

ÖĞRENCİLERİN MOTİVASYONEL DEĞERLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİSİ VE BİR UYGULAMA

Atılhan NAKTİYOK^(*)
M. Kürşat TİMURÖĞLU^(**)

Özet: Bu çalışma, öğrencilerin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkisini sorgulamaktadır. Çalışmada değer ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki açıklanmış, buna ek olarak öğrenciler üzerinde bir uygulama yapılmıştır. Son bölüm araştırma safhasını anlatmaktadır. Çalışma, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin değerleri ve girişimci niyetlerini ortaya koymak için yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda, motivasyonel değerlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Değerler, girişimcilik, girişimcilik niyeti

Abstract: This study examines the effect of motivational values on entrepreneurship intention. In this study, the relationship between values and entrepreneurship is explained, and besides a field research has been performed. The last chapter describes the research phase. the field research has been performed on students who are studied at faculty of economics and administrative sciences at Atatürk University, in order to put forward their values and entrepreneurship intent. At the end of the study, the effect of motivational values on entrepreneurship intention has been put forward.

Key Words: Values, entrepreneurship, entrepreneurship intention

I. Giriş

Ülkeler, kişi başına düşen gelir düzeyi ve istihdam oranını artırma konusunda önemli rol oynayan girişimciler ve girişimci adaylarına teşvik ve destekleri artırmaya başlamışlardır. Girişimcilik konusu, kurumsal anlamda örgüte çok büyük faydaları olduğu gerçeğinin anlaşılması ile yönetim disiplinin önemli araştırma konularından biri olmuştur. Girişimci bireyleri diğer bireylerden ayırmada ve başarılı girişimcileri ortaya çıkarmada, bireysel farklılıklar üzerinde durulmakta ve önceki iş deneyimi, başarı ihtiyacı, kontrol odağı, üstün sosyal beceriler ve kişisel kararlılık gibi bireysel faktörlere odaklanılmaktadır (Luthans ve Ibrayeva, 2006: 95-96; Markman ve Baron, 2003: 287-294). Bununla birlikte girişimcinin kişilik özelliklerine yönelik yaklaşımlar kesin ve sürekli sonuçlar vermediği için kişisel faktörlere ilaveten niyetsel karar alma ve faaliyet gösterme, durumu rasyonel değerlendirme gibi faktörlerle ilgilenilmeye başlanmıştır. Girişimcilik faaliyeti genellikle bireyin arzu ve isteğine bağlı olarak ortaya çıkar. Bu bakımdan girişimcilik faaliyeti, niyet edilerek yapılan planlanmış bir davranıştır.

Literatürde değer kavramı; Rokeach tarafından bilişsel sistemimin temel parçası olarak tanımlanmıştır. Değerlerin, inanç ve davranışlardan önce geldiği

^(*) Doç.Dr. Atatürk Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

^(**) Arş.Gör. Atatürk Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

ifade edilmiştir (Mayberry, 2006: 6). Bardi ve Schwartz ise değerlerin, motivasyonel bir yapı olduklarını; bizim için neyin önemli olduğunu açıkladığını ve engin amaçları gösterdiğini ifade etmektedir (Bardi ve Schwartz, 2003: 1208). Değer bir bütün olarak toplum, örgüt ve bir bireyin ilke ve standartları olarak tanımlanabilir (Kenny, 1994: 17). Seçim ve karar vermede önemli rol oynayan değerler, problem ve çatışmaların çözümlerinde yardımcı olur (Russell, 2001: 77).

İnsan kişiliğine hâkim olan değerlerin analizi, kişiyi anlama ve bilmenin en iyi yoludur. Çünkü bir değer, birey ya da grubun karakteristiğini belirleyen açık ya da kapalı bir kavram veya davranışların seçilmesini etkileyen arzu edilebilirlik anlayışı olduğu için (Hofstede,1980;19) bireysel veya kolektif yaşamda, örgütsel veya kişisel davranışın değerlendirilmesinde, değerli ve önemli olan unsurları yansıtır (McEwan, 2001: 45; Schwartz vd,1997: 6). Birçok araştırmacı değeri, insanı harekete geçiren düşüncenin altında yatan temel inanç olarak ortaya koyar. Bu nedenle değer, insanın yaptıklarına ve davranışlarına yol gösterir. Diğer bir ifade ile insanın ne ve nasıl yaptığı sahip olduğu değerlere göre şekillenir (Kenny, 1994: 17). Bu açıdan bakıldığında değer; girişimcinin kararını, davranışını ve amaçlarını şekillendireceği ifade edilebilir.

Motivasyonel değerlerin girişimcilik niyetini üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Llano, 2006: 22; Kellermanns ve Eddleston, 2006: 811; Fitzsimmons, 2005: 5; Tan vd, 2002: 2; Davidsson ve Wiklund, 1997: 188). Bu çalışmaların sonuçlarının en önemli ortak noktası; değer ve inançların girişimcilik niyetini etkilemesidir. Singapur'da MBA öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma da yenilikçilikle ilgili olarak yerleşik bir değerın girişimcilik niyetini etkilediği vurgulanmıştır. Aynı çalışmada başarısızlıktan utanan öğrencilerin, girişimcilik niyetlerinin diğerlerine göre az olduğu ifade edilmiştir (Tan vd., 2003: 4).

Değer ve girişimcilik niyeti kavramları yurt dışında birçok araştırmanın konusunu oluşturmasına rağmen bu konular üzerinde yurt içinde yeterince araştırma yapılmadığı görülmüştür. Yurt dışındaki araştırmalara saptanan değer ve girişimcilik niyeti arasında ilişkinin, ülkemizde nasıl olduğu araştırmamıza temel oluşturmuştur. Çalışmanın ana kütlesini 2006-2007 eğitim öğretim yılında Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F.'nde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Söz konusu fakülte öğrencilerinin potansiyel girişimci olmaları ana kütle olarak belirlenmelerinde önemli etken olmuştur. Öğrencilerin girişimcilik niyetleri ve değerleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte değerler ve girişimsel niyetleri arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı araştırılmıştır.

II. Değer ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi

Motivasyonel değerler ile girişimsel niyet arasındaki ilişki, girişimcilik araştırmaları içinde önemli bir araştırma konusudur. Girişimciliğin doğasını

anlamaya yönelik hâlihazırda önemli sayıda araştırmanın yapıyor olması, bu konuda hala birçok aydınlatılmamış nokta olduğunu göstermektedir.

Girişimcilik kavramından bahsedildiğinde öncelikle akla gelen, bireyler ve onların davranış süreçleridir. Değerler ise davranışların, insanların ve olayların seçimi veya değerlendirmesinde yol gösteren standartlar olarak işlev görmektedirler (Schwartz ve Bilsky, 1987: 551). Allport, değeri; insanın tercihlerine göre faaliyette bulunduğuna yönelik bir inanç olarak görmektedir. Bu anlayışını ise şöyle açıklamaktadır: Eğer bir kişinin gelecekte ne tür bir şeye sebep olacağı bilinirse, o zaman o kişinin iyi ya da kötü birisi olduğu hakkında bir yargıya gidilebilir. Söz konusu kişinin geleceği şekillendirmesi ise, öncelikli olarak onun kişisel değerleri üzerine dayanmaktadır (Herriot, 1976: 18).

