

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ**  
**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**ORMAN ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ORMAN ÜRÜNLERİ SANAYİ SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN KİŞİLİK**  
**ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİ OLMA NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Orm. End. Müh. Ayyüce Güzide GÖK**

**HAZİRAN 2014**

**TRABZON**

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**ORMAN ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ORMAN ÜRÜNLERİ SANAYİ SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN KİŞİLİK  
ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİ OLMA NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ**

**Orm. End. Müh. Ayyüce Güzide GÖK**

**Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünde  
“ORMAN ENDÜSTRİ YÜKSEK MÜHENDİSİ”  
Unvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 09.05.2014  
Tezin Savunma Tarihi : 11.06.2014**

**Tez Danışmanı : Prof. Dr. Kadri Cemil AKYÜZ**

**Trabzon 2014**

**Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü**  
**Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalında**  
**Ayyüce Güzide GÖK tarafından hazırlanan**

**Orman Ürünleri Sanayi Sektöründe Çalışanların Kişilik Özelliklerinin Girişimci Olma Niyetleri Üzerine Etkileri**

başlıklı bu çalışma, Enstitü Yönetim Kurulunun 20 / 05 / 2014 gün ve 1554/07 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından yapılan sınavda

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

olarak kabul edilmiştir.

**Jüri Üyeleri**

**Başkan : Prof. Dr. Kadri Cemil AKYÜZ**

**Üye : Prof. Dr. Esat GÜMÜŞKAYA**

**Üye : Yrd. Doç. Dr. İbrahim YILDIRIM**

**Prof. Dr. Sadettin KORKMAZ**

**Enstitü Müdürü**

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimin boyunca danışmanlığımı üstlenerek, bana her konuda yardımcı olan, fikirlerini ve desteğini esirgemeyen hocam Sayın Prof. Dr. Kadri Cemil AKYÜZ'e, araştırma analizlerinde karşılaştığım sorunlarda, öneri ve fikirleri sayesinde çalışmamın titizlikle tamamlanmasına vesile olan hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. İbrahim YILDIRIM'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Okul hayatım boyunca, pek çok konuda fikir alışverişinde bulunduğum, bana her daim azim aşıl原因 konuşmalarıyla gelişmemde katkıları olan saygıdeğer hocalarım Yrd. Doç. Dr. Kemal ÜÇÜNCÜ ve Uzman Selahattin YILMAZ'a en samimi duygularla teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her anında, varlığı ile bana huzur veren, her daim sevgisi ve desteği ile yaşadığım tüm sıkıntıları aşmamı sağlayan en kıymetli varlığım Annem Raziye BİR'e, maddi ve manevi olarak beni her zaman koruyan ve bana destek olan sevgili ağabeyime ve ablama minnetlerimi sunarım.

Tüm dikkatim ve çabama rağmen eksikliklerimin olabileceğini bilerek, çalışmamızın tüm ilgililere faydalı olabilmesi dileğiyle.

Ayyüce Güzide GÖK

Trabzon, 2014

## TEZ BEYANNAMESİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Orman Ürünleri Sanayi Sektöründe Çalışanların Kişilik Özelliklerinin Girişimci Olma Niyetleri Üzerine Etkileri” başlıklı bu çalışmayı baştan sonra kadar danışmanım Prof. Dr. Kadri Cemil Akyüz’ün sorumluluğunda tamamladığımı, verileri/örnekleri kendim topladığımı, deneyleri/analizleri ilgili laboratuvarlarda yaptığımı/yaptırdığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim. 09/05/2014



