

SOCIAL AND HUMAN SCIENTIFIC

Saygın, M. ve Mavi Doğru, G. (2018). "Sosyal Kaytarma ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Erdemli Örneği", R&S - Research Studies Anatolia Journal, Vol:1, Issue:2; pp:308-317

Anahtar Kelimeler: Sosyal Kaytarma, Girişimci Kişilik Özellikleri, Girişimcilik

Keywords: Social Loafing, Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurship

Makale Türü: Araştırma Makalesi

SOSYAL KAYTARMA İLE GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ERDEMLİ ÖRNEĞİ¹

An Analysis about the Relationship between Social Loafing and Entrepreneurial Characteristics: The Case of Erdemli

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet SAYGIN

Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu, msaygin@mersin.edu.tr Mersin/Türkiye

Gamze MAVİ DOĞRU

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, bluegamze.gm@gmail.com Mersin/Türkiye

Makale Geliş Tarihi
04.06.2018

Revize Tarihi
19.06.2018

Yayınlanma Tarihi
30.07.2018

ÖZ

Ülke ekonomisinin gelişmesi, yeni iş fırsatlarının oluşturulması ve bu iş fırsatlarının devamlılığının sağlanması için ekonominin önemli yapı taşlarından biri olan girişimcilerin desteklenmesi gerekmektedir. Girişimci, yeniliği başlatan, risk ve belirsizlik koşulları altında olasılıklardan olanak yaratan, yaratıcı düşünebilen, üretkenlik yeteneğine sahip kendi işini kuran kişidir (Soylu vd., 2015:313-314; Türkoğlu vd.,2017:2). Girişimciler yerel kalkınmanın anahtarı konumunda istihdam yaratan ve görülmeyeni görme yetenekleri sayesinde inovasyon yaratma kabiliyetine sahip bireyleri ifade etmektedir. Günümüz ekonomisinde artan rekabet koşullarına ayak uydurma çabasında olan örgütlerin, başarıyı yakalama ve sürdürülebilirliğe adanmış çalışanlarının örgüte kendilerini adanmaları ve grup çalışmalarında verimlilik göstermeleri arzulanmaktadır. Sosyal kaytarma kavramı, örgütsel davranış örneği olarak bireylerin grup içerisinde beklenenden daha az çaba göstermesi ve neticede verimliliğinde düşüşe uğraması olarak ifade edilebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, sosyal kaytarma özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. Bu amaçla, çalışma Erdemli Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı olarak faaliyet gösteren işletme yöneticilerinden birebir görüşme ve anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların girişimci kişilik özellikleri ile sosyal kaytarma özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmış, katılımcıların iş kurma süreçlerine ekonomik sermaye unsurlarına olan bağlılıkları belirlenmiştir. Çalışmanın girişimcileri yerel düzlemde ele alması ve karma araştırma yöntemini kullanması bakımından önem taşıdığı düşünülmektedir.

ABSTRACT

Entrepreneurs who are one of the important factors of the economy need to be supported in order to develop the national economy, to create new business opportunities and to ensure the continuity of the business opportunities. Entrepreneur is the person initiating the innovation; creating possibilities and establishing his/her own business with the ability of being productive, creating opportunities under the conditions of risk and uncertainty (Soylu et al., 2015: 313-314, Türkoğlu et al., 2017: 2). Entrepreneurs are individuals at the key of local development, who have the ability to create innovation through their ability to create employment and to see unseen. In today's economy, it is desired that in organizations trying to keep pace with the increasing competition conditions, employees in order to capture and sustain success, should show efficiency in their group works. The social loafing term as an organizational behavior expresses that individuals work less than expected in a group and they fall in unproductivity tendency. The purpose of this study is to analyze the relationship between social loafing and entrepreneurial characteristics. For this purpose, the study was conducted through the one-on-one interview and survey method among the business managers operating within the Erdemli Chamber of Commerce and Industry. In the light of the findings of the study, it can be said that there is a statistically significant relationship between entrepreneurial characteristics and social loafing tendency and also the commitment for the economical capital elements of the participants while establishing a business are determined. It is believed that the study has a significance in terms of its involvement in a research that explores entrepreneurs at the local level and uses mixed research method.

1. GİRİŞ

Küresel düzeyde sürekli artan rekabet ortamı ve buna karşın ülkelerin işsizlikle mücadele çalışmaları,

¹ Extended Abstract of this research was submitted to the International Erdemli Symposium conducted in Mersin/Turkey on April 19-21, 2018.

gelecekteki iş dünyasının odaklandığı noktaları oluşturmaktadır. Ülke ekonomilerinin gelişmesi ve kişi başına düşen milli gelir hesaplamalarında özel sektör temsilcilerinin rolü önem taşımaktadır. Girişimcilerin niceliksel ve niteliksel açıdan artış göstermesi, yeni girişimlerin ortaya çıkması ve inovasyon odaklı yaklaşımların hayat bulması yerel ekonomiler için olduğu kadar küresel rekabet ve iş dünyası için de önemli role sahiptir. Türkiye’de KOSGEB, TKDK, TÜBİTAK ve Kalkınma Ajansları vasıtasıyla girişimciliğe büyük önem verilmekte, yenilik odaklı projelerin hayata geçirilmesi devlet eliyle sağlanmaktadır. Bu bakımdan, girişimcilerin anlaşılması aslında ekonomik işleyişin daha iyi irdelenmesi anlamını taşımaktadır.

Girişimci kişilik özelliklerini ele alan çok sayıda akademik çalışma bulunmasına rağmen yerel düzeyde konuyu ele alan çalışmaların artması konunun daha iyi algılanmasına katkı sağlayacaktır. Bireylerin iş ortamlarında grup davranışlarından uzaklaşma ve daha az sorumluluk alma eğilimlerini ifade eden sosyal kaytarma kavramı girişimcilikle birlikte ele alınması gereken hususlar arasında yerini almaktadır. Sosyal kaytarma eğilimi gösteren katılımcıların girişimci kişilik özelliklerinde artış olup olmadığına ilişkin bulgular, aslında girişimciliğin kültürel sermaye bağlamında bireysellik ya da toplulukçuluk anlayışına göre nasıl şekillendiği doğrultusunda yönlendirici bir bakış açısı kazandıracaktır. Araştırma, Erdemli Ticaret ve Sanayi Odası’na bağlı işletmelerde gerçekleştirilmiş olup katılımcılar işletme sahipleri/yöneticileri olarak belirlenmiştir. Araştırmanın temel amaçları, katılımcıların girişimci kişilik özelliklerini, sosyal kaytarma eğilimlerini belirlemek ve girişimci kişilik özellikleri ile sosyal kaytarma eğilimleri arasındaki ilişkileri tespit etmektir. Araştırmada izlenen basit tesadüfi örneklem yöntemi ile katılımcılardan elde edilen nicel verilere ek olarak nitel verilerin destekleyici olarak toplanmasıyla söz konusu verilerin doğruluğu ve güvenilirliği teyit edilmek istenmiştir. Araştırmanın girişimcilik algısının yaygınlaşmasına, girişimcilerin daha iyi anlaşılmasına ve yerel kalkınmanın anahtarı konumunda işletme sahiplerinin sosyal kaytarma özelliklerinin incelenmesine bir araç olduğu düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Girişimci Kişilik Özellikleri

