte olan ülkelere nispeten daha fazla görülmektedir (Sönmez ve Toksoy, 2014: 46).

Girişimci ve girişimcilik kavramları, son dönemlerde Dünya genelinde en yaygın olan kavramlar arasında gelmektedir. Bilgi teknolojilerinin hızlı bir şekilde ilerlemesinin sonucunda bireylerin çevreyle olan etkileşimlerinin nitelikleri de değişmiş olup gerek ekonomide gerekse toplumsal hayatta değer yaratma süreçleri de değişime uğramıştır. Özellikle e-ticaret ve mobil uygulamalarda yaşanan gelişmeler, bireysel girişimciler tarafından ortaya konulan yeniliklerin bütün dünyada hızla yayılmasını sağlamıştır (Ramaswamy ve Özcan, 2014: 17).

Döneminin önde gelen ekonomistlerinden biri olan Say (1845), girişimcilik kavramına farklı bir bakış açısı getirerek; girişimciyi ticari bir ürünün üretilmesi için çalışan ve birtakım sorumluluklar alarak doğal kaynakları ve sermayeyi bir araya getiren kişiler olarak tanımlamıştır. İlk kez Say tarafından ortaya atılan ve günümüzde hala geçerliliğini koruyan bu tanımlamaya göre, girişimcilerin yönetim anlamındaki sorumluluklarına vurgu yapılmıştır. 20. yüzyıla gelindiğinde girişimciliğin toplum ile bütünleştiği görülürken 21. yüzyılda ise hem bireylerin hem de işletmelerin teknolojiye faydalanarak yaratıcı düşünmeye ve bütün dünyada etki yaratacak yenilikleri ortaya koyma eğiliminde oldukları gözlenmektedir.

İlk çağlardan itibaren toplum için bir değer yaratılması ve toplumlara çağ atlatarak kadar büyük gelişmelerin yaşanmasının arkasında girişimcilik bulunmaktadır. Pek çok araştırmacının üzerinde sıklıkla durduğu bir kavram olan girişimciliğin öncü isimlerinden biri olarak Schumpeter karşımıza çıkmaktadır (Er, 2013: 78). Schumpeter (1976) tarafından yapılan girişimcilik tanımlamasında “yenilik” ve “değer yaratma” gibi kavramlardan faydalanılmış olması bulunduğu dönem için devrim yaratan bir tanım olmakla beraber savaş dönemi olması nedeniyle fazla üzerinde durulmamıştır. İlerleyen süreçte ise girişimcilik, Schumpeter

tarafından tanımlama doğrultusunda gelişerek 80’li yıllardan bu yana yenilik kavramıyla benzer bir anlamda kullanılmıştır.

Altuntaş (2014) tarafından girişimcilik, risk ve belirsizliğin hakim olduğu koşullarda, kar elde etme amacıyla yenilikçi bir ekonomik örgütün oluşturulması şeklinde tanımlanmıştır. Bir fırsatın yakalanması ve değerlendirilmesi amacıyla kaynakları birleştirmek suretiyle ekonomik bir değer yaratılması süreci girişimcilik olarak ifade edilmektedir. Diğer bir tanımlamaya göre ise; sonucunda ekonomik bir değişimin elde edileceği değer yaratılması faaliyetleri girişimcilik olarak adlandırılmaktadır.

Girişimcilik faaliyetleri hem ekonominin kalkınmasında hem de toplumların refah düzeylerinin artırılmasında önemli bir rol oynamakla beraber yerel ve bölgesel kalkınmanın sağlanması için de oldukça büyük bir rol üstlenmektedir. Girişimci bireylerin ekonomideki temel hedefleri, yerel ve bölgesel dinamiklerin harekete geçirilmesiyle ülkelerinin ekonomik olarak büyümesi ve toplumun refah düzeyinin artırılmasına katkıda bulunmaktadır.

Girişimcilerin ekonomide ve toplumda ortaya koydukları bu katkılar sayesinde ülkeler tarafından girişimcilik faaliyetlerine önem verilmektedir. Ekonomide yaşanan gelişmelerin hızına uyum sağlayabilmek açısından girişimcilerin birtakım riskler üstlenerek tehditleri fırsata dönüştürmelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu anlamda girişimciliği, piyasanın dengesini sağlayan itici bir güç olarak değerlendirmek mümkündür. Günümüzde girişimciliğin “inovasyon” ve “yenilik” kavramları ile özdeşleştiği görülmektedir. Girişimciler, ortaya koydukları faaliyetler ile yeni istihdamlar sağlamakla beraber yaratıcılıkları sayesinde yenilikçi gelişmelerin toplumun tabanına yayılmasında önemli bir rol üstlenmektedirler.

