

KOSGEB GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNE KATILAN KURSİYERLERİN GİRİŞİMCİLİK KARARINI ETKİLEYEN SEBEPLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A RESEARCH ON THE FACTORS AFFECTING THE ENTREPRENEURSHIP DECISION OF TRAINEES WHO ARE PARTICIPATING IN KOSGEB ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

Yrd. Doç. Dr. Ali Rıza İNCE¹
Öğr. Gör. Fuat ÇAMLİBEL²
Arş. Gör. Dr. Yunus Emre BİROL³

ÖZ

Ekonomik olarak büyüme ve gelişmenin önemli bir unsuru olması sebebi ile girişimciliğin geliştirilmesi ve girişimci sayısının artırılması konusu önemini devam ettirmektedir. Bu çalışma ile girişimci olma kararını etkileyen sebeplerin demografik özelliklere göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, girişimcilik kararını etkileyen sebeplerin kişinin ilçede ya da il merkezinde yaşıyor olması, cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, büyüme çağını nerede geçirdiği, şimdiye dek nerede yaşadığı, eğitim durumu ve gelir düzeyine göre değiştiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Kararı, Demografik Özellikler.

Jel Kodları: L26, M10, M13.

ABSTRACT

Because it is an important element of economic growth and development, the subject of improving entrepreneurship and increasing the number of entrepreneurs continues to be important. This study aimed to determine the factors affecting the decision to become entrepreneur that change according to demographic features. As a result, it was determined that the reasons affecting the entrepreneurship decision is affecting by the change living in the district or province, sex, marital status, age, where he/she spent adolescence, where he/she lived until now, educational status and income level.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Decision, Demographic Characteristics.

Jel Codes: L26, M10, M13.

1. GİRİŞ

Girişimci ve girişimcilik kavramları, son yıllarda özellikle politikacılar, araştırmacılar ve akademisyenler tarafından ciddi bir şekilde tartışılmaktadır. Bu tartışmaların temelinde girişimcilerin aldıkları kararlar ile yerel, ulusal, bölgesel ve hatta küresel ekonomik yapıyı etkileyebilme gücüne sahip oldukları görüşünün bulunduğu görülmektedir. Girişimciler tarafından kurulan her bir yeni işletmenin geleceğin çokuluslu işletmelerinden biri olma

¹ Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, arince@cumhuriyet.edu.tr

² Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Veysel Dursun Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü, fcamlibel@cumhuriyet.edu.tr

³ Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, yebirol@cumhuriyet.edu.tr

potansiyeline sahip olduğu, böylece temelinde ekonomik gerekçelerin yer aldığı yerelden küresele birçok sorunun çözülmesinde stratejik bir fonksiyonu yerine getirebileceğini söylemek mümkündür (Bırol vd., 2011:444).

Girişimciler için uygun ortamı hazırlamak ve onları desteklemek ne kadar hayati bir konu ise girişimcileri ortaya çıkaran sebeplerin oluşturulması da bir o kadar önemlidir. Bu anlamda öncelikle girişimcilik kararını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi gerekir. Buradan hareketle ilgililer doğru gruplara doğru motivasyonları sağlayarak, kısaca girişimcilik kararını etkileyen faktörler üzerine yoğunlaşarak daha çok sayıda insanın girişimciliğe atılmasını sağlayabilirler.

KOSGEB girişimcilik eğitimine katılan kursiyerlerin hedef alındığı bu çalışmada, kursiyerlerin girişimcilik kararını alırken hangi faktörlerin etkisinde kaldıkları ve bunlardan etkilenme durumunun demografik açıdan farklılık gösterip göstermediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle girişimci ve girişimcilik kavramı ele alınmış, girişimcilik kararını etkileyen sebepler ve faktörler ortaya konmuş; araştırmanın ilerleyen kısmında amaca, yönetime, kapsama ve sınırlılıklara değinilmiş; son kısmında ise bulgular ortaya konularak sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimci, üretim faktörlerinden doğal kaynaklar, sermaye ve emek unsurlarını bir araya getiren ve bunları yönlendiren, dolayısıyla bu üretim faktörlerini tamamlayan dördüncü bir faktör olarak kabul edilmektedir. Literatürde ilk kez Fransız ekonomist ve yazar Richard Cantillon tarafından kullanıldığı kabul edilen ‘girişimci’ kavramı, ‘entreprendre’ kelimesinden türetilmiş olup ‘üstlenmek’ anlamına gelmektedir (Arıkan; 2002:27). Girişim ve girişimcilik kavramlarının tanımı, çok sayıdaki yazar ve araştırmacı tarafından farklı şekillerde yapılmıştır. Girişimcilik konusundaki çalışmaları ile öne çıkan Hisrich ve Peters (2002:9), girişimciyi, kâr etme ve büyüme amacı güden iş hayatındaki fırsatları fark edip gerekli kaynakları bir araya getirerek yeni bir iş kuran kişi olarak tanımlamaktadırlar.