Günümüzde girişimcilik terimi ekonomik kalkınma, istihdam sağlama ve sosyal gelişmenin yapı taşlarından biri olarak görülmektedir. Ayrıca teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemekte olduğu bu yüzyılda girişimci birey de bu değişim ve gelişmelerin etkisiyle bazı farklı nitelikler kazanarak girişimcinin ekonomide ve toplumdaki önemi artmıştır (Cebeci, 2016:86-89). Girişimcilik terimi Fransızca “entreprende”, Almanca “unternehmen”, İngilizce “entrepreneurship” ve Türkçe’de “Müteşebbislik” olarak literatürde kullanılmaya başlanmıştır (Soylu vd., 2015:315). Girişimcilik kavramı 1776 yılında Adam Smith’in “Wealth of Nations” isimli çalışmasında kapitalizmi tanımlarken kapitalist ile girişimciyi bağdaştırması ile duyulmuştur. Ancak 18.yy’da girişimcilik terimini kullanan ilk kişi Fransa’da yaşayan İrlandalı ekonomist Richard Cantillon iktisadi bilimlerini üç farklı gruba ayırmıştır. Bunlar; toprak sahipleri, girişimciler ve işçilerdir. Cantillon, bu kapsamda girişimci terimini “belirsizlik şartları altında pazarın oluşumunda karar verici ve bir koordinatör” olarak tanımlamıştır (Soylu vd., 2015:315; Özcan vd., 2018:39; Yüksel vd., 2015:144-147). Girişimci kavramının bugünkü kullanılmakta olan anlamına kavuşturan J. Babtiste Say’a göre girişimci, “Bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek kıymetli olduğu sanılan bir malı üreten ve elde edeceği kar için riski göze alabilen kişidir.” şeklinde tanımlamıştır (Soylu vd., 2015:315; Özcan vd., 2018:39). Ekonomik alandaki gelişmelere bağlı olarak girişimcilik tanımına da yeni nitelikler eklenmiştir. Bunlardan bir tanesi de iktisatçı S.A. Schumpeter’in açıklamasıdır. Bu açıklamada girişimcinin yenilikçi ve etkin olma özelliği ile ekonomik kalkınmada gerekli olan insan kaynaklarının en önemli temel faktörlerden birisi olduğunu ifade etmiştir. Schumpeter’in göre girişimci, “toplumda değişimi sağlayacak birey ve kurumlar” olarak tanımlamıştır (Soylu vd., 2015:315; Türkoğlu vd., 2017:2-4; Yüksel vd., 2015:144-147). Ayrıca Schumpeter girişimciliği, yeni ürünler, süreçler ve ihracat pazarları bulma, yeni hammadde, yarı mamul ve arz kaynakları bulma ya da yeni bir organizasyon yapısı oluşturma şeklinde ifade ederek yeni bir bakış açısı yaratmıştır (Yüksel vd., 2015:144-147). Girişimciliğin, ulusal ekonominin gelişmesinde oldukça önemli bir rol oynayarak karlılığı arttırması ve istihdamın sürekliliğinin sağlanması sonucu sosyal sorumluluğu da teşvik edici olduğunu söylenebilmektedir (Yüksel ve Bekâr, 2017:34).

Girişimcilik ve girişimci terimlerinin farklı yönlerini vurgulamak adına birçok farklı tanımlar yapılmıştır. Çünkü girişimci, bireyi ifade eden ve bireyin özel yetenek, beceri ve zihinsel özelliklerini belirten bir kavram iken; girişimcilik terimi, girişimcinin ortaya koyduğu fikri ve davranışsal eylemlerden oluşan çıktılarının genellemesidir (Karasakal vd., 2013:137). Günümüzde girişimcilik

kavramı girişimciyi birey bazında ele alarak incelemektedir. Bugünün girişimcisi ise girişimcilik kavramı kapsamında yeniliklere açık, fırsatları yakalayan ve bunları değerlendirebilen, fikirlerini ticari anlamda uygulanabilir düzeye getirerek kar elde ederek girişimi gerçekleştiren kişidir diyebilmekteyiz (Cebeci, 2016:86-89).

Girişimcilik ile ilgili yapılan birçok araştırmada girişimci kişilik özelliklerinden bahsedilmekte olup başarılı girişimcilerin bazı ortak özelliklerinin olabileceği üzerinde durulmuştur. Araştırmacılar girişimcinin kişilik özelliklerini bütün ayrıntıları ile açıklamak için uzun zaman ve çaba sarf etmişlerdir. Nitekim bu süreç sonucunda girişimcilerin sahip oldukları niteliksel özellikler hakkında bazı bilgiler edilmişse de bunların hiçbirini bu alanda başarının kategorisini belirgin bir şekilde yansıtmadığı ifade edilmiştir (Soylu vd., 2015:315). Öyle ki Kao'nun (1989) söyleminde (Akt. Soylu vd., 2015:315) ifade ettiği gibi hiçbir zaman görünürdeki bütün özellikleri kapsayan tek bir girişimci profili ile sınırlandırılmayacağı, buna karşın belli bir çerçevede girişimci özellikleri ve davranışlarından söz edilebileceği mümkündür. Bu bağlamda yapılan bir dizi araştırmada girişimci kişilik özellikleri farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Cebeci (2016:86-89), girişimci kişilik özelliklerini risk alma, kendine güven, kontrol odağı, belirsizliğe tolerans, yenilikçi olma, yaratıcılık, bağımsızlık ihtiyacı, iyi iletişim kurma ve fırsatları değerlendirme şeklinde dokuz başlıkta sınıflandırır iken, Soylu vd. (2015:316-320), bu sınıflandırmaya başarıma ihtiyacı, iletişim ve yaratıcılık özelliklerini eklemiştir. Solmaz vd. (2014:42-43), girişimcilik kişilik özelliklerini risk alma, belirsizliğe tolerans, fırsatları değerlendirme, gelecek odaklılık, yenilikçilik ve kendine güven olarak, Türkoğlu vd. (2017:2-4) ve Yıldız ve Akın (2014:111-113) altı başlıkta; risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve kontrol odağı şeklinde sınıflandırmıştır. Bu çalışmalardaki girişimcilik kişilik özelliklerinden bazılarını kısaca açıklamak gerekirse;