Bununla birlikte özellikle sosyal bilimler disiplindeki araştırmalarda, önemli bir ayırıcı özellik ya da sosyal bir kurumun ifade edilen özelliği olarak karakterize edilen yaşam değerleri, davranışın temelinde yatan ve bireyin yapmış olduğu değerlendirmelerde kriter ya da standart olarak işlev gören olgu olarak değerlendirilerek, hem kişisel tutumları ve bilişsel süreçleri etkileyen hem de kültür örüntülerini yansıtan olgu olarak ele alınmıştır (McEwan, 2001: 45; Schwartz vd, 1997: 6; Kilby, 1993: 31). Yine girişimciliğin, değer atfedilen bir yaşam biçimi olduğu belirtilmiştir. Girişimcilerin faaliyetleri ya da yaşam stili; değerleri, iş ve eğlence biçimi, liderlik tercihleri, bağlılık, düzen ve estetiği kapsamaktadır. İleri teknoloji girişimcileri ile ilgili yapılan bir araştırma da, bu girişimcilerin dini ve ekonomik değerden daha çok estetik ve teorik değerlere önem verdikleri görülmüştür. Aynı şekilde bu girişimcilerin bağımsızlık, bağlılık, başarı ve amaç yönelimli gibi değerleri de önemsedikleri ifade edilmektedir. Bazı girişimcilerin organizasyondaki pozisyonlarını kişisel olarak önemsedikleri faaliyete yönelik değerleri geliştirmek için kullandığı ifade edilmiştir. Bu girişimcilerin bazıları mesleki değerleri, bazıları ise sosyal değerleri geliştirmeye çalışmıştır (Bird, 1989: 95). Bireyin yaşamına yol gösteren ilkeler ve insan ihtiyaçlarının ifade edilmesini sağlayan araçlar olarak görülen değerler, mevcut ve gelecekteki davranışları şekillendirerek, bireysel eylemlere yol gösteren standart, ideal davranış biçimini motive eden araç, öğrenilmiş kural, davranış yaptırımı, karar verme ve çatışmaları çözmede plan olarak işlev görür (Russell, 2001: 76-77; Kenny, 1994: 17, Small ve Dickie, 1999: 629).

Son yıllarda insan değerlerinin analizi yoğun ilgi görmeye başlamıştır (Elizur, 1996: 25). Bu bilimsel çalışmaların çoğunun Schwartz'ın değer teorisinden etkilenildiği görülmektedir (Bilsky ve Koch, 2002: 2). Ampirik araştırmalar çoğunlukla değer tipolojisi ve ölçümü üzerine yoğunlaşmıştır (Elizur, Borg vd., 1991: 22). Değer ile tutum, amaç ve davranış arasındaki ilişkilerde diğer önemli araştırma konularını oluşturmuştur. Bu konudaki en önemli araştırmalardan biri Milton Rokeach'ın (1973) insan değerleri teorisidir (Zhao, He vd., 1998: 23). Bu konuda araştırmalarını yoğunlaştıran bilim adamlarından bazıları tutum ve değer arasında farklılık olduğunu savunurken

(Rokeach, 1973), Levy ve Guttman gibi araştırmacılar; değerlerin, davranışların bir altkümesi olduğunu vurgulamaktadır (Elizur, 1996: 25). Birçok araştırmacı değeri, insanı harekete geçiren düşüncenin altında yatan temel inanç olarak ortaya koyar. Bu nedenle değer, insanın yaptıklarına ve davranışlarına yol gösterir. Diğer bir ifade ile insanın ne yaptığı ve bunu nasıl yaptığı, sahip olduğu değerlere göre şekillenir (Kenny, 1994: 17)

Değer tanımlarında değer, davranışları yönlendirdiğini savunan Rokeach (1973) ve Allport (1961) ile; değerlerin, nadiren veya çok az kişide davranışı yönlendirdiğini iddia eden Kristiansen, Hotte (1996) ve McClelland'ın (1985) ardından bu konu üzerinde birçok araştırma yapılmıştır. Belirli değerlerin belirli davranışlarla ilişkili olduğunu ya da genel olarak değerlerin, davranış ile ilişkisinin olup olmadığı açık değildir. Ancak değer ve davranışlar arasındaki ilişkilerin basit bir motivasyonel yapı tarafından düzenlendiği varsayılmaktadır (Bardi ve Schwartz, 2003: 1207).

Değerler, kişinin hayatındaki motivasyonel amaçlar veya kişisel ilkeler olarak değerlendirilir ve kişinin, hangi davranışı sergileyeceğine karar vermesinde standartlar olarak yardımcı olurlar. Schwartz'ın teorisinde temel insan değerlerinin; biyolojik ihtiyaçlar, sosyal ihtiyaçlar ve grup refah ihtiyaçlarının bilişsel gösterimi olduğu ileri sürülmüştür (Glazer, Daniel vd., 2004: 324). Bireyler, bu ihtiyaçları karşılamak için günlük hayatta çaba sarf etmektedir. Bu tür ihtiyaçların karşılandıkça tatmin oldukları görülmekte ve bu tür ihtiyaçları sahip olunması gereken birer amaç olarak gördükleri vurgulanmaktadır. Buna ilaveten motivasyonel oryantasyona (yönlendirme) bağlı olarak değerlerin farklılaşacağı iddia edilmektedir. Bilsky ve Schwartz (1994) farklı değer tiplerinin yükselen ya da eksilen ihtiyaçları temsil ettiklerini vurgulamıştır (Hofer, Chasiotis ve Campos, 2006: 307). Sonuç olarak Schwartz, değerleri inceleyerek, motivasyonel açıdan on değer tipi belirlemiştir (Bilsky, 2006: 74; Glazer, Daniel vd., 2004: 324; Knafo ve Schwartz, 2004: 440 Bardi ve Schwartz, 2003: 1208; Devos, Spini ve Schwartz, 2002: 482). Söz konusu değer tipleri: güç, başarı, hazcılık (hedonizm), teşvik ediciler, kendini yönlendirme, evrensel düşünce, yardımseverlik, geleneksellik, uygunluk, güvenlidir. Bu değer tiplerinin her biri motivasyonel bir amacı ortaya koymakta aynı zamanda davranışları etkilemektedir (Gibson ve Schwartz, 1998: 52). Yukarıda bahsedilen motivasyonel değer tipleri ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki incelendiğinde, ilk önce güç ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki üzerinde durulacaktır.

Güç; sosyal statü, prestij ve insanlar ve kaynaklar üzerine hakimiyet veya kontrolün önemini ortaya koyar. Bu boyut altında yer alan değerler; sosyal güç, zenginlik, yetki, kamu imajı ve sosyal tanınmadır (Schwartz ve Boehnke, 2004: 239; Bardi ve Schwartz, 2003: 1208). Peay ve Dyer çalışmalarında girişimcilerin, kişilik özellikleri üzerinde durmuş ve girişimcilik istekliliği ile güç arasındaki ilişki açıklamaya çalışmışlardır. Girişimcilerin hem sosyal hem de kişisel güç ihtiyaçları tarafından motive olduğunu belirtmişlerdir (Peay ve

Dyer, 1989: 52). Literatürde; sosyal statü ve prestijin, girişimci niyetini etkilediği beliren Bhandari, Hindistan'da öğrenciler üzerinde yaptığı araştırmaları sonucunda bu ilişkiyi kanıtlayamamıştır (Bhandari, 2006: 177). Güç değeri içerisinde yer alan zenginlik ile girişimcilik arasında ise pozitif ve güçlü bir ilişkinin olduğu önceki araştırmalarda ifade edilmiştir (Hurst ve Lusardi, 2004: 320).