Ayyüce Güzide GÖK

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa No

ÖNSÖZ .....	III
TEZ BEYANNAMESİ.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
ÖZET .....	VIII
SUMMARY .....	IX
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	X
TABLolar DİZİNİ.....	XI
KISALTMALAR DİZİNİ .....	XII
1. GENEL BİLGİLER.....	1
1.1. Giriş .....	1
1.2. Girişimcilik.....	2
1.2.1. Girişimcilik ile İlgili Kavramlar .....	2
1.2.1.1. Girişim .....	2
1.2.1.2. Girişimci .....	6
1.2.1.3. Girişimcilik .....	9
1.3. Girişimcilerin Özellikleri.....	11
1.4. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi .....	14
1.4.1. Dünyada Girişimciliğin Gelişimi.....	14
1.4.2. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi .....	17
1.5. Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimciliğin Önemi .....	24
1.5.1 Girişimci Olma Nedenleri .....	24
1.5.2 Girişimciliğin Önemi .....	25
1.6. Girişimcilik Türleri.....	27
1.6.1. Fırsat Girişimciliği.....	27
1.6.2. Yaratıcı Girişimcilik .....	28
1.6.3. İç Girişimcilik.....	28
1.6.4. Girişimci Girişimciliği.....	29
1.6.5. Özel – Kamu – Karma Girişimcilik.....	29
1.6.6. Yenilikçi Girişimcilik – Takipçi Girişimcilik .....	29
1.6.7. Kurumsal Girişimcilik .....	29

1.6.8.	Chicken Modeli .....	30
1.7.	Girişimciliğe Etki Eden Faktörler.....	31
1.7.1.	Demografik Faktörler .....	32
1.7.2.	Sosyal Faktörler .....	34
1.7.3.	Diğer Faktörler .....	37
1.8.	Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları .....	37
1.8.1.	Girişimciliğin Avantajları.....	38
1.8.2.	Girişimciliğin Dezavantajları .....	38
1.9.	Girişimcilerin Kişilik Özellikleri.....	39
1.9.1.	Risk Alma Eğilimi .....	40
1.9.2.	Belirsizliğe Tolerans.....	40
1.9.3.	Yenilikçilik .....	41
1.9.4.	Kendine Güven .....	42
1.9.5.	Kontrol Odağı .....	42
1.9.6.	Başarı İhtiyacı.....	44
1.10.	İmalat Sanayi ve Orman Ürünleri Sanayi.....	44
1.10.1.	İmalat Sanayine İlişkin Genel Bilgiler .....	45
1.10.2.	Orman ve Orman Ürünleri Sektörü .....	47
1.10.2.1.	Dünyada Orman ve Orman Ürünleri Sektörü.....	47
1.10.2.2.	Türkiye’de Orman ve Orman Ürünleri Sektörü.....	48
2.	MATERYAL VE YÖNTEM.....	53
2.1.	Materyal.....	53
2.2.	Yöntem .....	54
2.2.1.	Uygulanan İstatistik Analizler .....	55
3.	BULGULAR VE İRDELEME .....	57
3.1.	Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular .....	57
3.2.	Hipotezlerin Test Edilmesi .....	58
3.2.1.	Kişilik Özellikleri ve Demografik Özelliklerin Karşılaştırılması.....	58
3.2.2.	Girişimci Olma Niyeti ile Kişilik Özelliklerinin Korelasyon Analizi ve Hipotezlerin Test Edilmesi .....	59
3.2.3.	Girişimci Olma Niyeti ile Kişilik Özelliklerinin Regresyon Analizi ile Test Edilmesi .....	61

4.	SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	64
5.	KAYNAKLAR.....	67
6.	EKLER .....	72
	ÖZGEÇMİŞ	



Yüksek Lisans Tezi

ÖZET

ORMAN ÜRÜNLERİ SANAYİ SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN  
GİRİŞİMCİ OLMA NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Ayyüce Güzide GÖK

Karadeniz Teknik Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı  
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kadri Cemil AKYÜZ  
2014, 71 Sayfa, 4 Sayfa Ek

İmalat sanayinin önemli bir alt sektörü konumunda bulunan orman ürünleri sanayi sektörü irili ufaklı birçok işletme ile ülke geneline dağılmış bir durumda faaliyet göstermektedir. Elinde bulundurduğu üretim gücü ve istihdama olan katkısına rağmen girişimci yapısı ve sahip olduğu insan faktörünün girişimcilik özellikleri yeterince araştırma konusu haline dönüştürülememiştir. Bu çalışmanın temel amacı, literatürce kabul edilen kişilik özelliklerinin orman ürünleri sanayisinde çalışan kişilerde ne ölçüde bulunduğu ve bu özelliklerin çalışanların girişimci olma niyetleri üzerinde etkili olup olmadığını araştırılmasıdır. Bu amaçla sektörün yoğun olarak faaliyet gösterdiği İstanbul İkitelli Organize Sanayi Bölgesi ve çevre fabrikalarda çalışanlara literatürce kabul edilen anket formu bazı düzenlemeler sonucunda uygulanmıştır.

Risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık, kendine güven ve belirsizliğe tolerans düzeyi şeklinde gruplandırılan anket çalışmasından elde edilen verilere, frekans analizi, t-testi, anova, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre girişimci niyeti ortalamanın üstünde olan bireyler ve niyeti ortalamanın altında olan bireyler arasında kişilik özellikleri bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Kişilik özelliklerinden risk alma eğilimi ile girişimci olma niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kişilik özelliklerinden iki tanesi (risk alma eğilimi ve başarı ihtiyacı) niyet değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıklayabilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci, Girişimcilik, Girişimci Kişilik Özellikleri, Orman Ürünleri Sanayi

Master Thesis Thesis

SUMMARY

THE INFLUENCES OF PERSONEL CHARACTERISTICS OF FOREST PRODUCTS  
INDUSTRY'S EMPLOYEES ON THE INTENTION OF BEING ENTREPRENEURSHIP

Ayyüce Güzide GÖK

Karadeniz Technical University  
The Graduate School of Natural and Applied Sciences  
Forest Industry Engineering Graduate Program  
Supervisor: Prof. Dr. Kadri Cemil AKYÜZ  
2014, 71 Pages, 4 Pages Appendix

The forest product industry which is located in an important sub-sector of the manufacturing industry is functioning with large and small businesses in everywhere of the country. Entreprising structure and entrepreneurial characteristics of the human factor could not be adequately studied, although the largecapacity of production and the contribution of employment which are in its possession. The main purpose of this study is to investigate what extent people who work in the forest products industry have personal characteristics that adopted by the literature and whether these properties has an impact on employees' intentions to become entrepreneurs or not. For this purpose, a survey,accepted by the literature and prepared at the end of some regulations, has been applied on the employees who work in Istanbul Ikitelli Organized Industry Zone and the other factories surrounding which operate heavily in the sector.

Frequency analysis, t-test, anova, correlation and regression analysis were applied to data obtained from the survey which are grouped as tendency to take risks, innovation, need for achievement, control-oriented, self-confidence and tolerance for ambiguity. According to the results, a significant difference was not detected in terms of personal characteristics. A statistically significant and negative correlation has been found between intention of being entrepreneur and tendency of taking risk. At the same time, two personality traits (tendency to take risks and need for achievement) have an ability to explain intention variable as statistically significant.

**Key Words:** Entrepreneur, Entrepreneurship, Personel Characteristics of Entrepreneur, Forest Products Industry

## ŒEKİLLER DİZİNİ

	<b><u>Sayfa No</u></b>
Œekil 1. GiriŒimciliđin Temel Unsurları.....	10
Œekil 2. Chicken Modeli .....	30
Œekil 3. GiriŒimciliđin Avantaj ve Dezavantajları .....	37

## TABLULAR DİZİNİ

	<b><u>Sayfa No</u></b>
Tablo 1. Girişimsel Süreç Aşamaları .....	5
Tablo 2. Çeşitli Girişimcilik Tanımları.....	7
Tablo 3. Girişimcilik Özellikleri.....	12
Tablo 4. 2008 Yılına Ait İmalat Sanayine İlişkin Bilgiler.....	47
Tablo 5. Türkiye Orman Alanları .....	49
Tablo 6. Niyet ve Kişilik Özelliklerine İlişkin Korelasyon Sonuçları.....	60
Tablo 7. Regresyon Analizinin Anova Tablosu.....	61
Tablo 8. Model Özeti .....	62
Tablo 9. Katsayılar Tablosu .....	63

## KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	Amerika Birleşik Devleti
BRICS	Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika (Brazil, Russia, India, China, South Africa)
GEM	Küresel Girişimcilik Monitörü(Global Entrepreneurship Monitor)
İSO	İstanbul Sanayi Odası
KİT	Kamu İktisadi Teşkilatı
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
NACE	Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne)
OAİB	Orta Anadolu İhracatçıları Birliği
OGM	Orman Genel Müdürlüğü
TDK	Türk Dil Kurumu
TKB	Türkiye Kalkınma Bankası
TOBB	Türkiye Odalar Borsalar Birliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayiciler ve İşadamları Derneği

## 1. GENEL BİLGİLER

### 1.1. Giriş

Ülkeler sahip oldukları üretim faktörlerini değerlendirebildikleri ölçüde başarılı ve ekonomik açıdan rekabet edebilir konuma sahip olacaklardır. Gerekli üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi ve ihtiyaç duyulan mal veya hizmetlerin toplumun kullanımına sunulması girişimci profilinin niteliğine ve etkinliğine bağlıdır. Kimi topluluklar ya da ülkeler bir çok farklı kaynağa sahip olmalarına karşın yeterli kalkınmışlık seviyesini yakalayamamakta, kimi topluluklar yada ülkeler ise kısıtlı kaynak niteliklerine karşın Dünyanın önde gelen gelişmiş ülkeleri arasında yer almaktadırlar. Girişimci profili ile yakından ilgili olan bu durum aynı zamanda ülke ekonomilerinin itici gücünü oluşturmaktadır.

Toplumsal yaşama geçilmesi ile birlikte önemi ve etkinliği sürekli artan düzeyde olan girişimciler, bilinen ürün veya hizmetin üretilmesi yanında yeni ve bilinmeyen üretim süreçlerini, teknolojik ve ekonomik yenilikleri ulusal yada uluslararası alanda hizmete sunabilen bir özelliği de bünyelerinde barındırmaktadırlar. Girişimciliğin bir eğitim niteliği olması ve sonradan kazanılabilecek bir özellik olması yanında sahip olunan kişilik özellikleri ve içerisinde yaşanan toplumsal faktörlere bağlı olduğu bilinmektedir.

Girişimci profilinin ortaya çıkarılması ya da girişimcilerin önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik yapılan çalışmalarda üretim ve istihdam sorunlarına çözümler üretilmesi amaçlanmaktadır. Her toplumun kendi kültürel yapısına ve dünya görüşüne bağlı olarak farklı niteliklerle şekillenen girişimci profili bulunan üretim alanına göre de farklılık kazanabilecektir. Bu nedenle yapılması amaçlanan çalışmaların alt sektörel düzeylerde gerçekleştirilmesi önemlidir.

Türkiye sahip olduğu genç nüfusu ve dinamik yapısı nedeniyle girişimcilik açısından birçok yeterliliğe sahip konumdadır. Bu yapıya rağmen istenilen üretim gücünün sağlanamamış olmasında sektörel boyut ve kişilik özelliklerin bir arada incelenmemiş olması önemli etkiye sahiptir. Kişinin kurmayı arzuladığı bir firma ile kişinin kişilik özellikleri arasında oluşan bağ başarı yada başarısızlığı beraberinde getirecektir. Ayrıca kişilik özellikleri ve izlenecek olan stratejide aynı nitelikte belirleyici olacaktır. Dolayısıyla kişinin özellikleri ve girişimcilik arasında var olan bağ bulunmalı ve açığa çıkarılarak başarılı girişimlerin önü açılmalıdır.

Bu çalışmada Türkiye'nin üretim ve istihdam alanlarında etken sektörlerinden biri olan Orman Ürünleri Sanayi sektöründe var olan kişilik özellikleri ve girişimci profili araştırılması amaçlanmıştır. Ayrıca kişilik özelliklerinin girişimci olma niyeti üzerine nasıl bir etki oluşturduğunun belirlenmesi hedeflenmektedir.