Daha kapsamlı bir tanımla girişimci, bir mal ya da hizmet üretmek ve bunu pazarlamak için kendisine ait olan veya başka kişi veya kurumlardan sağladığı sermaye ile üretim faktörlerini bir araya getiren ve bunu yaparken de ortaya çıkması muhtemel kâr veya zararı göze alan kişidir (Dinçer ve Fidan, 2012:32). Girişimci, bu amaç ve beklentilerine ulaşmak için başarılı olmak, işini büyütmek, geçimini sağlamak ve toplumdaki saygınlığını korumak için çaba sarf etmek durumundadır (Karabulut, 2009:332).

Günümüz ekonomik sisteminin önemli bir unsuru olarak nitelendirilmesi mümkün olan girişimciler, risk alma becerileri doğrultusunda üretim faktörlerini bir araya getirerek iktisadi kaynakların verimli oldukları alanlara kanalize edilmesine ve böylece söz konusu kaynakların optimum düzeyde kullanılmasına katkı sağlarlar. İktisadi kaynakların etkin bir şekilde kullanımı ise üretimin ve buna bağlı olarak istihdamın artırılmasına olanak tanır.

Girişimciler, yeni iş alanları açma, istihdamı ve zenginliği artırma yolu ile ekonomik ve sosyal düzenlemeleri sağlama noktasında çok önemli katkıya sahiptirler (Jack ve Anderson, 1999: 110). Ekonomik yönden kendi faydalarının maksimizasyonu için çaba sarf eden girişimciler, bu amaç doğrultusunda aldıkları kararlar ile aynı zamanda içinde buldukları ekonomik yapının da fayda maksimizasyonu için çalışmış olurlar. Bu nedenle bütün toplumlarda girişimciler, ekonomik ve sosyal gelişmenin ana unsuru olarak kabul edilirler (Acs ve Audretsch, 2003: 3). Bununla beraber girişimciliğin doğasında bulunan risk, girişimciler için her zaman arzu edilen sonuçların ortaya çıkamayabileceği gerçeğini

bünyesinde barındırmaktadır. Bu bağlamda girişimcilerin karşı karşıya kalabilecekleri ekonomik ve psikolojik travmalar, içinde buldukları ekonomik faaliyeti olumsuz yönde etkileyebilir.

Girişimcilik ise, girişimcilerin risk alma, fırsatları takip etme, gerçeğe dönüştürme ve yenilik yapma süreçlerinin tümünü kapsayan bir kavram olarak nitelendirilebilir (Çetindamar, 2002:34). Kısaca girişimcilik, yeni, küçük ve aile işletmesi kurma ve yönetmektir (Hisrich ve Drnovsek, 2002:175). Tanımlardan anlaşılacağı üzere girişimcilik, sermaye büyüklüğü ya da işletme ölçeğinden ziyade üretim faktörlerini örgütleyebilme, fırsatları erken görebilme ve cesaret duygusuyla beraber makul riskleri alabilme süreçlerini içeren bir kavramdır (Ercan ve Gökdeniz, 2009:67). Ayrıca girişimcilik, bir işletmenin sadece faaliyete başlamasını değil, işletmenin faaliyete başladıktan sonraki her aşamasını da ilgilendiren bir süreçtir.

Girişimci ve girişimcilik kavramlarının ekonomik, sosyolojik ve psikolojik yönlerinin bulunması, bu kavramların tek bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır. Farklı bakış açıları, söz konusu kavramları farklı yönleriyle ele almakta, neticede farklı ancak birbiriyle ilişkili ve birbirini tamamlayan alternatif tanımlar ortaya çıkmaktadır. Bu durum, olumsuz bir durum olarak değil, aksine konunun zenginliğinden kaynaklanan bir durum olarak yorumlanabilir.

3. GİRİŞİMCİLİK KARARINI ETKİLEYEN SEBEPLER

Girişimcilik konusundaki araştırmalar üç ana kategoriye ayrılabilir. Bunlardan ilki girişimciliğin sonuçlarını, ikincisi girişimcinin nedenlerini üçüncüsü ise nasıl girişimcilikte bulunduğunu araştırmaktadır. McClelland (1961) ile Collins ve Moore'un (1964) öncülüğünü yaptığı, girişimcinin neden girişime teşebbüs ettiğini açıklamaya çalışan araştırmalar, psiko-sosyal yaklaşımlar olarak bilinir. Bu analizlerin gerçek amacı birey olarak girişimciyi, hedefleri, çevresi, motivasyonu ve değerleri ile birlikte değerlendirmektir (Stevenson ve Jarillo, 1990:18). Çünkü girişim sürecini başlatan, girişimciliğin derecesini belirleyen unsurlar, bireyin ait olduğu toplum tarafından şekillendirilir (Morrison, 2000:59). Bireyin içinde bulunduğu toplumdaki yola çıkarak, girişimciliği anlamaya çalışmak, girişimciliğin artırılması ve geliştirilmesi noktasında önemli ipuçları sunacaktır.