- *Risk alma*; kişinin finansal açıdan zarar göreceği bir durumla karşı karşıya kaldığında ve sosyal açıdan da bağımsızlığı göze alarak risk alması ya da riskten kaçınması yönündeki davranışı sergilemesidir (Cebeci, 2016:87; Solmaz vd., 2014:43).
- *Başarı ihtiyacı*; McClelland'ın (1961) başarı ihtiyaçları teorisi ile başarı ihtiyacının girişimcilik davranışlarını etkileyen en önemli nitelik olduğunu ileri sürmüştür (Solmaz vd., 2014:43). Kişiyi başarı ve mükemmellik için mücadele etmeye sürükleyen güçtür. Ayrıca kişinin, aldığı sorumluluk ve kararların olumlu sonuçlara ulaştığını görmek ve bu sonuçtan tatmin olmak istemesi olarak ifade edebiliriz (Soylu vd., 2015:318).
- *Yenilikçilik*; örgütün ihtiyaçlarına yaratıcı ve alışılmamış fikirlerin uygulamaya geçirilmesi ya da örgütün sorunlarına farklı çözümler aranması olarak açıklanmaktadır (Türkoğlu vd., 2017:3).
- *Kontrol odağı*; yeni bir işi başlatırken ya da sürdürmek için işlerin istenilen düzeyde gitmesini sağlayabilme düşüncesidir (Solmaz vd., 2014:43).
- *Belirsizlik toleransı*; kişinin belirsiz durumlarda aldığı karara daha fazla bilgi aramaya gerek duymaksızın güvenerek pozitif tepki verebilme yeteneğidir (Cebeci, 2016:88).
- *Kendine güven*; gelecekte çıkabilecek karmaşık ve tahmin edilemeyen durumların üstesinden gelebilme konusunda kişinin kendine güvenme duygusudur (Solmaz vd., 2014:44). Ayrıca ne istediğinin farkında olan, hedefe yönelik harekete geçmekten kaçınmayan ve hata yapmaktan korkmayan girişimcilerin başarı olasılığı yüksektir diyebiliriz (Türkoğlu vd., 2017:3).

2.2. Sosyal Kaytarma

İşletmelerin amaç ve hedefleri arasındaki en önemli unsur rekabet ortamında ayakta kalmak ve bu durumun sürekliliğini sağlamaktır. Bu gayede olan işletmeler, işgörenlerinin hizmet verdikleri işletmeye kendilerini adanmalarını, grup çalışmalarında etkili ve verimli olmalarını beklemektedirler. İşletmelerin grup çalışmalarında grubun ve bireyin etkinliğini bu kadar önemsemesi bazı araştırmacıların bu konu üzerinde çalışmalar yapması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yapılan bu çalışmalar sonucu grup çalışmasında bireyin gruba etkisini açıklamak amacıyla literature yeni kavramlar eklenmiştir. Bu kavramların bir tanesi Max Ringelmann tarafından literatüre kazandırılan "sosyal kaytarma" kavramıdır (Kafes ve Kaya, 2017:228). Bu kavramın ortaya çıkışı 1913 yılında Fransız ziraat mühendisi Max Ringelmann tarımsal faaliyetlerde insanların, hayvanların ve makinelerin etkisini belirlemek istemesiyle başlamıştır. Grandjouon Tarım Koleji'nde yaptığı çalışmada grubun büyüklük oranının ve birey başına düşen çabanın gruba etkisini ölçmüştür ve deney literatüre "Ringelmann Etkisi" olarak geçmiştir. Bu deney 20 kişiden oluşan öğrenci ve mahkum grubunun halat çekme sırasında bireysel ve grupsal olarak uyguladıkları kuvvet halatın ucuna bağlanan dinamometre ile ölçülmüştür. Grup olarak halat çekme kuvvetinin birey başına düşen oranının bireyin tek başına iken halat çekme kuvvetinden daha az olduğunu gözlemlemişlerdir. Grup büyüme

oranı arttıkça bireyin uyguladığı kuvvetin azaldığı tespit edilmiştir (Kesen, 2015:6532; Taner ve İştin:28-30). Yani grup büyüklüğü ile sarf edilen çabanın arasında ters yönlü bir ilişki var diyebiliriz.

Latane ve diğerleri bu deneyde kullanılan aletlerin ve yöntemin verimsiz olduğunu düşünerek “el çırpma ve yüksek sesle bağırma” adında yeni bir deney yapmışlardır. Bu deney sonucunda ise gruptaki birey sayısı arttıkça bireye düşen gürültü seviyesinin de azaldığını tespit edilmiştir ve bireylerin takım halinde iken saf ettikleri çabadaki düşüşü bilimsel bir deneyle açıklamıştır. “Sosyal Kaytarma” adı ilk kez bu deneyle kullanılmış ve “toplumsal bir hastalık” olarak betimlenmiştir (Uysal, 2016:733; Sünnetçioğlu vd., 2014:23).

Sosyal kaytarma; işgörenlerin grup olarak çalışırken, tek başlarına çalıştıkları zamana göre daha az çaba sarf etme davranışı sergileme durumudur (Kanten, 2014:13). Diğer bir ifadeyle sosyal kaytarma, işgörenlerin bir grup dâhilinde çalıştıklarında grubun diğer üyeleriyle karşılaştırıldıklarında yapılan iş sürecinde isteklendirme düzeylerinin ve çaba sarf etme eğilimlerinin azalması olarak tanımlanmaktadır (Kanten, 2014:13; Kesen, 2015:6532). Sosyal kaytarma; örgütlerde grup üyelerinin oranının artması sonucu yükümlülüklerin ve görevlerin daha fazla işgörene pay edilmesiyle birlikte bazı grup üyelerinin bireysel katkıların fark edilemeyeceğine inanması sonucunda iş yapmaya yönelik çabaların azalmasıyla ortaya çıkmıştır (Kanten, 2014:14). Bu bağlamda, sosyal kaytarma bireyin yalnızken çalışmasının yanı sıra grup dahilinde de çalıştığında oluşmakta ve bireyin grup içerisinde kendini gizlemesi üzerine kurulu olmaktadır (Tolukan vd., 2017:2-4). Bu yönden de sosyal kaytarma iş ortamlarının devamlılığı açısından son derece tehlikeli bir durumdur. Çünkü uzun vadede süregelen iş iklimi sosyal kaytarmanın yarattığı etki ile zarar görmekte ve bireysel performanslarda düşüşler yaşanmaktadır (Sünnetçioğlu vd., 2014:22-23). Ayrıca grup olarak yapılan çalışmalar sonucunda ödüllendirme tüm gruba eşit olarak dağıtılıyorsa ve bu durum bireylerde en az çaba sarf etme eğilimine neden olmaktadır. İşgörenlerin bu davranışı “kalabalık içinde kaybolma” olarak ifade edilmektedir (Şeşen vd., 2014:44-46).