Çalışma genel bilgiler, girişimcilik, girişimcilerin kişilik özellikleri, araştırma ve bulgular, sonuç ve öneriler olmak üzere 5 bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde imalat sanayi ve orman ürünleri sanayisine ilişkin genel bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde girişimcilik ve ilgili kavramları yapılan literatür çalışması ışığında açıklanarak, tarihsel gelişim süreci hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde, girişimci kişilik özellikleri olarak literatürde sıklıkla rastlanan 6 kişilik özelliği (risk alma eğilimi, yenilikçilik, belirsizliğe tolerans, kendine güven, kontrol odaklılığı ve başarı ihtiyacı) ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. Dördüncü bölüm çalışmanın araştırma kısmıdır. Bu bölümde orman ürünleri sanayisinde çalışanlara yapılan anket çalışması ve yöntemleri kısaca anlatılarak elde edilen bulgular açıklanmıştır. Beşinci ve son bölüm elde edilen bulgulardan çıkarılan sonuçların ve önerilerin bulunduğu kısımdır.

## **1.2. Girişimcilik**

### **1.2.1. Girişimcilikle İlgili Kavramlar**

Son yılların üzerinde fazlasıyla durulan konularından olan girişimcilik kavramı, ülkelerin ve araştırmacıların ilgi odağı olarak giderek önemi anlaşılan bir kavramdır. Yenilikçi fikirlere sahip, üretken, başarılı olma isteği taşıyan insanlar bir teşebbüste bulunup, bu yeteneklerini eyleme dökerek, istikrarlı bir gidişat yakaladıklarında hem kendileri ve çevreleri hem ülkeleri için ekonomik büyümenin ve refahın vazgeçilmez unsuru olurlar. Bu bağlamda öğrenilmesi ve bilinmesi gereken kavramlar ve açıklamaları şu şekildedir:

#### **1.2.1.1. Girişim**

Türk Dil Kurumu (TDK) Büyük Türkçe Sözlük içerisinde “girişim” kavramı için birbirinden farklı bir çok tanım bulunmaktadır. Bu kavramın hemen var olan bütün bilim dalları tarafından tanımlanmış olması, pek çok farklı şekilde açıklanmasına olanak sağlamaktadır. Sözlükte yer alan tanımlardan bazıları şöyledir; “teşebbüs; planlı bir

biçimde bir işe girişme; bir mal ya da hizmetin sağlanması, değiştirilmesi, verimli çabaların bir araya getirilmesi gibi ekonomik durumlara ilişkin bir kuruluşun gerçekleştirilmesi” (URL – 1, 2014).

Girişim kavramına dair literatürde geçen bazı yaklaşımlar şu şekildedir;

- Girişim doğa, sermaye ve emeğin bir araya getirilmesinden oluşan bir bütündür. (URL – 2, 2014)
- Girişim, mal ve hizmet üretmek amacı olan işletmelerin yaptıkları yatırım faaliyetleridir (Cici, 2013).
- Girişim, insanların ihtiyaçlarını sürekli kılarak karşılamak için, bir pazarı olan ve pazarda bir fiyatı oluşan ekonomik hizmetler ve malları ortaya çıkarmak ve sahibinin yani onları ortaya çıkaran girişimcinin kar elde etmesini sağlayan işletmedir veya ticari faaliyet gerçekleştirmek isteyen girişimcilerin kurduğu ekonomik yapıdır (Tokat ve Şerbetçi, 1998; Cici, 2013).
- Girişim; emek, sermaye ve diğer üretim faktörlerini planlı, bilinçli ve sistemli bir biçimde bir araya getirerek mal veya hizmet üretimine yönelen ve bu doğrultuda amaçlarına ulaşmak için üretim kaynaklarının kullanımında ekonomik ve akılcı kararlar alan toplumsal, ekonomik ve teknik bir birimdir (Koç, 2005).
- Girişim araştırmaları yapılırken temelde iki farklı yönelim mevcuttur. Bazı araştırmalarda girişimi yapanların kişiliği ve bu kişiliğin özellikleri üzerine yoğunlaşarak çıkarımlar elde edilirken, diğer araştırmalarda bireyler tarafından gerçekleştirilen eylemler üzerinden çıkarımlar elde edilmektedir. Bu noktada önemli olan, girişimcilerin ayırt edici özelliklerini ve onların hangi noktalarda yönetici ve diğer çalışanlardan ayrıldıklarını gözlemlemektir (Çelik, 2013).
- Günlük hayatta girişim; bir işi yapmak için harekete geçme, başlama, kalkışma durumunu ifade etmekten ziyade (Aytaç ve İlhan, 2007; Çelik, 2013), işletmeler açısından girişim, üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, teknik, ekonomik ve hukuki birimlere denilmektedir (Sözbilen, 2012).