Hem ekonominin dışa bağımlılığının azaltılması hem de üretim faaliyetlerinin ülkenin temel gelir kaynağını oluşturması açısından girişimciliğin oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır. Girişimcilik faaliyetleri sonucunda toplumun refah düzeyinin artırılması, üretimde kullanılan kaynaklardan yüksek verim alınması ve toplumun gereksinimlerinin karşılanması gibi faydalar sağlanmaktadır ve küreselleşen dünyada ekonominin yeniden yapılanması girişimciliğin üzerinde inşa edilmektedir (Cunningham ve Lischeron, 1991: 45).

Girişimcilik üzerine yapılmış olan tanımlamalardan görüleceği gibi girişimci olmanın en önemli şartları; belirsiz koşullar altında ortaya çıkmak ve yenilikçi bir ürün veya hizmeti piyasaya sürerek ekonomik bir kazanç sağlamaktır (Scarborough vd., 2012: 5).

Girişimci faaliyetler ortaya koymak, bireylerin farklı kişilik özelliklerine sahip olmalarından kaynaklanmaktadır fakat diğer taraftan bireyin bulunduğu çevrenin de girişimcilik üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (Eren, 2000: 79). İşletme başarısı üzerinde etkisi olan birçok çeşit girişimcilik özelliği bulunmaktadır. Girişimcilik, bireylerde birçok kişisel özelliğin bir araya gelmesinin sonucunda ortaya çıkan bir bütündür. Girişimciler tarafından söz konusu özelliklerden kimileri daha fazla geliştirilirken kimileri ise önemsenmeyebilmektedir (Ceylan ve Demircan, 2001: 830).

Girişimci özellikler taşıyan bireylerde görülen ve en çok göze çarpan özellik; başarılı olma isteklerinin diğer insanlara göre daha fazla olmasıdır. Bununla birlikte girişimciler genellikle günlük tekrar eden işlerde çalışma isteği göstermez ve yenilikçi düşünceler ortaya koyarak geliştirmeyi daha cazip bulurlar. Daha uzun çalışma saatlerine uyum gösterirler ve sürekli olarak yenilikçi fikirler yaratma isteği duyarlar. Girişimcilik üzerine gerçekleştirilmiş olan araştırmalar incelendiğinde, girişimcilerin temel özelliklerini “risk alabilen, atak, yaratıcı, yenilikçi, öngörü yeteneği yüksek, hızlı kararlar alan, özgüven sahibi ve akılcı” şeklinde sıralamak mümkündür (Çelik ve Akgemci, 1998: 22; Jeraj ve Antoncic, 2013: 429).

Girişimcilik alanında etkisi bulunan faktörler, içinde bulunulan dönemin nitelikleri doğrultusunda birtakım değişimler göstermektedir. Söz konusu değişimin bir getirisi olarak da girişimcilerin kimler olabileceği ve taşımaları gereken özellikler de farklılıklar göstermektedir (Arıkan, 2002:34).

## 2. İSTATİSTİK ANALİZ

### 2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde bilim ve teknolojinin hızla ilerlemesi sürekli bir değişim hali meydana getirmiştir. Küreselleşen dünyada, ülkeler için değişen koşullara ayak uydurabilmek, kalkınmayı sağlamak, toplumun refah seviyesini yükseltmek ve zorlu rekabet ortamında yer alabilmek için inovasyon önemli bir kavram haline gelmiştir. İnovasyon göstergeleri hızlı ve sürdürülebilir kalkınmanın temel unsurlarını oluşturan üniversiteler, bilim ve teknoloji merkezleri, araştırma yapan kuruluşlar, ileri teknoloji üretim yapabilen kuruluşların ana unsuru durumundadır. Akademisyenlerin girişimcilik algılarının düzeyi, öğrenciler ile olan

ilişkilerde sinerji etkisi yaratacak ve inovasyon ile sonuçlanacak sürece başlangıç sağlayacaktır. Bu yol gösterici etki, akademisyenlerin hem girişimcilik algılarının hem de bireysel yenilikçilik algılarının değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, İstanbul'da eğitim faaliyetinde bulunan araştırma üniversitelerinin mühendislik fakültesinde görev yapan akademisyenlerin girişimcilik düzeylerinin bireysel yenilikçilik algısı açısından farklılıklarının cinsiyet açısından değerlendirilmesidir.

## 2.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezi, cinsiyet için girişimcilik düzeylerine göre yenilikçilik algısının anlamlı farklılık göstereceği yönüyledir.

**Tablo 1:** Araştırmanın Hipotezleri

|                 | Hipotezler   |
|-----------------|--|
| H <sub>1a</sub> | Girişimcilik düzeyi açısından bireysel yenilikçilik algısı açısından anlamlı farklılık vardır. |
| H <sub>2a</sub> | Cinsiyet açısından girişimcilik düzeyleri için anlamlı farklılık vardır.                       |
| H <sub>3a</sub> | Cinsiyet açısından yenilikçilik algısı özellikleri için anlamlı farklılık vardır.              |

## 2.3. Araştırmanın Örnekleme, Varsayımlar ve Kısıtlar

Çalışmanın evreni, İstanbul'da faaliyet gösteren devlet üniversitelerinde görev yapan akademisyenlerdir. Örneklem ise, üç araştırma üniversitesinin mühendislik fakültesinde görev yapan akademisyenlerinden çalışmaya katılan 490 kişiden oluşmaktadır. Tesadüfi örnekleme yöntemiyle akademisyenlere uygulanan anket yüzyüze yöntemiyle uygulanmıştır. Anket araştırması [01.11.2019-25.12.2019] tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen örneklem büyüklüğü tablosunda 0.05 örnekleme hatası için  $p=0.50$  ve  $q=0.50$  için 333 kişi olarak belirlenmiştir.