Sosyal kaytarmanın var olduğu gruplarda, bireylerin sergiledikleri davranışlar “bedavacı rolü (free rider)” ve “safdil rolü (sucker)” olmak üzere ikiye ayrılmıştır. “Bedavacı rolü” sergileyen bireyler, grup içerisindeki görevini yerine getirmek için çok çaba harcamayan ama çaba harcayan diğer grup üyeleri ile aynı ödülü alan bireylerdir. Bu kişilerin eksik yaptığı görevi tamamlayan ya da daha fazla çaba harcayan grup üyeleri ise “safdil rolü”nü üstlenmektedirler (Pabico vd. 2008; aktaran Akgündüz vd., 2015:517). Bireylerin sosyal kaytarma davranışı sergileme nedenlerini sıralamak gerekirse; grup içerisindeki bireyin, kendi bireysel çabasının sonucunun tespit edilemeyeceğini düşündüğünde kaytarma eğilimi gösterebilirler. Bireyler, grup içerisindeki diğer işgörenlerin kaytarma davranışı göstereceklerini düşündüklerinde kendi çabalarını azaltarak eşit seviyeye getirmeye çalışırlar. Birçok birey bir iş üzerinde çalışırken ve bazı bireyler kendilerinin bu işe verecekleri katkının gereksiz ve önemsiz olduğunu düşünebilirler. Bir grubun sadece tek bir çıktı üretmesi durumunda bireylerin daha az çaba göstermesi söz konusu olabilir. Grup dâhilindeki bireylere ödül veya ceza verilmemesi sosyal kaytarma olgusuna neden olabilir (Taner ve İştin, 2017:28-30). Sosyal kaytarma ile ilgili örgütsel davranış ve çalışma psikolojisi alanında yapılan araştırmalarda, bu davranışın grup üyelerinin olumsuz davranış sergileyen diğer işgörenleri örnek almaları sonucunda zamanla artabileceği vurgulanmaktadır (Tolukan, 2017:2-4). Uysal (2016) çalışmasında sosyal kaytarma olgusunun yalnızca bir bireyin sorunu değil örgütün tamamını etkileyen karmaşık bir sorun olarak ifade etmiştir. Ayrıca çalışma sonucunda işgörenlerin çalışma arkadaşlarına yönelik sosyal kaytarma algıları ile tükenmişlik duygusu yaşamaları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda işgörenlerin sosyal kaytarma algısındaki her artış çalışanların tükenmişlik duygularında belli bir oranda artışa neden olduğu vurgulanmıştır. Yıldız vd. (2016) çalışmasında ise sosyal kaytarma davranışını azaltmak için etkili bir grup yönetiminin sağlanması gerektiği belirtilmektedir. Bunun için de işletmelerin izlenim yöntemi taktiklerinin fark edilebileceği bir çalışma ortamı sağlanmalıdır. Ayrıca izlenim yöntemi taktikleri kullanılarak sosyal kaytarma davranışında bulunma eylemini ödüllendirmek yerine iyi bir performans ve ödül sistemiyle caydırmak mümkün olacağı vurgulanmıştır.

2.3. Metodoloji

Araştırmada amaçlanan girişimcilerin sosyal kaytarma özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Ayrıca, girişimcilerin sosyo-demografik özelliklerinin kapsamlı biçimde sorgulanması, kendilerini girişimciliğe motive eden unsurların belirlenmesi ve girişimciliğe başlama nedenlerinin ortaya konulması araştırmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır. Araştırma, Erdemli Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren işletme sahipleri/yöneticileri ve

girişimcilerde uygulanmıştır. Veriler, 2017 yılı Eylül ve Kasım ayları arasında elde edilmiştir. Verilerin elde edilme sürecinde katılımcılarla bire bir görüşmeler yapılmış ve literatüre bağlı olarak oluşturulan veri toplama amacından açıkça bahsedilerek, verilerin yalnızca bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacağı, hiç bir kişisel bilginin toplanmayacağı ve çalışmanın amaçlarının girişimciliğin daha fazla özendirilmesi hususunda katkı sağlamak olduğu gibi konularda katılımcılara gerekli açıklamalar yapılmıştır. Veri toplama sürecinde gerekli tüm etik hassasiyetler gözetilmiş ve verilerin doğru toplanması için çaba sarf edilmiştir. Araştırmada girişimcilerin kişilik özelliklerini ölçebilmek için Koh (1996) tarafından geliştirilen Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeği ve George (1992) tarafından geliştirilen Sosyal Kaytarma ölçeğinden yararlanılmıştır. Ayrıca katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilerek girişimci kişilik özellikleri ayrıca belirlenmek istenmiştir. Verilerin basit tesadüfi örneklem yöntemi tercih edilerek oluşturulduğu araştırmada, girişimcilerin sosyal kaytarma özelliklerinin girişimci kişilik özellikleri ile ilişkisi olduğu yönünde öngörüle bulunulmuştur. Buna göre oluşturulan hipotez aşağıdaki gibidir:

H1: Girişimcilerin sosyal kaytarma özellikleri ile kişilik özellikleri arasında bir ilişki vardır.