Başarı değer tipi; sosyal standartlara göre yetenek yoluyla gösterilen kişisel başarıyı belirtir. Bu boyut altında yer alan değerler; başarı, hırs, yetenek kullanımı, zekâ ve etkili olmaktır (Routamaa ve Heinasuo, 2006: 2). Başarı ihtiyacının girişimcileri bir iş kurmaya isteklendirdiği konusu araştırmalara konu olmuştur (Franke ve Lüthje, 2004: 272). Girişimcilikle başarı ihtiyacı arasındaki önemli bir ilişki bulunmaktadır. Başarı ihtiyacı girişimcilik niyetini etkileyen motivasyonel faktörlerden biridir (Douglas ve Fitzsimmons, 2005: 2,). Girişimciler üzerinde yapılan araştırmalarda, girişimcilerin yüksek seviyede başarı ihtiyacına sahip olduğu gözlenmiştir (Sadler-Smith vd., 2003: 48).

Hazcılık (hedonizm); zevk ve hayatı sevmekle ilgilidir. Bu boyut altında yer alan değerler; zevk ve yaşam sevgisidir (Sawyer, Strauss ve Yan, 2005: 500). Schumpeter, girişimcilikle ilgili yapmış olduğu araştırmalarda, hedonistik dürtülere paralel olarak dinamik ve statik davranış tipleri üzerinde durmuş ve söz konusu dürtülerin, davranışı etkilediğini ifade etmiştir (Ebner, 2005: 504).

Teşvik ediciler; yaşamda heyecan, değişiklik ve mücadele aramakla ilgilidir (Devos, Spini ve Schwartz, 2002: 482). Bu boyut altında yer alan değerler; ilginç yaşam, değişik yaşam ve heyecanlı yaşamdır. Günümüz yaşam koşullarının ve biçimlerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkileri önemli araştırma konularından biridir. Bu konuda yapılan çalışmalarda, girişimcilik niyetinin, kişilerin çevrelerinde algıladıkları engeller ve destek faktörleri tarafından etkilendikleri şeklinde ifade edilmiştir (Lüthje ve Franke, 2003, 137).

Kendini yönlendirme; düşünce ve eylem bağımsızlığını ortaya koyar. Bu boyut altında yer alan değerler; özgürlük, yaratıcılık, bağımsızlık, kendi amaçlarını belirleme, kendine saygı ve meraklıdır (Knafo ve Schwartz, 2004: 440). Politik özgürlüğün girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini araştıran Wee-Liang Tan; ekonomik özgürlük, sosyo-kültürel ve çevresel faktörler ile girişimcilik arasında güçlü ilişkiler bulmuştur (Tan, Leung ve Begley, 2003, 2). Yaratıcılık ile girişimcilik arasında bir ilişki olmasının şartı olmadığı da ifade edilmiştir (Ward, 2004, 174).

Evrensel düşünce; insanlığın ve doğanın refahını korumayı, kabul etmeyi ve anlamayı ortaya koyar. Bu boyut altında yer alan değerler; eşitlik, barışçıl bir dünya, doğa ile uyum, güzel bir dünya, sosyal adalet, fikir özgürlüğü, çevreyi koruma ve içsel uyumdur (Schwartz ve Boehnke, 2004: 239). Evrensel düşüncenin girişimciliğe katkıda bulunduğu Lee ve Peterson tarafından iddia edilmiştir (Elam, 2006: 6). Kumar da, evrensel düşünce ve standardizasyon sonucunda girişimcilik kültürü ile birlikte post modern

kültürün, bireylerin düşünce ve davranış biçimlerinin gelişmesinde rol oynadığını ifade etmiştir (Nicholson ve Anderson, 2005: 156).

Yardımsızlık; kişisel ilişki kurulan insanların refahını korumak ve artırmakla ilgilidir. Bu boyut altında yer alan değerler; yardımsızlık, sorumluluk, affetme, sosyal adalettir (Gibson ve Schwartz, 1998: 53). Girişimciliğin ekonomik veya sosyobiolojik faktörler tarafından motive edildiğini savunanlara karşı, yardımsızlık ve özgecilik tarafından motive edildiği iddia edilmektedir (Montanye, 2006: 552).

Geleneksellik; kişiye empoze edilen kültür ve dinin, gelenek ve fikirlerine saygıyı ortaya koyar. Bu boyut altında yer alan değerler; geleneğe saygı, alçak gönüllülük, ılımlılık, aşırıya kaçınmamak ve itaatkâr olmaktır (Bardi ve Schwartz, 2003: 1208). Uyum ve sosyalleşme sürecinde geleneksellik değerinin önemli rol oynadığı ve bilişsel tarzlar üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Licht ve Siegel, 2006: 11). Çevredeki kültürün girişimcilik niyetini etkilemesinde geleneksellik değerinin de katkısı olacağı söylenebilir.

Uygunluk; diğerlerine zarar veren veya sosyal beklenti ve normları çiğneyen; istek, faaliyet ve hisleri sınırlamakla ilgilidir. Bu boyut altında yer alan değerler; nezaket, kendini disipline etme, şeref, itaatkârlik ve dürüst ailedir (Routamaa ve Heinasuo, 2006: 2). Bu değer ile ilgili olarak Sexton ve arkadaşları, girişimciler üzerinde yaptıkları araştırmalarda uygunluk değerinin, işletme yöneticilerine göre daha düşük düzeyde olduğunu, bununla birlikte daha fazla enerji ve yüksek risk alma seviyesine sahip olduğunu iddia etmişlerdir (Naffziger, 1995: 35).

Güvenlik değeri ise, kendi ilişkilerinin ve toplumun istikrarı, uyumu ve güvenliğini belirtir. Bu boyut altında yer alan değerler; sosyal düzen, aile güvenliği, ulusal güvenlik, sağlık ve ait olma duygusudur (Devos, Spini ve Schwartz, 2002: 482). Sosyal varlığı ve güveni ortaya çıkaran ve destekleyen kültürel değerlerin olmadığı girişimci çabaların başarısızlığa uğrayacağı ifade edilmektedir (Ceylan ve Demircan, 2002: 3).

Yukarıda ifade edilen ilişkiler göz önünde bulundurulduğunda değerler ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki açık şekilde görülmektedir. Yani değerler, bireyin girişimcilik niyetini etkilemektedir.