Girişimcilik faaliyetleri ve bu faaliyetlerin sonuçları karmaşık, kaotik ve başarısızlıkla sonuçlanabilecek çabalar (Bygrave, 1989) ve iş kurma, sürdürme davranışının bir zaman ve çaba gerektirmesi girişimciliğin rastgele bir uğraştan ziyade bilinçli bir tercih olduğunu gösterir. Bu bilinçli tercih ise bir niyetin yansımasıdır (Carter vd., 2003:5).

Kişinin iş kurmak amacı ile dikkatini, davranışlarını ve birikimini yönlendirmesini gerektiren, zihinsel bir durum olarak ifade edilen niyet (Bird ve Jelinek, 1988), bireyin düşüncelerini gerçekleştirmeye yönelik ne kadar istekli olduğunu ve ne kadar gayret göstereceğini belirlemesi açısından oldukça önemlidir (Lian ve Chen, 2006). Niyetlerin oluşmasında bir veya birçok sebep etkili olabilir. Girişimcilik niyetinin oluşmasında rol oynayan sebepler, potansiyel girişimcileri, girişimcilikte bulunup bulunmayacakları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir (Kolvereid, 1996a).

Bireyin girişimciliğe yönelmesindeki sebeplerin bir takım ihtiyaçlardan kaynaklanabileceği ifade eden araştırmacılar, Friberg (1976) bağımsızlık ihtiyacı, maddi teşvikler, onaylanma ihtiyacı, kişisel değerleri gerçekleştirme dürtüsü üzerinde dururken, Hofstede (1980) bağımsızlık ihtiyacı üzerine çalışmış; Cooper (1971) ve Shapero (1975) olumsuz durumlardan sakınma isteğini araştırırken, McClelland, (1961) ve Vroom (1967) onaylanma ihtiyacı üzerine odaklanmışlardır (Carter vd., 2003).

Bu çalışmalara dayanarak Scheinberg ve arkadaşları Uluslararası Girişimcilik Araştırma Topluluğu olarak isimlendirdikleri ekip ile yaptıkları çalışmalarda kişileri girişimciliğe iten sebepler üzerine araştırma yapmışlar ve 38 farklı sebebin olduğunu belirtmişlerdir (Birley ve Westhead, 1994). Daha sonra yapılan çalışmalar, bu topluluğun tespit ettiği sebeplerden yola çıkılarak yapılmış ve bu sebepler çeşitli araştırmalarda farklı faktörler ve boyutlar altında ele alınmıştır.

Scheinberg ve MacMillan (1988), 11 ülkeyi kapsayan çalışmalarında her ülkenin girişimcilerinin farklı sebeplerle harekete geçtiğini ortaya koyduğu araştırmalarında; bağımsız olma ve toplumu geliştirme isteği, kabul görme ihtiyacı, girişimciliğin gelir elde etme ve kendini geliştirme aracı olarak ve bir çıkış yolu olarak görülmesi şeklinde altı faktörle ele alınabileceğini ifade etmişlerdir (Carter vd., 2003)

Shane ve diğerleri (1991), 23 ifadeden oluşan girişimcilik kararını etkileyen sebeplerin aile, öğrenme, kabul edilme, bağımsız olma isteği ve roller şeklinde dört faktörde toplandığını ve 14 ülkede yapılan bu araştırmada bütün ülkeler için bu faktörlerin belirli bir oranda ortak olduğunu; ancak bunların etki derecelerinin ülkeler açısından ve cinsiyetler açısından değiştiği sonucuna ulaşmışlardır.

Kolvreid (1996a; 1996b) aynı yıl yaptığı iki çalışmada girişimcilik faaliyetlerde bulunmak için güvenlik, ekonomik fırsat, otorite, otonomi, sosyal çevre, iş yükü, mücadele, kendini gerçekleştirme, süreçte yer alma, sorumluluktan sakınma ve kariyer gibi 11 farklı sebebin olduğunu; bu sebeplerin girişimde bulunanlar ve bulunamayanlara arasında anlamlı bir şekilde farklılaştığını; Norveç'te işletme yüksek lisansı yapan öğrenciler üzerinde yaptığı araştırma sonucunda girişimcilik kararını etkileyen bu sebeplerin otorite, kendini gerçekleştirme, ekonomik fırsat, tüm sürece katılım ve bağımsızlık gibi beş boyutta toplanabileceğini ortaya koymuştur.

Littunen (2000), girişimcilik kararını etkileyen sebepleri; iş fırsatlarını değerlendirme, bağımsız bir iş ortamına sahip olma, kendi kendinin patronu olma, kendi geleceğini şekillendirme isteği, maddi ve manevi kazanımlar şeklinde beş boyutta ele alınabileceğine çalışmasında değinmiştir.