Bu noktada belirtilmelidir ki, girişim ile işletmeyi aynı fakat ayrı işlevler olarak algılayanlar çoğunluktadır. Sistemde üretim faktörlerinin birleştirilmesi ile alakalı çalışmalar işletmenin işlevleriyken; pazarlama, organizasyon, finansman ve alım gibi faaliyetler girişimin işlevleri olarak görülmektedir (Cici, 2013). Yani işletme iktisadi ve teknik bir birim, girişimse bir veya birden fazla işletme sahibi bir varlık denilebilir. Örneğin, Koç Holding bir girişim, onun bünyesinde yer alan Arçelik fabrikası ise bir



işletmedir. Bu açıdan girişimler, işletmelere göre daha geniş bir anlam taşırlar (Çevik, 2003).

Kâr veya başka biçimlerde yarar sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek, ya da fonlar sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip devamlı nitelikte bir örgüt olarak da tanımlanan girişimin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Tutar ve Küçük, 2003; Koç, 2013):

- Girişimin amacı kar, kazanç veya yarar sağlamaktır.
- Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik, girişim olmanın zorunlu unsurudur.
- Girişimin üç temel işlevi, üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması olan finansmandır.
- Girişim hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir tüzel kişiliğe sahiptir.
- Girişim finansal bir birimdir. Girişimin kendisine ilişkin varlıkları ve bunları karşıladığı öz ve yabancı kaynakları bulunur.
- Girişim, insan ve materyalden oluşan bir örgüttür ve bu örgüt devamlılık gösterir.

Bir girişimin başlatılması, girişimcinin bir yeniliği ortaya koymasını engelleyici güçlerin üstesinden gelerek, yakaladığı fırsatı değerlendirmesi ve geliştirmesi ile mümkündür. Girişim faktörlerin bir araya getirilmesine ilişkin girişimsel süreç dört ana başlık altında toplanabilir: “fırsatın tanımlanması ve değerlendirilmesi”, “iş planının geliştirilmesi”, “gereksinim duyulan kaynaklar” ve “işletmenin yönetilmesi”dir (Berber, 2000).

Tablo 1.Girişimsel süreç aşamaları (Berber, 2000).

Fırsatın Tanımlanması ve Değerlendirilmesi	İş Planının Geliştirilmesi	Gereksinim Duyulan Kaynaklar	İşletmenin Yönetilmesi
-Fırsatın yaratılması ve büyüklüğü -Fırsatın gerçek ve algılanan değeri -Fırsatın getirdiği risk ve avantajlar -Fırsata karşı kişisel yetenekler ve amaçlar -Rekabet durumu	-Pazarın özellikleri ve büyüklüğü -Pazarlama planı -Üretim gereksinimleri -Finansal planlama ve gereksinimler -Organizasyon biçimi -Pazara giriş stratejisi	-Girişimcinin mevcut kaynakları -Kaynak boşlukları ve kullanım için hazır olanlar -Gerekli kaynaklara ulaşım	-Yönetim tarzı ve yapısı -Başarının kilit unsurları -Mevcut ve potansiyel sorunların tanımlanması -Kontrol sistemlerinin yerleştirilmesi

Girişimsel süreç içerisinde en zor aşama, girişimcinin etrafında var olan durumun bir fırsat olup olmadığını ayırt etmesidir denilebilir. Bir girişim isteğinin hayata geçirilmesinde başarılı bir girişimci muhakkak etrafındaki fırsatları görür ve değerlendirmek için nasıl bir adım atması gerektiğini gerçekçi bir şekilde belirler. Bu sürecin ilerleyişinin olmazsa olmazıdır ki bir girişim faaliyeti gerçekleştirilebilsin. Girişimde bulunan bireylerin belirli bir iş planı dahilinde çalışmaması genelde işletmeleri başarısızlıkla karşı karşıya getirir. Bu nedenle sürecin ikinci aşaması olan iş planı bir girişim sürecinde takip edilerek titizlikle üzerinde durulması gereken bir konudur.