III. Araştırma

A. Araştırmanın Amacı

Araştırmamızın temel amacı öğrencilerin sahip olduğu yaşamsal değerlerin, girişimcilik niyetleri üzerine olan etkisini ortaya koymaktır. Bu ana amaca bağlı olarak aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

- Örneğimizde yer alan öğrenciler ne ölçüde girişimcilik niyetine sahiptir?
- Örneğimizde yer alan öğrencilerin baskın olan yaşamsal değerler nelerdir?
- Örneğimizde yer alan öğrencilerin cinsiyet, gelir, ebeveyn mesleği ve başarı değişkenleri açısından değerleri ve girişimsel niyetleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

B. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmanın ana kütlelerini, 2006-2007 eğitim-öğretim yılında Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F.'de öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmayı öğrenciler üzerinde yapma nedenimiz, istihdam koşullarındaki istikrarsızlık ve işsizlik oranlarındaki artış nedeniyle mezun olan öğrencilerin potansiyel girişimcilerin önemli bir kısmını temsil etmesidir. Ayrıca günümüzde geleneksel kariyer yolu ve işverenlerin beklentileri değişmektedir. Bireyler kariyer olarak girişimciliğe daha fazla önem vermekte, işverenler ise çalışanlardan daha fazla girişimsel tutum ve davranış beklemektedir. Bu nedenle üniversite öğrencileri daha fazla girişimsel davranış göstermeli ve girişimciliği daha fazla düşünmelidirler. İlgili öğretim yılında öğrenim gören öğrenci sayısı 1775'tir Bu ana kütlede %95'lik güvenilirlik sınırları içerisinde %5'lik bir hata payı öngörülerek örnek büyüklüğü 316 olarak hesaplanmıştır (Kurtuluş, 1998: 235; İdil, 1980; 132). Bununla birlikte cevap vermeme olasılığı ve olası cevaplama hataları dikkate alınarak tesadüfi olarak belirlenen toplam 350 öğrenciye anket formları dağıtılmıştır. Dağıtılan anket formlarından 234 tanesi geri dönmüştür. Anketlerin geri dönüşüm oranı % 66 dır.

Araştırmamızda veri toplama yöntemi olarak anket formundan yararlanılmıştır. Öğrencilerin girişimcilik niyeti “bir gün kendi işimi kurmam olasıdır”, “yakın bir gelecekte bir işletmeye sahip olacağım”, kendi patronum olmak benim için önemlidir”, “kendi işime sahip olmayı sık sık düşünürüm” şeklindeki 4 ifadeyle ölçülmüştür. 5'li Likert Ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde düzenlenen ifadelerin hazırlanmasında Grant, Kickul ve D'Intino tarafından geliştirilen anketler formlarından yararlanılmıştır (Kickul ve D'Intino, 2005: 41).

Öğrencilerin temel/evrensel değerleri, Schwartz tarafından geliştirilen değer soru formu ile ölçülmüştür. Bireylerin değer önceliklerini ortaya koymak amacıyla tasarlanan soru formu insan olmanın evrensel gereğinden türetilen toplam 10 değer boyutu içermektedir. Söz konusu değer tipleri: güç, başarı, hazcılık (hedonizm), teşvik ediciler, kendini yönlendirme, evrensel düşünce, yardımseverlik, geleneksellik, uygunluk, güvenlidir. Bu değer boyutlarının güvenilir olduğu 49 farklı ülkede yapılan araştırmalarda kanıtlanmıştır (Schwartz vd., 1997: 6). Değerleri, insanlara yaşamlarında yol gösteren ilkelere hizmet eden arzu edilebilir amaçlar olarak tanımlayan Schwartz; değerleri, birbirinden ayıran en önemli içeriksel yönün, onların ifade ettiği motivasyonel amaç tipleri veya motivasyonel ilgi olduğunu belirtmektedir (Schwartz ve Sagiv, 1995: 93).

Schwartz'a göre bu değer tipleri arasındaki dinamik ilişki değer yapısını ortaya koyar. Çünkü her bir değer boyutu diğeriyle uyumlu olabilen veya çatışabilen psikolojik, davranışsal ve sosyal sonuçlara sahiptir. Değer öncelikleri arasındaki çatışma veya uyum ilişkisinin modeli bir değer sistemi yapısı oluşturur. Schwartz daha sonra 49 farklı ülkede yaptığı araştırmalarda bu

yapıyı doğrulamıştır. Toplam 10 değer tipinin, uyum ve çatışma şeklinde iki temel değer yapısı ve 4 temel boyut altında toplandığı, bu karşı kutuplu boyutlar içerisinde; değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler değerleri) ile muhafazakârlık (güvenlik, uygunluk ve gelenek) ve kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ile kendini aşma (evrensellik ve yardımseverlik) çatışmaktadır. Bu yapıda hazcılık, hem değişime açıklık ve hem de kendini geliştirme değerlerinin unsurlarını taşımaktadır (Schwart ve Sagiv, 1995: 198-105).

Ayrıca anket formumuzda öğrencilerin, cinsiyetini, baba mesleğini, aile gelirlerini ve fakültedeki başarı durumlarını belirlemeye yönelik olarak hazırlanan 4 soruya yer verilmiştir. Çünkü demografik değişkenler girişimsel niyeti belirlemede önemlidir. Yapılan araştırmalarda özellikle cinsiyet faktörüne odaklanılmıştır. Girişimci olma açısından erkeklerin kadınlardan daha önde olduğu düşünülmektedir. Bunun önemli bir nedeni sosyo-ekonomik ortam nedeniyle girişimciliğin temel bir yönlendiricisi olan risk alma özelliğinin kadınlarda daha düşük olmasıdır. Gottfredson ve Lapan isimli araştırmacılar da, bu görüşü destekler nitelikte, erkeklerin daha çok araştırmacı ve girişimci mesleklerde, kadınların ise sosyal ve geleneksel mesleklerde çalıştığını ifade etmiştir (Wang ve Wong, 2004: 164-165). Yine Kourilsky ve Walstad girişimcilik eğilimlerini ölçen çalışmasında kadınların işletme başlatmakla daha az ilgilendiklerini, kendilerine daha az güvendiklerini, pazar dinamiklerini daha az tolere ettiklerini, Van Auken ise kadın girişimcilerin işletme engellerini aşmayı daha az olası algıladığını bulmuştur. Bununla beraber, son yıllarda özellikle batı ülkelerinde kadınların girişimci olma oranlarında bir yükseliş gözlenmektedir; ancak bu oran ülkemizde hala oldukça düşük düzeydedir. Türkiye'deki girişimcilerin yalnızca %12,5'ini kadınların oluşturduğu gerçeği göz önüne alınarak (<http://www.ekonomist.com.tr/girisim/02547>, erişim tarihi 10.04.2007), bu araştırmada da erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha fazla girişimcilik niyetine sahip olmaları beklenmektedir (Wang ve Wong, 2004:164-165).

Aile, çocukların girişimcilik niyetlerini etkilemektedir. Ailenin etkisini iki nedenle açıklamak mümkündür. Bunlar rol modeli olma ve aile desteğidir. Aile rol modeline göre, ailesi girişimci olan kişilerin kendi işletmelerini kurması daha olasıdır (Wang ve Wong, 2004: 165). Çünkü çocuğun aile içinde aldığı eğitim onu hayatı boyunca etkileyebilmektedir. Araştırmalar kişilerin doğumundan itibaren en çok babasından ve diğer aile bireylerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu sebeple ailede girişimci bir ruha sahip birinin bulunması o ailede yetişen bireyin de girişimci olması yönünde etkili olacaktır (Çelik ve Akgemci, 1998: 28-38). Aile destek modeli ise ailenin finansal yönden bireyi desteklemesini ile ilişkilidir (Wang ve Wong, 2004:165). Ailenin yüksek gelire sahip olması, bireyin başlatacağı girişime ailenin parasal katkıda bulunmasına olanak sağladığından, yüksek gelirli ailede yetişen bireyin girişimci olma eğiliminin de yüksek olması beklenmektedir.