Carter ve diğerleri (2003) ise girişimcilik kararını etkileyen sebepleri; bireyin yeni bir şeyler başarma niyetini tanımlayan yenilikçilik faktörü; kendi zamanını kullanma noktasındaki özgürlük, kontrol ve esnekliğini tanımlayan bağımsızlık faktörü; ailesinden, arkadaşlarından ve toplum tarafından tanınması, onaylanması ve statü sahibi olma niyetini tanımlayan tanınma faktörü; aile geleneklerini takip etme isteğini tanımlayan rol faktörü; finansal güvenliği sağlama ve daha fazla para kazanma arzusunu tanımlayan sebepleri içeren finansal başarı faktörü ve kendi belirlediği amaçları takip etme sebeplerini içeren kendini gerçekleştirme faktörü olarak altı boyut tespit etmişlerdir. Girişimciliği etkileyen sebepler açısından, girişimci olanların ve olmayanların kendini gerçekleştirme, finansal başarı, yenilik ve bağımsızlık boyutları açısından farklılaşmadığı; diğer boyutlarda farklılaştığı ve erkek girişimcilerin finansal başarı ve yenilikçilik boyutlarında kadınlara göre daha yüksek skor sergilediklerini ifade etmişlerdir.

Konu ile alakalı ülkemizde yapılan çalışmalarda, kişilerin girişimcilik kararı almasındaki sebepler arasında, kendi işinin patronu olmak; kendi yaklaşımlarını işe uygulayabilmek (Turan ve Kara, 2007), mevcut işten duyulan memnuniyetsizlik (Turan ve Kara, 2007; Özdemir, 2010), bağımsız ve özgür olma isteği (Yetim, 2002; Kutanis ve Hancı, 2004; Yağcı ve Bener, 2005; Turan ve Kara, 2007) gibi faktörler tespit edilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışma ile amaçlanan KOSGEB girişimcilik eğitimine katılan kursiyerlerin, girişimcilik kararını etkileyen sebeplerin, katılımcıların demografik özellikleri ile değişip değişmediğini ortaya koymaktır.

Girişimcilik kararını etkileyen sebepleri tespit etmek amacı ile Kapu'nun (2001), Shane, Kolvereid ve Westhead (1991) ile Davidson ve Wiklund'un (1995, 1997) çalışmalarından yola çıkarak geliştirdiği ölçek üzerinde küçük değişiklikler yapılarak oluşturulan, toplam 24 ifadeyi içeren, 1-Hiç etkili olmadı, 5- Çok etkili oldu, şeklinde ağırlıklandırılmış, 5'li Likert tipindeki ölçek kullanılmıştır. Demografik verileri değerlendirmek için ise ankette 17 soruya yer verilmiştir. Anket verileri SPSS programı ile değerlendirilmiştir.

Ankete verilen yanıtların tutarlılığını ölçmek amacı ile yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha (α) değerine bakılmış ve güvenilirlik değeri 0,893 çıkmıştır. Bu ölçeğin güvenilirlik düzeyinin 'iyi' ($.9 > \alpha \geq .8$) olduğunu göstermektedir.

Girişimcilik kararını etkileyen sebeplerin faktör analizi sonucunda, bazı sebeplerin faktörleşmeden dolayı etkilerinin yorumlanamadığı fark edilmiştir. Önemli olduğu düşünülen bu sebeplerin yorumlanamaz olması, çalışmanın faktörler üzerinden değil de sebepler üzerinden yorumlanmasını gerektirmiştir.

Girişimcilik kararına etki eden sebeplerden, ikili grubu içerenler arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını ölçmek için Bağımsız Tek Örneklem t-testi; ikiden fazla grubu içerenler arasındaki ortalamalarını karşılaştırmak için ise F Varyans Analizi Testi (ANOVA, Analysis of Variance) uygulanmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Çalışma, KOSGEB girişimcilik kurslarına katılan kursiyerler üzerinde gerçekleştirilmiştir. 2013 yılı itibarı ile İŞKUR aracılığı KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimi alan toplam 320 kursiyerin tamamına anketler yaptırılmış, anketlerden 308 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Ancak çalışmanın sadece KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimi alan kursiyerlere uygulanmış olması bir sınırlılıktır. Literatürde girişimcilik konusundaki alan çalışmalarının, geriye dönük (retrospective) yani girişimcilerin işlerini ilk kurdukları dönemdeki sebeplerini içeren ve ileriye dönük (prospective) yani henüz girişimci olmadığı halde girişimcilik niyeti taşıyan kişilerin sebeplerini içeren çalışmalar olarak ayrıldığı görülmektedir. Bu anlamda bu çalışmanın sadece girişimci adayları üzerinde yapılmış olması ayrıca bir sınırlılık teşkil etmektedir.

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Girişimcilik eğitimi alan kursiyerlerin %45,5'i ilçede kalanı şehir merkezinde yaşamakta; %44,5'i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların diğer demografik özellikleri ise Tablo'1 de verilmiştir.