Akademisyenlerin gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttıkları kabul edilmiştir. Katılımcıların anketi doğru ve eksiksiz biçimde cevapladıkları kabul edilmiştir. Soruları cevaplarken kelimelerin gerçek manasıyla anladıkları kabul edilmiştir. Oluşabilecek kavram yanılgıları göz ardı edilmiştir. Anketin örneklem sayısının

arttırılmasında zorluklar yaşanmıştır. Akademisyenlerin ankete katılma arzusunun düşük olması önemli bir kısıt olarak söylenebilir.

## 2.4. Veri Toplama Aracı

Çalışma deneysel olmayan nicel araştırma tasarımına sahiptir ve yapılaş yöntemine göre tarama modelidir. İlgili anket geniş bir literatür taraması sonucunda geçerlilikleri ve güvenilirlikleri daha önceki çalışmalarda onaylanmış ölçekler kullanılarak hazırlanmıştır.

**Girişimcilik Ölçeği:** Girişimcilik ölçeği Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilmiş, aynı zamanda geçerliği ve güvenilirliği yapılmıştır. Toplamda 36 maddeden oluşmaktadır. Likert tipinde “Çok sık” (5)’den “Hiçbir zaman” (1)’e uzanan 5’li yapıdır. Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0.90 bulunmuştur. Toplam skor üzerinden en az 36 en çok 180 puan alınmaktadır. Ölçekte 36-64 puan arası “çok düşük girişimcilik”, 65-92 puan arası “düşük girişimcilik”, 93-123 puan arası “orta düzeyde girişimcilik”, 124-151 puan arası “yüksek girişimcilik”, 152-180 puan arası “çok yüksek girişimcilik” olarak tanımlanmıştır.

**Bireysel Yenilikçilik Ölçeği:** Bu ölçek Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilmiş, Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Cronbach Alfa katsayısı 0.87 olarak belirlenmiştir. Ölçek kesinlikle katılıyorum için (5) ve Kesinlikle Katılmıyorum (1) şeklinde derecelendirilmiştir. Bu ölçekle alınabilecek en yüksek puan 94, en düşük puan ise 14’dür. Ölçeğe göre, bireysel yenilikçilik puanı  $42 + (1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18, 19. \text{ madde puanlarının toplamı}) - (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17, 20. \text{ madde puanlarının toplamı})$  formülüyle hesaplanmaktadır. Bu formüle göre; 80 ve üstü puan alanlar “yenilikçi”, 69-80 arası puan alanlar “öncü”, 57-68 arası puan alanlar “sorgulayıcı”, 46-56 arası puan alanlar “kuşkucu” ve 46 altı puan alanlar ise “gelenekçi” olarak sınıflandırılmıştır.

## 2.5. İstatistik Bulgular ve Değerlendirme

### 2.5.1. Anketin Güvenirliği

Anketin güvenilirlik testleri olarak Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel, Mutlak Kesin Paralel (strict) ele alınmıştır. Bu kriterlerin %70’i geçmesi anketin başarılı olduğunun göstergesidir. Anketin güvenilirlik analizi sonuçları; Cronbach-Alpha = 0.934, Paralel = 0.932, Strict = 0.934 olarak belirlenmiştir.

### 2.5.2. Ankete Yönelik Tanımsal İstatistik ve Yüzde Dağılım Bilgileri

Akademisyenlerin %35.8'i kadın ve %64.2'si erkektir. Çalışma mühendislik fakültesinde yapıldığı için erkek akademisyen sayısı fazladır. Akademisyenlerin % 49.7'si 25-35 yaş, % 40.5'i 36-45 yaş ve %9.8'i 46 ve üzeri yaş arasında olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, %40.2'si evli, %37.3'ü bekar ve %22.5'i boşanmış/dul olarak belirlenmiştir. Akademisyenlerin %37.4'ü 1-10 yıl arası, %32.5'i 11-15 yıl arası, %30.1'si 16-20 yıl arası meslek kıdemine sahiptir. Öğrencilerin %26.1'ü Araş.Gör., %27.9'u Dr. Öğr. Üyesi, %24.3'ü Doçent ve %21.7'si Prof. Ünvanına sahiptir.