Girişimcilik niyetinde okuldaki başarının etkisine ilişkin bulgular ise çeşitlilik arz etmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda okuldaki başarının büyük firmalarda kazançlı kariyer fırsatlarına yol açabilmesi nedeniyle girişimcilik niyetine olumsuz etkide bulunabileceği görülmüştür. Dolton ve Makepeace ise yaptığı araştırmada öz istihdam oranının okul performansı ile ilişkili olmadığını tespit etmiştir (Wang ve Wong, 2004:166).

Araştırmada kullanılan soru kâğıdından anlamlı sonuçlar çıkarabilmek için öncelikle kullanılan anket formlarının güvenilirlik ve geçerlilik boyutları araştırılmıştır. Bir ölçüm aracının güvenilirliği çeşitli yöntemlerle hesaplanmakla birlikte, içlerinde en yaygın olanı içsel tutarlılık (internal consistency) yöntemidir. Çalışmamızda bu yöntemle hesaplanan Cronbach Alpha güvenilirlik ölçütü kullanılmıştır. Çalışmamızda girişimsel niyet ölçeği için bu değer ,86 dır. Değer boyutları için Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı ,85 ile ,95 arasında değişmektedir. Değer anketinin bir bütün olarak güvenilirlik katsayısı ise ,91 dir. Bu veriler anket formunun güvenilir olduğunun bir göstergesidir. Ölçeğin, gerçekte ölçülmesi istenen değişkeni ne derece ölçebildiğini ortaya koyabilmek için yüzeysel geçerliliği analiz edilmiştir. Yüzeysel geçerliliği sağlayabilmek amacıyla soru formları hazırlanırken, başka bir dilde hazırlanan ölçeklerden alınan ifadeler tercüme ve geri tercüme yöntemine göre düzenlenmiştir. Sonuçta hiçbir ifadenin dil anlamında özel kültürel bağlamının olmadığı tespit edilmiştir.

C. Bulgular

a. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Tablo 1: Demografik Değişkenler

| ÖZELLİK | F | % |
|-------------------------|-----|------|
| <i>Genel</i> | 234 | 100 |
| <i>Cinsiyet</i> | | |
| Kız | 111 | 47,4 |
| Erkek | 123 | 52,6 |
| <i>Baba Mesleği</i> | | |
| Kamuda Çalışan | 94 | 43,1 |
| Kendi İş Yeri | 75 | 34,4 |
| Başkasının Yanında Çal. | 30 | 13,8 |
| Diğer | 19 | 8,7 |
| <i>Başarı</i> | | |
| Onur Öğrencisi | 36 | 15,4 |
| Yüksek Onur Öğrencisi | 25 | 10,7 |
| Hiçbiri | 173 | 73,9 |
| <i>Aile Geliri</i> | | |
| 0-500 | 23 | 9,8 |
| 501-1000 | 85 | 36,3 |
| 1001-1500 | 72 | 30,8 |
| 1501-2000 | 25 | 10,7 |
| 2000+ | 29 | 12,4 |

Araştırmaya katılan öğrencilerin 111'i kız, 123'ü erkektir. Öğrencilerin %34,4'ünün babasının kendi işyeri vardır. Öğrencilerin %36,3'ünün aile geliri 501-1000 YTL arasındadır. Öğrencilerin % 15,4'ü onur öğrencisidir.

b. Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışmamızın amaçlarından birisi de öğrencilerin girişimcilik niyetleri ve değerleri hakkında yargıya varmaktır. Tablo 2'de görüldüğü gibi öğrencilerin girişimcilik niyetine ilişkin 4 ifadeye katılma derecelerinin genel ortalaması 3,72 dir. Bu durum öğrencilerin fakülteyi bitirdikten sonra girişimcilik yapma niyetlerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Öğrencilerin değer önceliklerine bakıldığında ise, muhafazakârlık veya kendilerini koruma (güvenlik ve uygunluk) ve kendini aşma (evrensellik ve yardımseverlik) ile ilgili değerleri davranışlarına yol gösterme de diğer değerlere oranla daha önemli görmektedirler.

Tablo 2: Değer ve Girişimcilik Niyetine İlişkin Bulgular

| Faktör | Madde Sayısı | C.Alpha | A.Ortalama | S.S |
|---------------------|--------------|---------|------------|------|
| Girişimcilik Niyeti | 4 | ,86 | 3,72 | 1,02 |
| Güç | 5 | ,92 | 4,03 | ,90 |
| Başarı | 5 | ,94 | 4,24 | ,91 |
| Hazcılık | 2 | ,89 | 3,89 | 1,09 |
| Teşvik Ediciler | 3 | ,93 | 3,51 | 1,17 |
| Kendini Yönlendirme | 6 | ,95 | 4,27 | ,92 |
| Evrensel Düşünce | 6 | ,90 | 4,42 | ,66 |
| Yardımseverlik | 8 | ,91 | 4,39 | ,67 |
| Geleneksellik | 7 | ,85 | 3,78 | ,80 |
| Uygunluk | 5 | ,91 | 4,47 | ,66 |
| Güvenlik | 5 | ,95 | 4,49 | ,83 |

Schwartz'ın çatışma ve uyum ilişkisine göre 10 değer tipi değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler) muhafazakarlık (güvenlik, uygunluk, ve gelenek), kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ve kendini aşma (evrensellik ve yardımseverlik) şeklinde 4 temel boyutta toplandığında ise; öğrencilerin, kendini aşma ile ilgili değerlere diğer değerlere oranla daha fazla önem verdiği görülmektedir (Tablo-3). Schwartz'ın tipolojisinde hazcılık, hem değişime açıklık ve hem de kendi kendini geliştirme boyutlarında yer almaktadır.

Tablo 3: 4 Temel Değer Boyutuna İlişkin Bulgular

| Faktör | Madde Sayısı | A.Ortalama | S.S |
|--------------------|--------------|------------|-----|
| Değişime Açıklık | 11 | 3,99 | ,78 |
| Muhafazakârlık | 17 | 4,19 | ,55 |
| Kendini Geliştirme | 12 | 4,10 | ,77 |
| Kendini Aşma | 15 | 4,40 | ,58 |

c. Girişimcilik Niyeti ve Değerler Arasındaki İlişki

Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile değerleri arasındaki ilişki incelendiğinde girişimcilik niyeti ile değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler) ve kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ile ilgili değerler arasında olumlu yönlü ve kuvvetli bir ilişki gözlenirken, girişimcilik niyeti ile muhafazakârlık (güvenlik, uygunluk ve gelenek) ve kendini aşma (evrensellik ve yardımseverlik) ile ilgili değerler arasında anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir.