Tablo 1: Demografik Veriler

		Frekans	%	Kümülatif %			Frekans	%	Kümülatif %
Yerleşim	İlçe	140	45,5	45,5	Cinsiyet	Kadın	137	44,5	44,5
	Merkez	168	54,5	100,0		Erkek	171	55,5	100,0
Med. Dur.	Bekâr	185	60,1	60,1	Kardeş Sırası	1	105	34,1	34,1
	Evli	114	37,0	97,1		2	67	21,8	55,9
	Diğer	9	2,9	100,0		3	51	16,6	72,4
Yaş	18-24	135	43,8	43,8		4	31	10,1	82,5
	25-34	100	32,5	75,7		5	25	8,1	90,6
	35-44	58	18,8	94,5		6	12	3,9	94,5
	45-54	14	4,5	99,6		7	9	2,9	97,4
	55+	1	,4	100,0		8	3	1,0	98,4
Çocuk sayısı	0	201	65,3	65,3		9	3	1,0	99,4
	1	27	8,8	74,1		11	2	,6	100,0
	2	48	15,6	89,7		İlkokul	28	9,1	9,1
	3	22	7,1	96,8	Ortaokul	24	7,8	16,9	
	4	7	2,4	99,0	Lise	105	34,1	51,0	
	5	3	1,0	100,0	Üniversite	138	44,8	95,8	
Doğum Yeri	Köy	31	10,1	10,1	Yüksek Lisans	11	3,6	99,4	
	Kasaba	16	5,2	15,3	Doktora	2	,6	100,0	
	İlçe	126	40,9	56,2	Görevi***	İşletme Sahibi	21	6,8	6,8
	Küçük İl	108	35,1	91,3		Müdür	2	,6	7,4
	Büyük Kent	27	8,8	100,0		Müdür Yrd.	1	,3	7,8
Büyüme Çağı*	Köy	25	8,1	8,1		Diğer	15	4,8	12,6
	Kasaba	20	6,5	14,6		Çalışmıyor	269	87,5	100,0
	İlçe	100	32,5	47,1	Gelir Düzeyi	Çok Kötü	6	1,9	1,9
	Küçük İl	117	38,0	85,0		Kötü	16	5,2	7,1
	Büyük Kent	46	14,9	100,0		Normal	227	73,7	80,8
Yaşadığı Yer**	Köy	14	4,5	4,5		İyi	56	18,2	99,0
	Kasaba	20	6,5	11,0		Çok İyi	3	1,0	100,0
	İlçe	110	35,7	46,7	Yb. Dil	Evet	104	33,8	33,8
	Küçük İl	114	37,0	83,7		Hayır	204	66,2	100,0
	Büyük Kent	50	16,2	100,0	Şirket Türü****	Anonim	11	3,6	3,6
Kardeş Sayısı	0	1	,3	0,3		Limitet	38	12,3	15,9
	1	5	1,6	1,9		Kolektif	3	1,0	16,9
	2	35	11,4	13,3		Adi Ortaklık	22	7,1	24,1
	3	80	26,0	39,3		Şahıs Şirketi	234	76,0	100,0
	4	65	21,1	60,4	Baba Eğitimi	İlkokul	154	50,0	50,0
	5	51	16,6	76,9		Ortaokul	53	17,2	67,2
	6	33	10,7	87,6		Lise	72	23,4	90,6
	7	13	4,2	91,9		Üniversite	25	8,1	98,7
	8	12	3,9	95,8		Yüksek Lisans	4	1,3	100,0
	9	6	1,9	97,7	Anne Eğitimi	İlkokul	241	78,2	78,2
	10	3	1,0	98,7		Ortaokul	39	12,7	90,9
	11	2	,6	99,3		Lise	21	6,8	97,7
	13	1	,3	99,7		Üniversite	6	1,9	99,6
	18	1	,3	100,0		Yüksek Lisans	1	,3	100,0

* Büyüme çağına kadar (18 yaşına kadar) daha çok bulunduğu yerleşim yeri

** Şimdiye dek yaşadısının büyük bölümünü geçirdiği yerleşim yeri

*** Bir iş yerinde çalışıyor ise pozisyonu

****Kurmayı düşündüğü şirket türü

Anket verilerine %95 güven seviyesinde yapılan Bağımsız Tek örneklem t-testi ve F Varyans Analizi Testi sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 2: T Testi sonuçları

Demografik	Sorular	P	Ortalama Farkı
İlçe - Merkez	6.Başkaları tarafından saygı görmek	0,008	-0,352
	14.Devlet kurumlarıyla iş yapmak	0,014	-0,406
	24.Çevremdeki girişimcilerin ekonomik durumlarının iyi olması	0,028	-0,303
Kadın- Erkek	1.Yeni bir ürün geliştirmek	0,010	-0,394
	3.Piyasada para kazanılabilecek boşlukların olması	0,014	-0,269
	4.Ticaret ve sanayi ile uğraşan aile bireylerine benzemek	0,020	-0,385
	8.Zamanımı daha iyi değerlendirmek	0,029	0,221
	9.İlgilerimin gelişimine katkıda bulunmak	0,019	0,249
	13.Yaşamıma bir anlam kazandırmak	0,043	0,220
	15.Yeni kurulan ve gelişen bir şirketin problemleri ile uğraşmak ve faydalarından yararlanmak	0,021	-0,373
	18.Yüksek kazanç elde etmek	0,047	-0,199
	19.Yeniliklerin ve teknolojik gelişmenin öncüsü olmak	0,008	-0,355
23.İstihdam imkânları yaratmak ya da oluşturmak	0,020	-0,257	

İlçede ya da merkezde yaşayan katılımcıların ankete verdikleri cevaplar istatistiksel olarak 6,14 ve 24. sorularda farklılık göstermektedir. Merkezde yaşayan katılımcılar, ilçede yaşayanlara göre başkaları tarafından saygı görmeye, devlet kurumları ile iş yapmaya önem vermekte ve çevrelerindeki girişimcilerin ekonomik durumlarının iyi olmasından daha fazla etkilenmektedirler.