**Tablo 2:** Yenilikçilik Algısı Ölçeği Cevap Ortalaması Tablosu

|     | MADDELER   | Ort. cevap |
|-----|--|------------|
| 1.  | Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.   | 4.12       |
| 2.  | Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.  | 4.04       |
| 3.  | Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.   | 4.01       |
| 4.  | Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.  | 2.88       |
| 5.  | Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.                       | 3.25       |
| 6.  | Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.  | 2.46       |
| 7.  | Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.            | 2.31       |
| 8.  | Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.   | 3.85       |
| 9.  | Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.   | 3.80       |
| 10. | Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum.                  | 2.24       |
| 11. | Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir.  | 3.81       |
| 12. | Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.   | 3.63       |
| 13. | Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım. | 2.69       |
| 14. | Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.   | 4.03       |
| 15. | Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.                            | 2.14       |
| 16. | Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.  | 3.90       |
| 17. | Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.                                | 2.53       |

|                               |  |             |
|-------------------------------|--|-------------|
| 18.                           | Yeni fikirlere açığımdır.                      | 4.64        |
| 19.                           | Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.  | 3.99        |
| 20.                           | Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir. | 2.11        |
| <b>Genel Cevap Ortalaması</b> |  | <b>3.32</b> |

Yenilikçilik algı ölçeğine verilen genel cevap ortalaması 3.32 olarak elde edilmiştir. Ortalaması en yüksek cevap “yeni fikirlere açığımdır” iken, ortalaması en düşük cevap “yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir” olmuştur.

**Tablo 3: Girişimcilik Düzeyi Ölçeği Cevap Ortalaması Tablosu**

|     | <b>MADDELER</b>  | <b>Ort. cevap</b> |
|-----|--|-------------------|
| 1.  | Okulumda geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalıştım.        | 4.23              |
| 2.  | Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelen en iyisini yaptım.                      | 4.02              |
| 3.  | İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm. | 3.85              |
| 4.  | İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.  | 3.92              |
| 5.  | Kendi işimi kurabilirim.   | 3.87              |
| 6.  | İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.                   | 3.90              |
| 7.  | Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim .  | 3.75              |
| 8.  | Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.  | 3.91              |
| 9.  | Denemediklerimi denemekten çekinmem.   | 3.88              |
| 10. | Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim.   | 4.10              |
| 11. | Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.   | 3.93              |
| 12. | Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.   | 3.68              |
| 13. | Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem  | 3.97              |
| 14. | Hayatımı dış etkenlere bırakmam  | 4.23              |
| 15. | Kararlarımın hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.  | 4.36              |
| 16. | Risk almaktan çekinmem   | 3.82              |
| 17. | Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.  | 3.77              |
| 18. | Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projeler üzerinde çalışmayı severim.                       | 4.11              |
| 19. | Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.             | 4.02              |
| 20. | Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.                        | 4.03              |
| 21. | Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.                  | 3.98              |

|                        |  |             |
|------------------------|--|-------------|
| 22.                    | Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırebiliriz.                  | 4.42        |
| 23.                    | Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.                 | 3.73        |
| 24.                    | Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.                 | 3.66        |
| 25.                    | Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.                    | 3.98        |
| 26.                    | Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.         | 3.94        |
| 27.                    | Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisinde olurum. | 4.07        |
| 28.                    | Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.                              | 4.15        |
| 29.                    | Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.      | 3.90        |
| 30.                    | İşimde ve çalışmalarımda ortaya çıkan değişimlere açıktır.                 | 3.95        |
| 31.                    | İşimi severek ve azimle yaparım.   | 4.20        |
| 32.                    | İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.   | 3.73        |
| 33.                    | İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.    | 3.77        |
| 34.                    | Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.                 | 3.59        |
| 35.                    | İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.                  | 3.80        |
| 36.                    | Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.                | 3.91        |
| Genel Cevap Ortalaması |  | <b>3.95</b> |

Girişimcilik ölçeğine verilen genel cevap ortalaması 3.95 olarak elde edilmiştir. Genel olarak cevaplar “katılıyorum” yönüyle verilmiştir. Ortalaması en yüksek cevap “yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırebiliriz” iken, ortalaması en düşük cevap “bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem” olmuştur.

### 2.5.3. Grup Farklılığı Analizleri

Çalışmada uygulanacak yöntemin belirlenmesi amaçlı, girişimcilik ve yenilikçilik algı ölçeğinden alınan puanlara yönelik normallik testi uygulanmıştır. Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testlerine göre  $p < 0.05$  olduğundan normal dağılımın sağlanmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle, çalışmada parametrik olmayan istatistik yöntemler kullanılacaktır.