Tablo 4: Girişimcilik Niyeti ve Değerler Arasındaki İlişki

| Faktör | \bar{X} | SS | 1 | 2 | 3 | 4 |
|------------------|-----------|------|-------|-------|-------|-----|
| 1-Gir Niyeti | 3,72 | 1,02 | | | | |
| 2-D.Açıklık | 3,99 | ,78 | ,57** | | | |
| 3-Muhafazakârlık | 4,19 | ,55 | -,05 | ,06 | | |
| 4-K. Geliştirme | 4,10 | ,77 | ,56** | ,59** | ,13* | |
| 5-K.Aşma | 4,40 | ,58 | ,02 | ,07 | ,39** | ,03 |

**p<0.01 için *p<0.05 için

Korelasyon analizi ile değişkenler arasında ilişkinin var olduğu saptandıktan sonra, araştırma değişkenlerine regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinde, girişimcilik niyeti bağımlı değişken, değerlere ilişkin faktörler ise bağımsız değişken olarak alınmıştır. Tablo 5'ten izlenebileceği gibi değerlere ilişkin faktörler girişimcilik niyetinin toplam varyansının yaklaşık %42'sini açıklamaktadır. Etkinin gücü açısından olguya bakıldığında değişime açıklık ($\beta=,373$), ve kendini geliştirme ($\beta=,358$), faktörlerinin girişimcilik niyeti üzerine etkilerinin çok daha fazla olduğu görülmektedir. Muhafazakârlık faktörü ise girişimcilik niyetini %95 önem düzeyinde ve ters yönlü olarak ($\beta=,143$) etkilemektedir.

Tablo 5: Değerlerin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi

| Faktör | Bağımlı Değişken: Girişimcilik Niyeti | |
|----------------------------|---------------------------------------|--------|
| | β | t |
| Değişime Açıklık | ,373 | 5,97** |
| Muhafazakârlık | -,143 | -2,59* |
| Kendini Geliştirme | ,358 | 5,70** |
| Kendini Aşma | ,044 | ,811 |
| R ² | ,425 | |
| Düzeltilmiş R ² | ,415 | |
| F | 42,27** | |

**p<0,01, *p<0,05

Korelasyon analizindeki verilerle birlikte bu veriler göz önüne alındığında, değişime açıklık ve kendini geliştirme ile ilgili değerlerin girişimcilik niyetini artırdığını veya girişimcilik niyetine daha fazla sahip olanların değer önceliğini, değişime açıklık ve kendini geliştirme ile ilgili değerlerin oluşturduğu söylenebilir. Örneğimizde yer alan öğrenciler ise, girişimcilik niyetiyle ilişkili olmayan muhafazakârlık ve kendini aşma ile ilgili değerlere daha fazla önem vermektedir. Özellikle güvenliğe, uygunluğa ve gelenekselliğe önem verme gibi değerleri bünyesinde barındıran muhafazakârlıkla ilgili değerler, girişimcilik niyetini ve girişimsel davranışı olumsuz etkilemektedir.

d. Demografik Değişkenler Açısından Girişimcilik Niyeti ve Değerler

Çalışmamızda, öğrencilerin sosyo demografik değişkenleri açısından girişimcilik niyetlerinin ve değerlerinin farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla, değişkenlerin ortalamalarına tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Tablo 6'dan da izlenebileceği gibi cinsiyet ve gelir değişkeni açısından öğrencilerin sadece girişimcilik niyetleri arasındaki fark, %99 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Baba mesleği ve başarı durumu değişkenleri açısından ise, öğrencilerin girişimcilik niyetleri ve değerleri arasındaki fark, ilgili önem düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Cinsiyet değişkeni açısından farklılık olan girişimcilik niyeti faktöründe kız öğrencilere ilişkin ortalama 3,51'iken, erkek öğrencilere ilişkin ortalama 3,91'dir. Bu durumda erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha fazla girişimcilik yapma niyetinde olduğu söylenebilir.

Varyans analizi sonucunda ikiden fazla grup içeren değişkenlerin ortalamaları arasında anlamlı fark olması durumunda bu farklılığın kaynağını tespit etmek gerekir. Gelir değişkeni 5 grup içerdiğinden farklılığın anlamlı olduğu girişimcilik niyeti faktörü için farklılığın kaynağını tespit etmek amacıyla çoklu karşılaştırma (post-hoc) testlerinden en küçük önemli fark testi (LSD) uygulanmıştır (I-J: Ortalamalar arasındaki farkı göstermektedir).

Farklılığın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan LSD testi verilerine göre girişimcilik niyeti faktörü açısından aileleri 0-500 grubunda yer alan öğrencilere ilişkin ortalamanın ($\bar{X}=3,13$); ailesi 1001-1500 ($\bar{X}=4,02$, I-J=-,89), 1501-2000 ($\bar{X}=4,01$ I-J=-,87) ve 2000+ ($\bar{X}=3,89$, I-J=-,76) gelir grubunda olan öğrencilere oranla daha düşük oranda girişimcilik niyetine sahiptirler. Yine LSD analizi verilerine göre ailesi 501-1000 gelir grubunda yer alan öğrencilere ilişkin ortalamanın ($\bar{X}=3,48$); ailesi 1001-1500 ($\bar{X}=4,02$, I-J=-,54) , 1501-2000 ($\bar{X}=4,01$ I-J=-,52) ve 2000+ ($\bar{X}=3,89$, I-J=-,41) gelir grubunda olan öğrencilerden daha düşük oranda girişimcilik niyetine sahiptir. Bu verilerin ışığı altında ailesi 0-500 ve 501-1000 gelir grubunda yer alan öğrencilerin ailesi daha yüksek gelir grubunda yer alan öğrencilere oranla daha düşük oranda girişimcilik niyetine sahip olduğu söylenebilir. Başka bir ifadeyle gelir düştükçe girişimcilik niyeti azalmaktadır.

Tablo 6: Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından Öz Yetkinlik Algısı

| Faktör | Girişimcilik Niyeti | Değişime Açıklık | Muhafazakârlık | Kendini Geliştirme | Kendini Aşma |
|----------|---------------------|------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Değiş. | F | F | F | F | F |
| Cinsiyet | 9,11** | ,728 | ,048 | ,521 | 1,510 |
| Baba | ,114 | 1,295 | ,352 | ,435 | ,404 |
| Başarı | ,195 | 2,748 | ,763 | 1,886 | 1,492 |
| Gelir | 5,800** | 1,671 | 1,584 | 2,049 | ,283 |

**P<0,01 *P<0,05

IV. Sonuç ve Öneriler

Öğrencilerin motivasyonel değerlerinin, girişimcilik niyeti üzerine etkisini araştıran bu çalışma da, önceki çalışmaları ve bu araştırmanın temel amacını destekler biçimde motivasyonel değerler ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler) ve kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ile ilgili değerler arasında olumlu yönlü ve kuvvetli bir ilişki gözlenmiştir.