Bu farklılıklar, sırasıyla, ilçede yaşayanların benzer ekonomik ve sosyal koşullara sahip olması ve ilçede insan ilişkilerinin merkeze göre daha sıcak olması girişimcilerdeki başkaları tarafından saygı görme ihtiyacını ikinci plana itmesinden; merkezde devlet kurumlarının sayısının ve alım güçlerinin, bir ölçüde kazandırma potansiyellerinin fazla olmasından; il merkezindeki çok sayıda yüksek kazançta sahip girişimcilerin örnek oluşturmasından kaynaklanabilir.

Kadın ve erkek kursiyerlerin 1, 3, 4, 8, 9, 13, 15, 18, 19 ve 23. sorulara verdikleri cevaplar istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar içermektedir. Buna göre erkek kursiyerler, bayanlara göre yeni bir ürün geliştirmeye, piyasadaki boşluklardan yararlanmaya daha fazla önem vermekte, ticaret ve sanayi ile uğraşan aile bireylerine daha fazla benzemek istemektedirler. Onlar için yeni kurulan ve gelişen bir şirketin problemleri ile uğraşmak ve faydalarından yararlanmak; yüksek kazanç elde etmek; yeniliklerin ve teknolojik gelişmenin öncüsü olmak; istihdam imkânları yaratmak ya da oluşturmak daha değerli olmaktadır. Buna karşın bayan katılımcılar, erkeklere göre zamanlarını daha iyi değerlendirmeye; ilgilerinin gelişimine katkı sağlamaya; yaşamlarına anlam kazandırmaya daha fazla önem vermektedirler.

Bu farklılık, erkeklerin daha çok desteklenerek yetiştirilmeleri, çevreyi gözleme ve fırsatları değerlendirme eğilimlerinin fazla olması, önemli aile bireylerine benzemeleri konusunda yönlendirilmeleri, toplumda önemli bir yere gelmek ve takdir edilmek, itibar görmek isteğinin fazla olmasından buna karşın bayanların daha tedbirli, elindeki değerini bilen, öncülük eden değil de destekleyici konumda kalmayı tercih eden tarzda yetiştirilmelerine bağlanabilir.

Tablo 3: F Testi sonuçları

Demografik	Sorular	(i)	(j)	p	Ortalama Farkı
Medeni durum	6.Başkaları tarafından saygı görmek.	Bekâr	Evli	0,005	0,103
	11.Kendime, eşime ve çocuklarıma güven vermek.	Bekâr	Evli	0,003	-0,762
	12.Aynı düşünce ve görüşleri paylaştığım insanların gelişimine katkıda bulunmak.	Bekâr	Evli	0,042	-0,584
Yaş	11.Kendime, eşime ve çocuklarıma güven vermek.	18-24	25-34	0,005	-0,884
Büyüme çağı	12.Aynı düşünce ve görüşleri paylaştığım insanların gelişimine katkıda bulunmak.	Büyük Kent	Köy	0,031	-1,430
Şimdiye dek yaşadığı yer	11.Kendime, eşime ve çocuklarıma güven vermek.	Köy	Kasaba	0,038	-2,285
		Köy	Büyük Kent	0,031	-2,024
Eğitim durumu	6.Başkaları tarafından saygı görmek.	İlkokul	Yüksek Lisans	0,011	0,201
		Üniversite	Yüksek Lisans	0,020	0,113
Gelir düzeyi	11.Kendime, eşime ve çocuklarıma güven vermek.	Çok Kötü	Çok İyi	0,013	0,350
		Normal	Çok İyi	0,038	0,061
		İyi	Çok İyi	0,015	0,266

Bu sonuçlara göre bekâr ve evli katılımcıların ankete verdikleri cevaplar 6,11 ve 12. sorularda istatistiksel olarak farklılık göstermektedir. Bekâr katılımcılar, başkaları tarafından saygı görmeye değer verirken, evliler ise kendilerine, eşlerine ve çocuklarına güven vermeye; aynı düşünce ve görüşleri paylaştıkları insanların gelişimine katkıda bulunmaya daha fazla önem vermektedirler.

Bekârların diğerlerine karşı sorumluluk hissetmemeleri, buna karşın evlilerin ailevi sorumluluklarını yerine getirmek zorunda olmaları ve sosyal ilişkilere önem vermeleri bu farklılıkların sebebini açıklayabilir.