**Tablo 4:** Kadın Akademisyenlerde Girişimcilik Düzeyi Açısından Yenilikçilik Algısı  
Özellikleri İçin Farklılık Analizi

| Yenilikçilik Özellikleri | Girişimcilik Düzeyi | n  | Sıra Ortalaması | Ki-Kare | p <sup>a</sup> |
|--------------------------|---------------------|----|-----------------|---------|----------------|
| <b>Yenilikçi</b>         | Çok Düşük           | 20 | 203,92          | 12.473  | .005*          |
|                          | Düşük               | 38 | 213,52          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 56 | 282,62          |         |                |
|                          | Yüksek              | 42 | 381,63          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 19 | 196,77          |         |                |
| <b>Öncü</b>              | Çok Düşük           | 20 | 208,77          | 12.908  | .000*          |
|                          | Düşük               | 38 | 217,31          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 56 | 276,08          |         |                |
|                          | Yüksek              | 42 | 290,95          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 19 | 296,17          |         |                |
| <b>Sorgulayıcı</b>       | Çok Düşük           | 20 | 152,38          | 11.464  | .012*          |
|                          | Düşük               | 38 | 158,96          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 56 | 207,40          |         |                |
|                          | Yüksek              | 42 | 222,63          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 19 | 268,35          |         |                |
| <b>Kuşkucu</b>           | Çok Düşük           | 20 | 151,75          | 11.352  | .000*          |
|                          | Düşük               | 38 | 201,98          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 56 | 231,55          |         |                |
|                          | Yüksek              | 42 | 266,92          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 19 | 292,42          |         |                |
| <b>Gelenekçi</b>         | <b>Çok Düşük</b>    | 20 | 301,92          | 10.997  | .000*          |
|                          | Düşük               | 38 | 212,52          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 56 | 182,62          |         |                |
|                          | Yüksek              | 42 | 281,63          |         |                |
|                          | Çok Yüksek          | 19 | 296,77          |         |                |

\*0.05 için anlamlı farklılık, p<sup>a</sup>=Kruskal-Wallis Test

Toplam 175 kişiden oluşan kadın akademisyenler açısından, girişimcilik düzeylerine göre yenilikçilik algısı özellikleri anlamlı farklılık göstermektedir ( $p < 0.05$ ). Sıra ortalamalarına bakıldığında; yenilikçi, öncü, sorgulayıcı ve kuşkucu özellikler için girişimcilik düzeyi “çok yüksek olanlar” ölçeğe daha çok katılıyor yönüyle cevaplar verirken, gelenekçi özellik için “çok düşük düzey” girişimci olanlar daha çok katılıyor yönüyle cevaplar vermiştir. Girişimcilik özellikleri düzey düzey olan akademisyenlerin gelenekçi yapı taşıdığı belirlenmiştir. Gelenekçi yapıdan kurtulabilen bireylerin girişimcilik düzeylerinin yükseleceği anlaşılmıştır.

**Tablo 5:** Erkek Akademisyenlerde Girişimcilik Düzeyi Açısından Yenilikçilik Algısı Özellikleri İçin Farklılık Analizi

| Yenilikçilik Özellikleri | Girişimcilik Düzeyi | n  | Sıra Ortalaması | Ki-Kare | p <sup>a</sup> |
|--------------------------|---------------------|----|-----------------|---------|----------------|
| <b>Yenilikçi</b>         | Çok Düşük           | 36 | 173,16          | 14.281  | .000*          |
|                          | Düşük               | 45 | 219,39          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 97 | 245,48          |         |                |
|                          | Yüksek              | 82 | 259,59          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 55 | 284,05          |         |                |
| <b>Öncü</b>              | Çok Düşük           | 36 | 223,54          | 13.562  | .0011*         |
|                          | Düşük               | 45 | 227,17          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 97 | 196,67          |         |                |
|                          | Yüksek              | 82 | 220,97          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 55 | 232,67          |         |                |
| <b>Sorgulayıcı</b>       | Çok Düşük           | 36 | 119,99          | 12.445  | .000*          |
|                          | Düşük               | 45 | 195,93          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 97 | 241,87          |         |                |
|                          | Yüksek              | 82 | 267,09          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 55 | 296,40          |         |                |
| <b>Kuşkucu</b>           | Çok Düşük           | 36 | 116,62          | 12.980  | .003*          |
|                          | Düşük               | 45 | 174,74          |         |                |
|                          | Orta Düzey          | 97 | 223,28          |         |                |
|                          | Yüksek              | 82 | 240,96          |         |                |
|                          | <b>Çok Yüksek</b>   | 55 | 267,68          |         |                |

| Gelenekçi | Çok Düşük  | 36 | 273,16 | 11.348 | .009* |
|-----------|------------|----|--------|--------|-------|
|           | Düşük      | 45 | 219,39 |        |       |
|           | Orta Düzey | 97 | 233,48 |        |       |
|           | Yüksek     | 82 | 248,59 |        |       |
|           | Çok Yüksek | 55 | 251,05 |        |       |

\*0.05 için anlamlı farklılık, p<sup>a</sup>=Kruskal-Wallis Test

Toplam 315 kişiden oluşan erkek akademisyenler açısından, girişimcilik düzeylerine göre yenilikçilik algısı özellikleri anlamlı farklılık göstermektedir (p<0.05). Sıra ortalamalarına bakıldığında; yenilikçi, öncü, sorgulayıcı ve kuşkucu özellikler için girişimcilik düzeyi “çok yüksek olanlar” ölçeğe daha çok katılıyor cevabı vermiştir. Diğer yandan, gelenekçi özellik için “çok düşük düzey” girişimci olanlar daha çok katılıyor yönüyle cevaplar vermiştir. Erkek akademisyenlerde de kadınlar ile aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Girişimcilik düzeyi geleneksel kalıplardan çıkıldığı sürece yükselme eğilimi gösterecektir.