İlk olarak araştırma örneğindeki öğrencilerin ne ölçüde girişimcilik niyetine sahip oldukları incelenmiştir. Analiz sonuçlarının ışığı altında öğrencilerin girişimcilik niyetine sahip olduklarını ortaya koymaktadır ($\bar{X}=3,72$). Bu durum öğrencilerin fakülteyi bitirdikten sonra girişimcilik yapma niyetlerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Schwartz, değerleri inceleyerek, motivasyonel açıdan on değer tipi belirlemiştir (Bilsky, 2006: 74; Glazer, Daniel vd., 2004: 324; Knafo ve Schwartz, 2004: 440; Bardi ve Schwartz, 2003:

1208; Devos, Spini ve Schwartz, 2002: 482). Söz konusu değer tipleri: güç, başarı, hazcılık (hedonizm), teşvik ediciler, kendini yönlendirme, evrensel düşünce, yardımseverlik, geleneksellik, uygunluk, güvenlidir. Bu değer tiplerinin her biri motivasyonel bir amacı ortaya koymakta, aynı zamanda davranışları etkilemektedir (Gibson ve Schwartz, 1998: 52). Öğrencilerin değer önceliklerine bakıldığında; güvenlik, uygunluk, evrensel düşünce ve yardımseverlik ile ilgili değerleri, davranışlarına yol göstermede, diğer değerlere oranla daha önemli gördükleri saptanmıştır. Daha sonra 10 değer tipinin, uyum ve çatışma şeklinde iki temel değer yapısı ve 4 temel boyut altında toplamıştır. Bu boyutlar; değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler) ile muhafazakârlık (güvenlik, uygunluk ve gelenek) ve kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ile kendini aşmadır (evrensellik ve yardımseverlik). Bu yapıda hazcılık, hem değişime açıklık ve hem de kendini geliştirme değerlerinin unsurlarını taşımaktadır (Schwart ve Sagiv, 1995: 198-105). Analizler sonucunda öğrencilerin kendini aşma ile ilgili değerlere (evrensel düşünce ve yardımseverlik) diğer değerlere ($\bar{X} = 4,40$) oranla daha fazla önem verdiği görülmektedir (Tablo-3). Literatürde evrensel düşüncenin, girişimciliğe katkıda bulunduğu Lee ve Peterson tarafından iddia edilmektedir (Elam, 2006: 6).

Değişime açıklık ve kendini geliştirme faktörlerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi oldukça yüksek saptanırken; muhafazakârlık faktörünün girişimcilik niyetini ters yönlü olarak etkilediği görülmüştür. Örneğimizde yer alan öğrencilerin muhafazakârlık ve kendini aşma ile ilgili değerlere daha fazla önem verdiği saptanmıştır. Özellikle güvenliğe, uygunluğa ve gelenekselliğe önem verme gibi değerleri, bünyesinde barındıran muhafazakârlıkla ilgili değerler, girişimcilik niyetini ve girişimsel davranışı olumsuz etkiler. Öğrencilerin girişimcilik niyetlerini artırmaları için değer önceliklerini daha çok değişime açıklık ve kendini geliştirme ile ilgili değerlere vermesi gerekmektedir. Yani teorik kısımda ifade edildiği gibi, öğrencilerin girişimcilik niyetinin artırmaları için sosyal güç, zenginlik, yetki, sosyal tanınma gibi faktörlere odaklanması gerekmekte, başarı, hırs, yetenek kullanımı, zevk ve yaşam sevgisi aşılanmalıdır. İlginç, değişik ve heyecanlı yaşam, özgürlük, yaratıcılık, bağımsızlık, kendi amaçlarını belirleme, kendine saygı ve merak gibi değerleri değer önceliklerinde ön sıraya almaları girişimcilik niyetlerini artıracaktır.

Sosyo demografik değişkenler açısından incelendiğinde, sadece cinsiyet ve gelir değişkeni açısından girişimcilik niyetleri arasındaki fark anlamlı bulunmuştur. Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduğu görülmüştür. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla risk alabilmesi, kendilerine daha fazla güvenerek pazar dinamiklerini tolere etmeleri önemli etken olarak ifade edilebilir. Önemli bir diğer sonuç ise gelirin düşmesi ile girişimcilik niyetinin azalması olmuştur. Ailenin yüksek gelire sahip olması,

bireyin başlatacağı girişime ailenin parasal katkıda bulunmasına olanak sağladığından, yüksek gelirli ailede yetişen bireyin girişimci olma eğiliminin de yüksek olması beklenmektedir.

Bu çalışmanın bulguları; potansiyel girişimci olan üniversite öğrencilerinin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine ışık tutmakta olup, bu bağlamda özellikle değer önceliklerinin girişimcilik açısından taşıdığı öneme dikkat çekmektedir. Ülkelerin ve şirketlerin, girişimci sayısını artırmaya yönelik çabalarında değer konusunu göz ardı etmemesi gerektiği bu çalışmanın en önemli sonuçlarından biridir.

Bu araştırmanın sonuçları, taşıdığı sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Araştırma örneğinin büyüklüğü başlıca sınırlılıktır. Örnek büyüklüğü sadece bir üniversitenin bir fakültesinde ki öğrencileri kapsamaktadır. Söz konusu sınırlılıklardan hareketle, konuyla ilgilenen araştırmacılara daha büyük örnek kitle üzerinde araştırma yapmaları önerilmektedir.

Kaynaklar

- Bird, Barbara J., (1989), *Entrepreneurial Behavior*, Foresman and Company, Illinois,
- Bardi, Anat and Shalom H. Schwartz, "Values and Behavior: Strength and Structure of Relations", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2003; 29; 1207-1220
- Bhandari, Narendra C. (2006), "Intention for Entrepreneurship among Students in India", *Journal of Entrepreneurship*, 15, pg 169-179
- Bilsky, W. & Koch, M., (2002), On the content and structure of values: Universals or methodological artefacts? In J. Blasius, J. Hox, E. deLeeuw & P. Schmidt (Eds.), *Social science methodology in the New Millennium. Updated and extended proceedings of the Fifth International Conference on Logic and Methodology*, October 3-6, 2000, Cologne, Germany. Leverkusen: Leske + Budrich.
- Bilsky, Wolfgang (2006), "On the Structure of Motives: Beyond the (Big Three)", *Beyond the Horizon of Measurement Festschrift in Honor of Ingwer Borg*, ZUMA Nachrichten SPEZIAL Band 10, Mannheim, 73-85
- Ceylan, Adnan ve Nigar Demircan, (2002), "Girişimcilerin Başarı, Güç Ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki Kobi'lerde Bir Araştırma", *21. Yüzyılda Kobi'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İşletme Fakültesi, pp. 1-19
- Çelik, Adnan VE Tahir Akgemci, (1998), *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Nobel Yay., Ankara.