25-34 yaş aralığındaki katılımcılar, 18-24 yaş aralığındaki katılımcılara göre şimdiye dek yaşamlarının büyük kısmını kasabada ve büyük kentte geçirenler, köyde geçirenlere göre; ailesinin gelir düzeyi çok kötü, normal ve iyi olanlar, çok iyi olanlara göre; kendilerine, eşlerine ve çocuklarına güven vermeye daha fazla önem vermektedirler.

Gençlere oranla sorumluluk duyguları gelişmiş orta yaşlıların, kasaba ve büyük kentte geçinmenin daha zor olması ve geliri düşük olan ailelerin geçim durumunu daha ön plana çıkarması, ailelerine güven verme duygusunun ön plana çıkmasının sebepleri olabilir.

Büyüme çağını (18 yaşına kadar) köyde geçirenler, büyük kentte geçirenlere göre, aynı düşünce ve görüşleri paylaştığı insanların gelişimine katkıda bulunmaya daha fazla değer vermektedirler. Bu durum büyüme çağını köyde geçirenlerin, insan ilişkilerini incelemelerinden kaynaklanabilir.

İlkokul ve üniversite mezunları yüksek lisans mezunlarına göre başkaları tarafından saygı görmeye daha fazla önem vermektedirler. Kendilerini eğitim olarak yetiştirme imkânı bulamamış olmaları ilkökul mezunlarını, akademik kariyer yapamamış olmaları da üniversite mezunlarını, yüksek lisans mezunlarına göre başkaları tarafından saygı görmeye daha fazla önem vermelerini açıklayabilir.

7. SONUÇ

Aldıkları kararlar ile yerel, ulusal, bölgesel ve hatta küresel ekonomik yapıyı etkileyebilme gücüne sahip olan girişimcilere verilen önem giderek artmaktadır. Ekonomiler üzerindeki potansiyel etkisinin fark edilmesi, girişimcilik konularındaki çalışmaların sayısını artırmış, kapsamını geliştirmiştir.

Girişimcilik kararını etkileyen sebeplerin katılımcıların demografik özellikleri ile değişip değişmediğini ortaya koymak amacı ile yapılan bu çalışmada, potansiyel girişimciler olarak değerlendirilen KOSGEB girişimcilik eğitimine katılan kursiyerler ele alınmıştır.

Literatürde geçen girişimcilik kararını etkileyen sebeplerin yer aldığı bir anketin kursiyerlere uygulanması sonucu elde edilen veriler, ikili ve çoklu karşılaştırmalar arasındaki farkları tespit etmek için yapılan Bağımsız Tek örneklem t-testi ve F Varyans Analizi testlerine tabi tutulmuştur. Böylelikle istatistiksel olarak demografik veriler açısından farklılık gösteren girişimciliği etkileyen faktörler, tespit edilmiştir.

Çalışmada, girişimci adaylarından ilçe ile il merkezinde yaşayanlar arasında (3 sebep) ve kadınlar ile erkekler arasında (10 sebep) girişimcilik kararını etkileyen bazı sebepler açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Bekarlar ile evliler arasında (3 sebep), 18-24 yaş ile 24-34 yaş aralığında olanlar arasında (1 sebep), büyüme çağını büyük kentte geçirenler ile köyde geçirenler arasında (1 sebep), şimdiye dek yaşantısının büyük bölümünü köyde geçirenler ile kasaba ve büyük kentte geçirenler arasında (biri sebep), ilk okul ve üniversite mezunları ile yüksek lisans mezunları arasında (biri sebep), gelir düzeyi çok kötü, normal ve iyi olanlar ile çok iyi olanlar arasında (biri sebep), girişimcilik kararını etkileyen sebepler açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar görülmüştür. Farklılıkların yönü ve muhtemel nedenlerine, bulgular kısmında değinilmiştir. Her girişimci adayını iş kurmaya yönlendiren sebepler, adayın yerleşim yeri, cinsiyeti, medeni durumu, yaşantısının büyük kısmını nerede geçirdiği, eğitim durumu ve gelir düzeyi açısından farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklara dikkat edilmeden girişimciliğin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için oluşturulacak araçların etkisi sınırlı olacaktır.

Girişimciliğin seviyesi ve kalitesi, toplumların, bölgelerin, endüstrilerin ve bir bütün olarak ülkelerin ekonomik canlılığında önemli bir etki yapması, idarecilerin girişimcilik politikaların tasarlanmasına, seçimine önem vermelerini ve bu konudaki çalışmalarını faaliyetlerinin merkezine yerleştirmelerini gerekli hale getirmiştir (Hart, 2003:3-4).

Bu noktada girişimciliğin geliştirilmesi ve girişimci sayısının artırılması konusunda çalışan ilgili kurum ve kuruluşlar, farklı demografik özelliklere sahip grupları farklı motivasyon araçları kullanarak yönlendirebilir ve beklentilerine uygun iş alanlarını onlar için kolaylaştırabilir. Böylelikle daha fazla kişinin girişimcinin olarak ortaya çıkmasını sağlayabilirler.