## SONUÇ

Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik gelişmelerin üzerinde oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır. Hem bireysel anlamda hem de toplumsal anlamda ekonomik yönden gelişme ve büyüme isteği, girişimciliğin önemini daha da artırmaktadır. Ülkeler tarafından vatandaşlarını girişimcilik yapmaları konusunda teşvik etmek ise hem ekonomik refahın sağlanması hem de toplumda girişimciliğin gelişmesi açısından önem bir role sahiptir. Bu açıdan bireylerin girişimcilik özelliklerine sahip olmaları veya birtakım çevresel unsurlar sayesinde sonradan girişimcilik özelliği kazanmaları büyük önem taşımaktadır. Girişimcilik faaliyetleri, ekonomik anlamda gelişmek ve toplumların refah düzeyini artırmak açısından lokomotif görevi üstlenmesi nedeniyle hayati bir önem taşımaktadır.

Teknolojinin hızla ilerlemesi, bilginin sağladığı rekabet avantajları inovasyonun önemini daha da arttırmıştır. İnovasyonun ekonomiye, topluma, kuruluşlara olan katkısı her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla, inovasyon ülkeler, kuruluşlar, bireyler için bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bilgi çağında yaşadığımız günümüz koşullarında, hayatta kalabilmek, çeşitli ihtiyaçlara yanıtlar sağlayabilmek, rekabet avantajı elde etmek inovasyon ile mümkün olmaktadır. Ekonomilerin yapıtaşlarını işletmeler ve girişimler meydana getirmektedir ve küçük işletmeler dahil olmak üzere gelir elde eden bütün kurumlar ekonomi için

oldukça önemli yapılardır. Dolayısıyla, girişimcilik ve yeniliği ilişkili olarak değerlendiren pek çok ülke tarafından büyümenin kolaylaştırılması amacıyla yeniliğin teşvik edilmesi açısından birtakım stratejiler geliştirilmektedir (Autioa vd., 2014: 1097). Ülkelerin yanı sıra yoğun rekabet ortamında varlığını devam ettirmek ve rakiplerine karşı üstünlük elde etmek isteyen işletmelerin de girişimcilik faaliyetlerine önem verdikleri görülmektedir. Bu açıdan çalışanlarını yaratıcı ve yenilikçi düşünmeye sevk eden işletmelerin sayısı günümüzde oldukça artmıştır. Bu doğrultuda Johnson ve Hayes (1996) tarafından yapılan bir çalışmada, ABD’de faaliyet gösteren işletmelerin %88’inin yenilikçilik ve girişimcilik özelliklerine sahip olan kişileri işe alma niyetlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, İstanbul’da eğitim faaliyetinde bulunan araştırma üniversitelerinin mühendislik fakültesinde görev yapan akademisyenlerin girişimcilik düzeylerinin bireysel yenilikçilik algısı açısından farklılıklarının cinsiyete göre değerlendirilmesidir. Toplam 175 kadın ve 315 erkek akademisyenden oluşan örneklem grubu için girişimcilik düzeylerine göre bireysel yenilikçilik algı özellikleri istatistik anlamlı farklılık göstermiştir. Hem kadın hem de erkek akademisyenlerde yenilikçi, öncü, sorgulayıcı ve kuşkucu özellikler için girişimcilik düzeyi çok yüksek olanlar ölçeğe daha çok katılıyorum yönüyle cevaplar verirken, gelenekçi özellik için çok düzey girişimci olanlar daha çok katılıyorum yönüyle cevaplar vermiştir. Girişimcilik düzeyi düşük akademisyenlerin gelenekçi yapıda olduğu belirlenmiştir. Girişimcilik düzeyi yükseldikçe inovasyon algı özellikleri de gelişmektedir.

Üniversitenin tüm programlarında planlama, zaman yönetimi, ekip çalışması, iletişim, teknoloji okuryazarlığı, bilgiye ulaşım gibi beceri ve yetkinliklerin geliştirilmesi önemlidir. Girişimcilik için önemli olan bu yetkinlikler aslında çağımızda her türlü kariyerde başarılı olmak için gerekli olan temel yetkinliklerdir. Yani; girişimci yetiştirmeyi hedeflemeyen ve sadece profesyonel yetiştirmeye çalışan üniversitelerin bile bu yetkinlikleri geliştirmesi gereklidir. Önce akademisyenlerden başlayacak bu yetkinlikler sinerji kanalıyla öğrencilere geçecek ve olumlu yönde adımlar atılacaktır. Bazı önerileri şöyle sıralamak mümkündür:

- Üniversitede girişimci olmak isteyen tüm mensupları (öğrenci, öğretim üyesi ve idari personel) destekleyen üniteler bulunması gerekir. İdeal girişimcilik yapısının içinde bir öğrenci kulübü, bir girişimcilik merkezi, bir teknoloji transfer ofisi ve bir kuluçka merkezi (veya hızlandırıcı) bulunması gerekir.