- Davidsson, Per ve Johan Wiklund, (1997), Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates, *Journal of Economic Psychology* 18 (1997) 179-199
- Devos, Thierry; Dario Spini ve Shalom H Schwartz, (2002), "Conflicts among human values and trust in institutions", *The British Journal of Social Psychology*; Dec 2002; 41, Health & Medical Complete, pg. 481-494
- Douglas, E. J., Fitzsimmons, J.R. (2005), "Entrepreneurial Intentions towards Individual vs. Corporate Entrepreneurship", Paper presented at the SEAANZ 2005 Conference, Armidale, N.S.W., September 2005
- Elizur, Dov, "Work values and commitment", *International Journal of Manpower*, Year: 1996 Volume: 17 Issue: 3 Page: 25 – 30
- Douglas Naffziger, (1995), "Entrepreneurship: A Person Based Theory Approach", *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, And Growth*, Volume 2, page: 21-50
- Ebner, Alexander, (2006) "Institutions, entrepreneurship, and the rationale of government: An outline of the Schumpeterian theory of the state" *Journal of Economic Behavior & Organization* Vol. 59, 497–515
- Elam, Amanda Brickman, (2006), *Gender and Entrepreneurship Across 28 Countries: A Multilevel Analysis Using Gem Data*, Doctoral dissertation, The faculty of the University of North Carolina, Ph.D. Dissertation, pp. 1-159
- Elizur, Dov; Ingwer Borg; Raymond Hunt ve Istvan Magyari Beck, (1991), *The Structure Of Work Values: A Cross Cultural Comparison* *Journal Of Organizational Behavior* (1986-1998); Jan; 12, 1; ABI/INFORM Global Pg. 21
- Eugene Sadler-Smith; Yve Hampson; Ian Chaston; Beryl Badger, 2003, "Managerial behavior, entrepreneurial style, and small firm performance", *Journal of Small Business Management*; Jan; 41, 1; ABI/INFORM Global pg. 47-67
- Franke Nikolaus ve Christian Lüthje, (2004), "Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study", *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1/3: 269-288.
- Gibson, Eeta Prince & Shalom H Schwartz (1998), "Value priorities and gender", *Social Psychology Quarterly*; Mar 1998; 61, 1; Academic Research Library, pg. 49-67
- Glazer, Sharon; Sophie Carole; Daniel and Kenneth M. Short (2004) "A study of the relationship between organizational commitment and human values in four countries" *Human Relations*; 57; 323-344
- Hofer, Jan; Athanasios Chasiotis ve Domingo Campos, (2006), "Congruence Between Social Values and Implicit Motives: Effects on Life Satisfaction Across Three Cultures", *European Journal of Personality*, 20: 305–324

- Hofstede, G. (1980) *Culture's Consequences: international differences in work related values*, SAGE Publications Ltd., London, s.19.
- Hurst, Erik ve Annamaria Lusardi, (2004), "Liquidity Constraints and Entrepreneurship. Household Wealth, Parental Wealth, and the Transition In and Out of Entrepreneurship", *Journal of Political Economy*, April, Vol. 112(2), pp. 319-347.
- İdil, Orhan, (1980), *Örnekleme Teorisi ve İşletme Yönetiminde Uygulanması*, İstanbul Üniversitesi Yayını, no: 2708, İstanbul
- Kellermanns, Franz W. ve Kimberly A. Eddleston, (2006), *Corporate Entrepreneurship in Family Firms: A Family Perspective*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, November, pp. 809-830
- Kenny, Tom. (1994) *From Vision to Reality through Values*, *Management Development Review*, Vol. 7, No. 3, 17-20.
- Kickul, Jill ve Robert S D'Intino, (2005), "Measure for Measure: Modeling Entrepreneurial Self-Efficacy onto Instrumental Tasks Within the New Venture Creation Process", *New England Journal of Entrepreneurship*; Fall 2005; 8, 2; ABI/INFORM Global, pg. 39-47
- Kilby, Richard. (1993) *The Study of Human Values*, University Press Of America, London.
- Knafo, Ariel ve Shalom H Schwartz, (2004), "Identity formation and parent-child value congruence in adolescence", *The British Journal of Developmental Psychology*; Sep 2004; 22, ProQuest Psychology Journals, pg. 439- 458
- Krueger, N. F.; Reilly, M. D. ve Carsrud, A.L., (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Kurtuluş, Kemal, (1998), *Pazarlama Araştırmaları*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, Yayın no: 274, İstanbul
- Licht, Amir N. ve Jordan I. Siegel, (2006), "The Social Dimensions of Entrepreneurship", Mark Casson and Bernard Yeung, eds., *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press, pp. 1-43
- Llano, Joseph Anthony, (2006), *The University Environment and Academic Entrepreneurship: A Behavioral Model For Measuring Environment Success*, work paper, pp. 1-27
- Luthans, Fred ve Elina S Ibrayeva, (2006), "Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses", *Journal of International Business Studies* 37, pp. 92-110.
- Lüthje, Christian ve Nikolaus Franke, (2003), "The Making of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent Among Engineering Students at MIT", *R&D Management*, 33, pp. 135-147

- Markman, Gideon D. ve Robert A. Baron, (2003), "Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others", *Human Resource Management Review*, 13, 281-301.
- Mayberry, Craig, (2006), "Social Entrepreneurs: Is it a New Breed of Entrepreneur?", OIKOS Ph.D. Summer Academy 2006 Sustainability and Corporate Strategy, pp. 1-14
- McEwan Tom, (2001.) *Managing Values and Beliefs in Organizations*, Prentice Hall Inc.,
- Michael W. Small and Laurence Dickie, A cinematograph of moral principles: critical values for contemporary business and society, *Journal of Management Development*, Vol. 18 No. 7, 1999, pp. 628-638.
- Montanye, James A., (2006), "Entrepreneurship", *The Independent Review*, vol. 10, no. 4, Spring, pp. 549-571.
- Nicholson, Louise ve Alistair R. Anderson, (2005), "News and Nuances of the Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense-Making and Sense-Giving", *Entrepreneurship Theory & Practice Journal*, March, pp. 153-172
- Peay, T. Roger ve, W. Gibb Dyer Jr. (1989) "Power Orientations of Entrepreneurs and Succession Planning" *Journal of Small Business Management*; Jan; 27, 1, pg: 47-52
- Peter Herriot, *Values, Attitudes and Behavior Change*, Mathuen & Co. Ltd., New York, 1976, s. 17-18.
- Routamaa, Vesa ve Katri Heinasuo, (2006), "Type and Values over Generations", *Psychological Type and Culture—East & West: A Multicultural Research Conference Honolulu, Hawaii, January 6-8*
- Russell, Robert F. (2001) *The Role of Values in Servant Leadership*, *Leadership & Organization Development Journal*, 22/2, 76-83.
- Sawyer, Olukemi O., Judy Strauss ve Jun Yan, (2005), "Individual value structure and diversity attitudes. The moderating effects of age, gender, race, and religiosity", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 20, No. 6, pp. 498-521
- Schwartz, S, Sagiv, L.. (1995) " Identifying Culture-Specifics In the Content And Structure of Values", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 26, No. 1, pp. 92-116
- Schwartz, Shalom H. & Klaus Boehnke, (2004), "Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis", *Journal of Research in Personality* 38: 230-255
- Schwartz, Shalom H. and W. Bilsky (1987). 'Toward a Universal Psychological Structure of Human Values'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53: 550-562.

- Schwartz, Shalom H.; Verkasalo, Markku; Antonovsky, Avishai; Sagiv, Lilach, (1997), "Value priorities and social desirability: Much substance, some style", *British-Journal of Social Psychology*, Mar; Vol 36(1): 3-18.
- Tan, Wee-Liang; Denis H Y Leung ve Begley Thomas (2003), "The Influence of Political Factors On Entrepreneurship Intentions", working paper, 12/2003, 1-10
- Wang, Clement K. ve Poh-Kam Wong, (2004), "Entrepreneurial interest of university students in Singapore", *Technovation*, 24, pp. 163–172
- Ward, Thomas B., (2004), "Cognition, creativity, and entrepreneurship", *Journal of Business Venturing* 19, pp. 173–188
- Zhao, Jihong; Ni He and Nicholas P. Lovrich; "Individual value preferences among American police officers The Rokeach theory of human values revisited" *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, Vol. 21 No. 1, 1998, pp. 22–37
- <http://www.ekonomist.com.tr/girisim/02547>, Erişim tarihi: 10.04.2007