Benzer çalışmalar daha geniş kitleler üzerinde, girişimci adayları ve hali hazırdaki girişimciler üzerine yapılarak, hem bölgesel farklılıklar tespit edilebilir hem de daha net ve kapsamlı sonuçlara ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

ACS, Z. J. ve AUDRETSCH, D. B. (2003). Introduction to the Handbook of Entrepreneurship Research. In Handbook of Entrepreneurship Research (s:3-20). Springer US.

ARIKAN, S. (2002). Girişimcilik, Siyasal Kitabevi, Ankara.

- AYTAÇ, Ö. (2006). “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15: 139-160.
- AYTAÇ, Ö. ve İLHAN, S. (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18: 101-120.
- BIRD, B. ve JELINEK, M. (1988), “The Operation of Entrepreneurial Intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(2): 21- 29.
- BIRLEY, S., WESTHEAD, P. (1994). “A Taxonomy of Business Start-Up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size”. *J. Bus. Venturing*, 9: 7–31.
- BİROL, Y.E., TUNCAY, M. ve KAYA, H.İ. (2011). “İktisadi Gelişme Açısından Girişimcilik Kültürü: Sivas, Tokat ve Amasya İllerinde Bir Uygulama”, 3. Uluslararası İktisatçılar Zirvesi Bildiriler Kitabı (s. 443-455), İstanbul İktisatçılar Derneği Yayın No: 3, İstanbul.
- BİROL, Y.E., ve TUNCAY, M. (2011). “Aile İşletmelerinin Yönetiminde Karşılaşılan Sorunlar Üzerine Bir Araştırma: Sivas Örneği”, 7. KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı (s. 337-346), İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları Yayın No: 155, İstanbul
- BYGRAVE, W.D. (1989). “The Entrepreneurship Paradigm (II): Chaos and Catastrophes among Quantum Jumps”. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(2):7-30.
- CARTER, N. M., GARTNER, W. B., SHAVER, K. G. ve GATEWOOD, E. J. (2003). “The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs”. *Journal of Business Venturing*, 18: 13–39.
- ÇETİNDAMAR, D. (2002). Türkiye’de Girişimcilik, TÜSİAD Yayınları, Ankara.
- DİNÇER, Ö. ve FİDAN, Y. (2012). İşletme Yönetimine Giriş, Alfa Basım Yayın, İstanbul.
- ERCAN, S. ve GÖKDENİZ, İ. (2009). “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49: 59-82.
- GÜNEY, S. ve NURMAKHAMATULY, A. (2007). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18): 62-86.
- HART, D. M. (Ed.). (2003). *The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Start-Ups, and Growth in the US Knowledge Economy*. Cambridge University Press.
- HISRICH, R. D. ve PETERS, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Mcgraw-Hill Irwin, Fifth Edition, USA
- HISRICH, R. D. ve DRNOVSEK, M. (2002). “Entrepreneurship and Small Business Research—a European Perspective”. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(2):172-222.
- İRMİŞ, A., DURAK, İ. ve ÖZDEMİR, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*, Ekin Yayınevi, Bursa.
- JACK, S. L. ve ANDERSON, A. R. (1999). “Entrepreneurship Education within the Enterprise Culture: Producing Reflective Practitioners”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5(3): 110-125.

- KAPU, H. (2001). Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci/ Yöneticilerin Yaşamı ve Girişimcilik Değerleri. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KARABULUT, A.T. (2009). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26(1): 331-356.
- KOLVEREID, L., (1996a). “Organizational Employment Versus Self-Employment: Reasons for Career Choice Intentions”. *Entrepreneurship Theory Pract.* 20 (3): 23–31.
- KOLVEREID, L., (1996b). “Prediction of Employment Status Choice Intentions”. *Entrepreneurship Theory Pract.* 21 (1): 47–58.
- KUTANIS, R. Ö. ve HANCI, A. (2004). “Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları”, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- LINAN, F. ve CHEN, Y. (2006). “Testing the Entrepreneurial Intention model on a Two Country Sample Model”, Departament d'Economia de l'Empresa, Documents de Treball: 1-28
- LITTUNEN, H. (2000). “Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality,” *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 6(6): 295-299.
- MORRISON, A. (2000). “Entrepreneurship: what triggers it?”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(2):59-71.
- ÖZDEMİR, A. (2010). “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış*, 117–139.
- ÖZDEMİR, Y. ve MAZGAL, S. (2012). “Bir Kariyer Tercih Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği”, *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(1): 87-102.
- SHANE, S., KOLVEREID, L., ve WESTHEAD, P. (1991). “An Exploratory Examination of The Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender”. *Journal of business venturing*, 6(6): 431-446.
- STEVENSON, H. H. ve JARILLO, J. C. (1990). “A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management”. *Strategic Management Journal*, 11(5):17-27.
- TURAN, M. ve KARA, A. (2007). “An Exploratory Study of Characteristics and Attributes of Turkish Entrepreneurs: A Cross-Country Comparison to Irish Entrepreneurs”. *Journal of International Entrepreneurship*, 5(1-2):25-46.
- YAĞCI, F. ve BENER, Ö. (2005). “Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler”, *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 33: 85-100.
- YETİM, N. (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2): 77-90.