- Üniversitede toplumun tüm mensuplarına açık girişimcilik programları düzenlenmeli ve üniversitenin kaynakları girişimci olmayı hedefleyen herkesin kullanımına açılmalıdır. Bu programları ve destek sistemini kurgularken, bireysel girişimcilerin her türlüşünün (teknolojik, kadın, sosyal, ekolojik vs.) yanında ekonomi için en az bireysel girişimciler kadar önemli olan kurumsal girişimcileri de desteklemek son derece önemlidir.
- Lisans veya yüksek lisans eğitimini bitirmiş, birkaç yıl bir kurumda çalışmış ve iş deneyimi sırasında bir fırsat keşfetmiş mühendisler, teknogirişimciliğe en yatkın bireylerdir. Bu profildeki kişilerin fikirlerini ticarileştirme konusunda gereken bilgileri olmayabilir, üniversitelerin ve akademisyenlerin yol gösterici ve destekleyici faaliyetlerine ihtiyaç vardır.

Ayrıca, ileriki çalışmalarda farklı meslek gruplarına girişimcilik düzeyi ve bireysel inovasyon algısı için değerlendirmeler yaparak, meta analiz sonucunda neler yapılabileceği planlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Altuntaş, G. (2014). Girişimcilik Ve Stratejik Yönetim İlişkisi: Bir Stratejik Girişimcilik Modeli ve Testi, *Research Journal of Business and Management*, 1 (2), 103-129.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal kitabevi.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial Innovation: The Importance Of Context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108.
- Bhatnagar, A., Misra, S. & Rao, H.R. (2000). On Risk, Convenience, and Internet Shopping Behavior, *Communications of the ACM*, 43(11), 98-106.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial Behavior*. New York: Scott Foresman & Company.
- Braak, J. (2001). Individual Characteristics Influencing Teachers' Class Use of Computers, *Journal of Educational Computing Research* , 25(2), 141-157.
- Ceylan, A., & Demircan, N. (2001). Girişimciliği Etkileyen Faktörler İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma, IX. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, ss. 827-840, İstanbul.

Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five And Venture Survival: is There A Linkage?, *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465-483.

Coulter, M. K. (2001). *Entrepreneurship in Action*. New York: Prentice Hall.

Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal Of Small Business Management*, 29(1), 45-61.

Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler: Girişimcilik Kültürü, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Yeni Stratejiler Karşısında KOBİ'ler. Ankara: Nobel Yayın-Dağıtım.

Çetin, O., & Taşdemir, Ö. (2017). Girişimcilik Kapasitesi ve Bireysel Yenilikçiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi, *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 6(3), 76-87.

Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators, *Academy of Management Journal*, 34(1), 555-590.

Drucker, P. F. (2002). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, New York: Harper Collins Publishers Inc.

Er, P. H. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29(1), 75-85.

Garcia, R., & Calantone, R. (2002). A Critical Look At Technological Innovation Typology And Innovativeness Terminology: A Literature Review, *Journal Of Product Innovation Management*, 19(2), 110-132.

Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003). The Measurement Of Innovativeness. *The International Handbook On Innovation*, 1(1), 321-330.

Hall, M., & Elliott, K. M. (2003). Diffusion Of Technology into The Teaching Process: Strategies To Encourage Faculty Members To Embrace The Laptop Environment, *Journal of Education for Business*, 78(6), 301-307.

Hatten, T. S. (2015). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond*. New York: Nelson Education.

Heron, J. (1992). *Feeling And Personhood: Psychology in Another Key*. London: Sage Pbc.