Araştırma sürecine 121 katılımcı dahil edilmiş, eksik görülen verilerin araştırma sürecinden çıkarılması neticesinde araştırma veri seti 109 katılımcıdan elde edilen verilerle oluşturulmuştur. Araştırmada katılımcı sayısının istenilen düzeyde olmaması kısıtlılık oluşturmuştur. Nitel verilerin kullanıldığı araştırmalarda amaçlanan bulguların evrene genellemesi değil, elde edilen verilerin bireyler veya gruplar dahilinde yorumlanmasıdır (Luborsky ve Rubinstein, 1995). Nicel ve nitel verilerin bir arada elde edilmek istenmesi veri toplama sürecini zorlaştırmıştır. Ayrıca, ölçeklere verilen cevapların katılımcılar tarafından doğru algılanıp cevaplandığı varsayılmaktadır. Ölçeklerin güvenilirlik katsayıları göz önüne alındığında; araştırmada kullanılan Girişimci Kişilik Özellikleri ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı ,770 olarak tespit edilmiştir. Sosyal Kaytarma ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ise ,870 olarak belirlenmiştir. Buna göre, ölçeklerin istatistikî analizlerin gerçekleştirilmesi bağlamında yüksek düzeyde güvenilir olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Yapı geçerliği noktasında önem taşıyan istatistikî analiz yöntemlerinden biri olan faktör analizi ölçeklere uygulanmak istenmiştir.

Elde edilen verilere bakıldığında Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) değeri ,646 olarak belirlenmiş ve anlamlı bulunmuştur. Barlett Küresellik Testi ki-kare değeri 1631,367 ve serbestlik derecesi 630 olup anlamlıdır ($p=0.00$, $p<0.05$). Sosyal kaytarma ölçeği KMO değeri ,841 Barlett ki-kare değeri 481,075 ve serbestlik derecesi 45 olarak tespit edilmiştir. Buna göre test sonuçları faktör analizinin veri seti üzerinde uygulanabileceğini göstermiştir. Ancak örneklem sayısının düşük olması ölçeklerin tek boyut halinde ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bu bakımdan sosyal kaytarma ölçeği ve girişimci kişilik özellikleri ölçeği tek boyut halinde analiz edilmiştir. Sonuç olarak, girişimcilik üzerinde hassasiyetle durulması gereken anahtar bir kavramdır. Girişimcilik kavramının toplumsal düzeyde iyi algılanabilmesi, işsizliğin azaltılmasında, yenilikçi ürünlerin ve hizmetlerin üretilmesinde, milli gelirin artırılmasında ve belki de en önemlisi bireylerin mutlu, sosyal ve kendinden emin bir hayat sürmeleri noktasında büyük öneme sahip olacağı düşünülmektedir. Bu bakımdan, araştırmanın girişimcilik kavramının doğru anlaşılmasına katkı sunacağı öngörülmektedir.

2.4. Bulgular

Tablo 1'de görülen verilen değerlendirildiğinde katılımcıların çoğunluğu 46 ve üstü yaş aralığında (%23.9) olduğu görülmektedir. 18-25 yaş aralığında olan katılımcıların oranı ise %8.3 olarak tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu 46 yaş ve üzeridir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde çoğunluğun lise ve dengi okul (%42.2) mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların yalnızca %3.7'si lisansüstü öğrenim görmüştür. Katılımcıların büyük çoğunluğu erkektir (%85.3), bu durumun ülkemizdeki kadın girişimci algısını benzer şekilde yansıttığı düşünülmektedir. Devlet desteklerinde kadın girişimcilere yapılan pozitif ayrımcılığın ne denli doğru olduğu kanaati de ayrıca söylenebilmektedir. Katılımcıların baba meslekleri sorulduğunda, 64 katılımcı (%58.7) girişimci/işadami/esnaf, 26 katılımcı (%23.9) çiftçi olduğunu belirtmiştir. Baba meslekleri değerlendirildiğinde elde edilen verilerin çoğunluğunun girişimci/işadami/esnaf değişkeninde olması sonucunda, katılımcıların çoğunluğunun baba mesleği olan girişimci/işadami/esnaf mesleğini devam ettirme eğiliminde oldukları ifade edilebilir.

Tablo 1. Sosyo-Demografik Özellikler I (n:109)

Yaş	n	%	Cinsiyet	n	%
18-25	9	8,3	Kadın	16	14,7
26-30	18	16,5	Erkek	93	85,3
31-35	19	17,4	Medeni Hal	n	%
36-40	20	18,3	Bekar	24	22,0
41-45	17	15,6	Evli	83	76,1
46 ve üstü	26	23,9	Diğer	2	1,8
Eğitim Düzeyi	n	%	Baba Mesleği	n	%
İlköğretim	11	10,1	Girişimci/İşadamı/Esnaf	64	58,7
Lise&Dengi	46	42,2	İşçi/Memur/Emekli	12	11,0
Önlisans	23	21,1	Çiftçi	26	23,9
Lisans	25	22,9	Diğer	7	6,4
Lisansüstü	4	3,7			

Tablo 2'deki veriler incelendiğinde katılımcıların yarısı yabancı dil olarak İngilizce dilini bildiğini (%50.5) belirtmektedir. Katılımcılara işletmeyi kimler yönetmekte olduğu sorulduğunda, 49 katılımcının (%45.0) girişimcinin yani kendisinin, 37 katılımcı (%33,9) ise işletmeyi aile fertlerinin yönettiğini belirtmekte olup, bu durum katılımcıların büyük bir kısmının profesyonel yöneticilere gerek kalmaksızın kendisi veya aile fertleri ile yönettiğini göstermektedir. Katılımcılara işletmelerinin faaliyet süreleri sorulduğunda, 36 katılımcının işletmesinin (%33,0) 20 yıldan fazla faaliyette olduğu, 19 katılımcı (%17,4) 11-15 yıl arasında faaliyette olduğu belirtilmektedir. Bu durumda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun 20 yıldan fazla deneyime sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %7.3'lük kısmın ise 2 yıldan az faaliyet süresinin olduğu görülmektedir. Katılımcılara işletmelerinin hangi sektörde faaliyet gösterdiğini sorulduğunda, 44 katılımcı (%40,4) diğer, 27 katılımcı (%24,8) gıda sektöründe ve 12 katılımcının (%11,0) inşaat malzemeleri & yapı sektöründe faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan 1 katılımcı (%0,9) metal sektöründe faaliyet göstermektedir. Toplam çalışan sayısı incelendiğinde, 79 katılımcının (%72,5) 9'dan az çalışanı olduğu, yani mikro işletme olarak sınıflandırılabilirliği söylenebilmektedir. Araştırmaya dahil olan büyük işletme yani çalışan sayısının 250'den fazla olduğu yalnızca 2 işletmenin (%1,8) araştırmada yer aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Sosyo-Demografik Özellikler II (n:109)