- Herron, L. (1992). Cultivating Corporate Entrepreneurs, *Human Resource Planning*, 15(4), 3-14.
- Hsu, C.L., Lu, H.P. & Hsu, H. (2007). Adoption of the Mobile Internet: An Empirical Study of Multimedia Message Service (MMS), *International Journal of Management Science*, 35(6), 715- 726.
- Hurt, H.T., Joseph, K. & Cook, C.D. (1977). Scales for The Measurement of Innovativeness, *Human Communication Research*, 4(1), 58–65.
- Jeraj, M., & Antoncic, B. (2013). A Conceptualization Of Entrepreneurial Curiosity And Construct Development: A Multi-Country Empirical Validation. *Creativity Research Journal*, 25(4), 426-435.
- Johnson, T. L., & Hayes, C. (1996). Wanted: Entrepreneurial Skills, *Black Enterprise*, 26(9), 62-69.
- Kantur, D. (2007). Kurumsal Girişimcilik Teması ve Ölçümü, *Proceedings of the 15th National Management and Organization Congress*, ss. 133-142, İstanbul.
- Kapu, H. (2004). Anadolu Girişimcilerinin Girişimcilik Değerleri. 12. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı., ss. 88-93, İstanbul.
- Kılıçer, K. & Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(1), 150-164.
- Kılıçer, K. (2011). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri, *Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir*.
- Landström, H., Harirchi, G., & Åström, F. (2012). Entrepreneurship: Exploring The Knowledge Base. *Research Policy*, 41(7), 1154-1181.
- Lazear, E. P. (2005). Entrepreneurship, *Journal of Labor Economics*, 23(4), 649-680.
- Luchsinger, V., & Bagby, D. R. (1987). Entrepreneurship And Intrapreneurship: Behaviors, Comparisons, And Contrasts. *SAM Advanced Management Journal*, 52(3), 10-19.
- Mahajan, V., Muller, E. & Srivastava, R.K. (1990). Determinator of Adopter Categories by Using Innovation Diffusion Models, *Journal of Marketing Research*, 27(1), 37-50.
- Marcati, A., Guido, G., & Peluso, A. M. (2008). The Role of SME Entrepreneurs' Innovativeness And Personality in The Adoption Of Innovations, *Research Policy*, 37(9), 1579-1590.

Martinez, E. & Polo, Y. (1998). The Acceptance and Diffusion of New Consumer Durables: Differences Between First and Last Adopters, *Journal of Consumer Marketing*, 15(4), 323-342.

Midgley, D.F. & Dowling, G.R. (1978). Innovativeness: The Concept and its Measurement, *Journal of Consumer Research*, 4(4), 229-242.

O'Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: meeting government and economic purpose, *Journal of Business Venturing*, 28 (2), 546-563.

Özdevecioğlu M., Karaca M. (2015). Girişimcilik Girişimci Kişilik Kavram Ve Uygulama, Konya: Eğitim Yayınevi.

Peneder, M. (2009). The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept, *Journal of Lnd Compet Trade*, 9(1), 77-99.

Rahman, M. M., & Lian, K. F. (2011). The Development Of Migrant Entrepreneurship in Japan: Case Of Bangladeshis. *Journal of International Migration and Integration*, 12(3), 253-274.

Ramaswamy, V., & Ozcan, K. (2014). *The Co-Creation Paradigm*. Stanford: Stanford University Press.

Rezaei, J., Ortt, R., & Scholten, V. (2012). Measuring Entrepreneurship: Expert-Based Vs. Data-Based Methodologies. *Expert Systems with Applications*, 39(4), 4063-4074.

Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*, (5. Baskı). New York: Free Press.

Say, J. B. (1845). *A Treatise on Political Economy*, Translated by CR Prinsep, Philadelphia: Grigg & Elliot Pbc.

Scarborough, N. M., Idris, A., Che-Ha, N., & Saad, M. N. (2012). *Entrepreneurship and SME Development: Perspectives from Malaysia*.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, England: Cambridge, Mass.

Sönmez, A., & Toksoy, A. (2014). Entrepreneurship in Turkey And An Analysis On Turkish Entrepreneur Profile. *JOME*, 21(2), 41-58.

Summers, J.O. (1971). Generalized Change Agents and Innovativeness, *Journal of Marketing Research*, 8(3), 313-316.



Şahin, I. & Thompson, A. (2006). Using Rogers' Theory to Interpret Instructional Computer Use By COE Faculty, *Journal Research Technology in Education*, 39(1), 81-104.

Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A Case For Comparative Entrepreneurship: Assessing The Relevance Of Culture. *Journal Of International Business Studies*, 31(2), 287-301.

Tushman, M. & Nadler, D. (1986). Organizing for Innovation, *California Management Review*, 28(3), 74-92.

Ünay, F. G., & Zehir, C. (2012). Innovation Intelligence And Entrepreneurship in The Fashion Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41(1), 315-321.

Ward, T. B. (2004). Cognition, Creativity, And Entrepreneurship. *Journal Of Business Venturing*, 19(2), 173-188.

Wonglimpiyarat, J. (2005). Does Complexity Affect The Speed Of Innovation?. *Technovation*, 25(8), 865-882.

Yılmaz, E. & Sünbül, A.M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 195-203.

Yuan, F. & Woodman, R. W. (2010). Innovative Behavior in The Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations, *Academic Management Journal*, 53(2), 323-342.

Zaltman, J., Duncan, R. & Holbeck, J. (1973). *Innovations and Organizations*. New York: John Wiley and Sons.

Zhao, F. (2005). Exploring The Synergy Between Entrepreneurship And Innovation, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 25-41.

**Araştırma ve Yayın Etiği:** Bu çalışmada araştırma ve yayın etiği kurallarına uyulduğu yazar tarafından taahhüt edilmektedir.

**Research and Publication Ethics:** In this study, the rules of research and publication ethics were fully followed by author.