Yabancı Dil	n	%	Sektör	n	%
İngilizce	55	50,5	Metal	1	,9
Almanca	2	1,8	Makine	2	1,8
Diğer	8	7,3	Madencilik	2	1,8
Bilmeyen	44	40,1	Gıda	27	24,8
Yönetici	n	%	Plastik	3	2,8
Girişimci	49	45,0	İnşaat Malz&Yapı	12	11,0
Aile Fertleri	37	33,9	Mobilya	4	3,7
Ortaklar	19	17,4	Tekstil	7	6,4
Profesyonel	4	3,7	Otomotiv Yan Sanayi	7	6,4
Deneyim	n	%	Diğer	44	40,4
2 yıldan az	8	7,3	Çalışan Sayısı	n	%
2-5	18	16,5	9'dan az	79	72,5
6-10	18	16,5	10-49	24	22,0
11-15	19	17,4	50-99	4	3,7
16-20	10	9,2	250'den fazla	2	1,8
20'den fazla	36	33,0			

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun 1. Kuşak girişimci (%47,7) olduğu görülmektedir. Bu durum, katılımcıların baba mesleği olan girişimciliği sürdürdüklerini göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu ise ilk işletmesini kurduklarını belirtmektedir (%59,6). Katılımcılara işe başlama nedenleri sorulduğunda, 46 katılımcı (%42,2) konuyla ilgili bilgilerinin ve tecrübelerinin olduğunu, 27 katılımcı (%24,8) aile ve arkadaş desteği gördüklerini ve 23 katılımcı (%21,1) iş fırsatlarını

algıladıklarını belirtmektedirler. Buna göre, katılımcıların girişimciliğe başlama nedenlerinin daha çok önceki iş yaşamlarında edindikleri tecrübe veya aileden ve arkadaşlardan gelen destekler sayesinde girişimciliğe başladıkları yorumu yapılabilmektedir. Nitekim katılımcıların girişimciliğe başlarken aldıkları eğitim ve devlet teşviki ile girişimciliğe başlama oranlarının çok düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıları girişimciliğe motive eden en önemli neden sorulduğunda ise 48 katılımcı (%44.0) bu nedenin ekonomik güç kazanmak olduğunu, 27 katılımcı (%24.8) ise bağımsız çalışmak olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu ekonomik güç kazanmak için girişimciliğe başlamakta iken, yalnızca 5 katılımcı (%4.6) prestij kazanmak için girişimciliğe başladığını ve girişimciliğin kendilerini bu yönde motive ettiğini belirtmektedir.

Tablo 3. Sosyo-Demografik Özellikler III (n:109)

Kaçıncı kuşak girişimcisiniz?	n	%	Bu kurduğunuz kaçıncı işletme?	n	%
1. Kuşak	52	47,7	İlk	65	59,6
2. Kuşak	44	40,4	2.	26	23,9
3. Kuşak	10	9,2	3.	11	10,1
Daha Fazla	3	2,8	4. ve üzeri	7	6,4
Girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni	n	%	Sizi girişimciliğe motive eden en önemli neden?	n	%
Konuyla İlgili	46	42,2	Prestij Kazanmak	5	4,6
Aldığım Eğitim	7	6,4	Ekonomik Güç Kazanmak	48	44,0
İş Fırsatlarını	23	21,1	Bağımsız Çalışmak	27	24,8
Aile/Arkadaş	27	24,8	Topluma Hizmet Etmek	16	14,7
Devlet Teşviki	2	1,8	İstihdam Sağlamak	11	10,1
Diğer	4	3,7	Diğer	2	1,8

Tablo 4.'te korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmektedir. Tabloda sunulan verilere göre sosyal kaytarma özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü istatistiksel bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir. Dolayısıyla, ortaya çıkan pozitif yönlü anlamlı ilişkiye göre bireylerin sosyal kaytarma düzeyleri arttıkça girişimci kişilik özellikleri artabilir sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca Tablo 5.'te sunulan Regresyon analizi sonuçlarına göre Sosyal Kaytarma ile Girişimci Kişilik Özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır ($F= 10,603$, $Sig.;002$). Regresyon analizinden elde edilen veriler incelendiğinde sosyal kaytarma özelliğinin girişimci kişilik özelliklerin oluşmasında pozitif bir etki yarattığı söylenebilmektedir ($R=,300$).

Tablo 4. Sosyal Kaytarma ve GKÖ Korelasyon Analizi

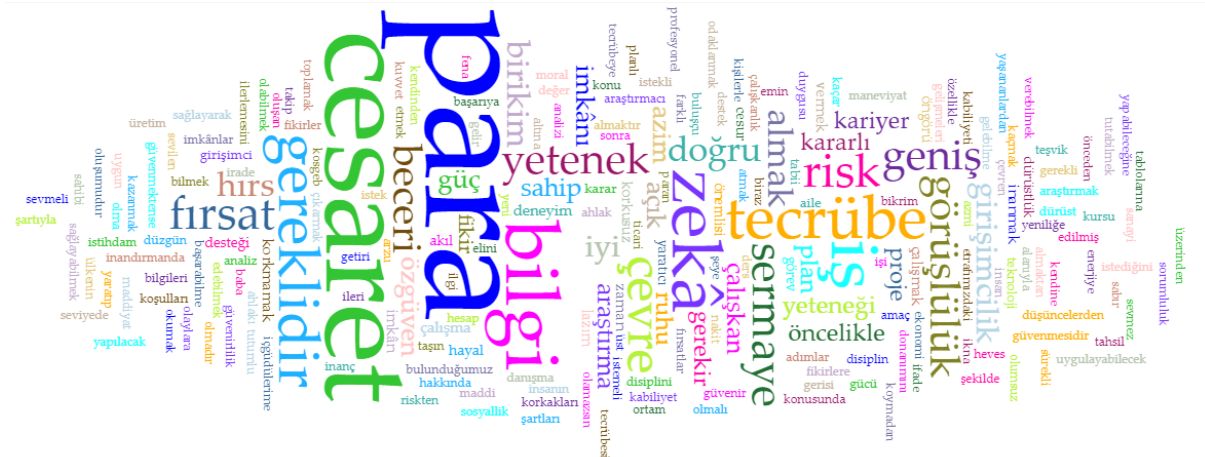
Ölçekler	Sosyal Kaytarma	Girişimci Kişilik Özellikleri
Pearson Correlation	1	,300*
Sosyal Kaytarma	Sig. (2-tailed)	,002
	N	109
*Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed)		

Tablo 5. Sosyal Kaytarma ve Girişimci Kişilik Özellikleri Anlamlılık Değerleri

Model	Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	Sig.	
1	Regression	6,917	1	6,917	10,603	,002
	Residual	69,802	107	,652		
	Toplam	76,719	108			
Bağımlı Değişken: Sosyal Kaytarma						
Model	Standardize Edilmemiş	Standardize	t	Sig.		
	B	Std. Hata	Beta			
(Sabit)	,069	,688		,100	,920	
Girişimci Kişilik Özellikleri	,667	,205	,300	3,256	,002	
a. Bağımlı Değişken: Sosyal Kaytarma R: ,300 / R ² : ,090 / Düzeltmiş R ² : ,082 / F: 10,603/ Sig: ,002						

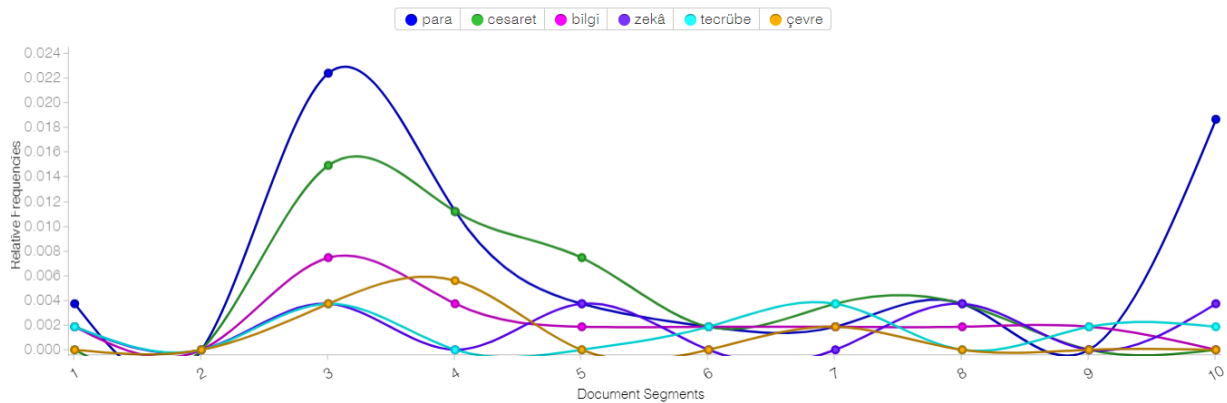
Veri toplama formunda katılımcılara “girişimci olmak için neler gereklidir?” sorusu yöneltildiğinde 109 katılımcıdan elde edilen 536 kelimelik söylem incelenmiştir. Katılımcıların bazıları tek kelimelik cevaplar verirken bazıları uzun cümleler yazmıştır. Katılımcıların verdiği cevaplara müdehale edilmemiş elde edilen tüm cevaplar kelime işlemci yazılımına aktarılmıştır. Buna göre, araştırma sürecine dahil olan katılımcılara göre girişimci olmak için “Para” (36), “Cesaret” (23), “Bilgi” (12), “Zeka” (9), “Tecrübe” (8) ve “Çevre” (6) gerekli olmaktadır. Aşağıda sunulan Şekil 1’deki kelime bulutu, katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşturulan ve kullanım sıklığını göstermesi bakımından önem taşıyan girişimci söylemlerinin sembolize edilmiş halidir.

Şekil 1. “Girişimci Olmak İçin Neler Gereklidir?” Kelime Bulutu



Şekil 2’de ise katılımcıların söylemlerine dayalı olarak oluşturulan eğilim grafiği sunulmaktadır. Katılımcıların en sık kullanılan kelimeleri hangi yoğunlukta kullandıklarını göstermektedir. Eğilim grafiğinde elde edilen söylem içerisinde ilgili kavramların kullanım sıklıkları çizgi grafik şeklinde sembolize edilmektedir. Her bir satır temsil ettiği kelimeye göre renklendirilmektedir.

Şekil 2. “Girişimci Olmak İçin Neler Gereklidir?” Eğilim Grafiği



3. SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Araştırma Erdemli Ticaret ve Sanayi Odası’na bağlı olarak faaliyet gösteren işletme yöneticileri üzerine gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel amacı, işletme yöneticilerinin girişimci kişilik özelliklerini, sosyal kaytarma eğilimlerini belirlemek ve girişimci kişilik özellikleri ile sosyal kaytarma eğilimleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. 109 işletme yöneticisinden elde edilen verilerin değerlendirmeye alındığı araştırmada basit tesadüfi örneklem yöntemi tercih edilmiş ve nicel verileri desteklemek amacıyla nitel verilerden de yararlanılmıştır. Görüşme ve anket formuyla toplanan veriler değerlendirildiğinde katılımcıların girişimci kişilik özellikleri ile sosyal kaytarma eğilimleri arasında

istatistiki olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna göre, bireylerin sosyal kaytarma düzeyleri arttıkça girişimci kişilik özellikleri de artabilir sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılımcılardan elde edilen 536 kelimelik söylem incelendiğinde ise katılımcıların girişimci olmak için ekonomik sermayenin yani paranın gerekli olduğunu belirtmişlerdir.

Girişimcilik, ülke ekonomisinin rekabet kapasitesini artırması bakımından önemlidir. Bu noktada, girişimcilerin eğitilmiş ve sosyal olarak donanımlı olmaları büyük önem taşımaktadır. Yabancı dil bilgisi, girişimciler için büyük sorun teşkil etmektedir. Etkin bir öğretim yönteminin bulunamamış olması girişimcilerin dünyaya entegra olmalarının önünde büyük bir engel olarak görünmektedir. Kalifiye personel ihtiyacının giderilememesi, teknolojiye hakim olmayan, yabancı dil bilgisi olmayan ve belki de en önemlisi gelecek amaçlarını tam olarak bilmeyen çalışan adaylarının eğitimden geçirilmesi önerilmektedir. KOSGEB tarafından yürütülen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri'nin yalnızca girişimci adaylarına değil, halihazırda işletmelerini kurmuş ve faaliyetlerini sürdüren girişimcilere de uygulanması tavsiye edilmektedir. KOSGEB, TKDK, Kalkınma Ajansları, SODES Projeleri, TÜBİTAK gibi girişimciliği destekleyen kamu kurum ve kuruluşlarından hibe ve destek alabilmenin ön koşulu olarak tüm işletme sahiplerinin eğitime tabii tutulması önerilmektedir. Girişimcilerin, işletme kurmak için paranın yani ekonomik sermayenin gerekli olduğu yönündeki düşüncesi oldukça yerindedir. Ancak, ekonomik sermaye unsurlarının tek kriter olmadığı yönünde eğilim günümüz işletmelerinin hemfikir olduğu bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletme kurulumlarının ve sürekliliğinin sağlanması için ekonomik sermayenin yanısıra beşeri ve sosyal sermaye özelliklerinin desteklenmesi gerekliliği bilinmesi gereken hususların başında gelmektedir. Unutulmamalıdır ki girişimcilik sosyo-ekonomik sorunların çözümünde anahtar rolü üstlenmektedir. Üniversite sanayi işbirliğinin artırılması noktasında ilgili alanda çalışan akademisyenlere de büyük görevler düşmektedir. Akademisyenlerin sektörü takip etmeleri, sektörel diyalogların içerisinde olmaları, işletmelerle işbirliği ve projeler kapsamında mentörlük görevlerini üstlenmeleri kalkınmanın ipuçlarını sunmaktadır. Ticaret ve Sanayi Odalarının bu bağlamda akademik danışmanlık hizmetlerini daha etkili ve etkin kullanımlarının önü açılmalıdır.

Araştırma, ilçe bağlamında örneklem sayısının düşük olması nedeniyle ölçeklerin tek boyut halinde ele alınmasını zorunlu kılması nedeniyle kısıtlılık göstermektedir. Ayrıca, nitel ve nicel verilerin bir arada elde edilmek istenmesi veri toplama sürecini de zorlaştırmıştır. İleriki çalışmalarda farklı örneklem yöntemleri ve analiz türleri ile elde edilecek farklı sonuçlar araştırmacıları farklı yaklaşımlara yönlendirebileceği öngörülmektedir. Çalışma girişimcileri yerel düzlemde ele alan ve karma araştırma yöntemini kullanan bir araştırmayı içermesi bakımından önem taşıdığı düşünülmektedir. Yerel kalkınma alanında girişimcilik kavramının doğru anlaşılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgündüz, Y., Akdağ, G., Güler, O., & Sünnetçioğlu, S. (2014). İşten ayrılma niyeti ve aşırı rol yükünün otel çalışanlarının sosyal aylaklık davranışlarına etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 515-536.
- Cebeci, İ. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Ampirik Bir Çalışma. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 6(2), 85-106.
- George, J. M. (1992). "Extrinsic and intrinsic origins of perceived social loafing in organizations", *Academy of Management Journal*, 35: pp.191-202.
- Kafes, M., & Kaya, Ş. D. (2017). Sosyal kaytarma davranışı üzerine yapılmış çalışmaların incelenmesi. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi /The Journal of Turk & Islam World Social Studies*, 4(11), 227-245.
- Kanten, P. (2014). İşyeri nezaketsizliğinin sosyal kaytarma davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin aracılık rolü. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 11-26.
- Karasakal, N. K., Aksu, B., & Demircili, E. (2013). Meslek Yüksekokullarındaki Teknik ve Sosyal Program Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Açısından Karşılaştırılarak Program Türünün Girişimciliği Özendirme ve Girişimci Kişilik Oluşumu Konusunda Bir Etkisinin Olup Olmadığını Tespit Etmeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 134-150.
- Kesen, M. (2015). Psikolojik güçlendirme çalışanların sosyal kaytarma davranışlarını azaltır mı?, *Journal of Yaşar University*, 10(38), 6531-6540.

- Koh, H.C. (1996). *Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics – A Study of Hong Kong MBA Students*, Journal of Managerial Psychology, Vol. 11 No. 3, 1996, s.12-25.
- Luborsky, M. R., ve Rubinstein, R. L. (1995). Sampling in qualitative research: rationale, issues, and methods. *Journal of Aging Research*, 17 (1), 89-113.
- Özcan, B., Çeltek, E. E., Sönmez, N., & Kırım, B. (2018). Girişimci kişilik özelliklerinin ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine etkisi–Kocaeli üniversitesi örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 18. EYİ Özel Sayısı, 37-54.
- Pabico, J. P., Hermocilla, J. A. C., Galang, J. P. C. ve De Sagun, C. D. (2008). Perceived social loafing in undergraduate software engineering teams. *Philippine Information Technology Journal*, 1 (2): 22-28.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., & Sarıışık, M. (2014). Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesi: Turizm lisans ve ön lisans öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 41-55.
- Soylu, A., Şenel, D., Kalfa, V. R., & Kocaalan, M. L. (2015). Girişimcilik eğitimlerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine olan etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Pamukkale üniversitesi, Honaz meslek yüksekokulu örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 311-335.
- Sünnetçioğlu, S., Korkmaz, H., & Koyuncu, M. (2014). Konaklama işletmelerinde algılanan örgüt kültür tipinin çalışanların sosyal kaytarma davranışlarını algılamasına etkisi üzerine bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(28), 17-34.
- Şeşen, H., & Kahraman, Ç. A. (2014). İş arkadaşlarının sosyal kaytarmasının, bireyin iş tatmini, örgütsel bağlılık ve kendi kaytarma davranışlarına etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 1(1), 43-51.
- Taner, B., & İştin, A. E. (2017). Çalışma ortamında sosyal kaytarma. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(3), 25-41.
- Tolukan, E., Bayrak, M., & Doğan, P. K. (2017). Antrenörlerin Sosyal Kaytarma Algılarının İncelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor bilimleri dergisi*, 2(1), 1-13.
- Türkoğlu, T., Tetik, S., & Açıkgöz, A. (2017). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin araştırılması. *Journal of Yaşar University*, 12(45), 76-92.
- Uysal, H. T. (2016). Örgütlerde sosyal kaytarma algısının çalışanların tükenmişlik duygusuna etkisi. 3. *Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi*, 732-743
- Yıldız, M. L., İşçi, E., & Taşçı, S. (2016). İzlenim yönetimi taktiklerinin sosyal kaytarma üzerine etkisi: sağlık sektöründe bir araştırma. *İstanbul Kemerburgaz üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 1(1), 103-120.
- Yıldız, E. ve Akin, Y. K. (2014). Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin değerlendirilmesi Yalova meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 108-122.
- Yüksel, H., Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma/A Research on the Inclinations of Entrepreneurship and Entrepreneurship Personality Characteristics of Students. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi= Çankırı Karatekin University journal of the Faculty of Economics et Administrative Sciences.*, 5(1), 143-156.
- Yüksel, F. ve Bekar, A. (2017). Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik motivasyonları1 (Entrepreneurial Personality Traits and. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 33, 46.