İyi bir faaliyet planı yalnızca fırsatın geliştirilmesi yönünden önemli değil, gerekli olan kaynakların belirlenmesi, bu kaynakların sağlanması ve sonuçta yaratılan girişimin başarı ile yönetimi yönünde de elzem niteliktedir (Gürol, 2000).

Girişimcinin, gereksinim duyulan kaynakları bir araya getirmesi sonucunda ise, oluşturulan iş planını uygulaması gündeme gelecektir. Artık bu noktada girişimci, bir araya getirmiş olduğu kaynakları, oluşturduğu iş planı çerçevesinde kullanmaya başlamaktadır. Girişimcinin, girişimsel süreç içerisinde ele geçirdiği fırsatın en iyi şekilde değerlendirilmesi, kullandığı kaynakların ve göstermiş olduğu tüm çabaların boşa gitmemesi, girişimsel sürecin son aşamasında ağırlığını ortaya koyan yönetsel özelliklerin

başarısına bağlı kalmaktadır. Bu bağlamda, daha önce de belirtildiği gibi, girişimcinin, girişimsel sürecin henüz ilk aşamasında, fırsatı tanımlayıp değerlerken, son aşamasında karşılaşılabilecek yönetsel unsurları da paralel olarak düşünmesi gerekmektedir. Başka bir ifade ile, girişimci, girişimsel süreci bir bütün olarak ele almalıdır (Berber, 2000).

### 1.2.1.2. Girişimci

İnsanlar farkında olmadan da olsa var oluşla birlikte hayatlarını idame ettirmek adına hep bir takım eylemlere girişmişler, sonucunda ise küçük bir çerçevede de olsa girişimci olmuşlardır. Günümüzde, bireylerin kendi işlerine sahip olma istekleri, hayallerinin peşinden gitme istekleri ve özellikle ülkelerin de ekonomik anlamda büyüme sağlamalarında girişimciliğin azımsanamaz yardımını fark etmeleri ile girişimcilik bugünün dünyasında ayrıcalıklı ve önemli bir yer edinmiştir.

Girişimci kavramı Latince intrare “yoluyla, içinden geçerek”, Yunanca enteron (entos-içinde) “bağırsak” anlamına gelir. Fransızca’da da aynı kökenden; entre “girmek” kökünden gelir, enterprenant “girişimci,atılğan” anlamına gelir. İngilizce’de enter “giriş”, pre “ilk”, enterpre-neur “ilk giren, başlayan” anlamına gelmektedir. Arapça müteşebbis, şe-bi-se kökünden türetilen teşebbese vezninden elde edilmiştir. Teşebbüs “bir şeye pençe ile yapışmak” demektir. Türkçe’de gir kökünden “gir-iş-me” fiiline dönüşmüştür (Aykan, 2002).

Ortaçağda, aktif olan ve iş yapan kişi anlamında kullanılmıştır. Ekonomik teoride girişimciyi ilk kez 1755 yılında Fransız ekonomist Richard Cantillon, belirsiz fiyattan tekrar satmak amacıyla bir ürün için belirli bir fiyat ödeyerek onu satın alan, kaynakların temin edilmesi ve kullanılmasıyla ilgili kararları veren ve bu sebeple de girişimin riskini üstlenen kişi olarak tanımlamıştır (Göçmen, 2007). İngiliz literatüründe kullanımı ise John Stuart Mill ile 19. yüzyılda başlamıştır. 20. yüzyılda ortaya çıkan girişimcilik teorisine göre, girişimci risk alarak yenilik (innovation) yapan kişidir (Karagöz, 2009).

Müftüoğlu’na göre girişimci; bir tarayıcı gibi sürekli olarak çevreyi gözleyip talep açıklarını yakalayan, yeni talepler oluşturan, talepteki değişimleri zamanında fark eden, kaynakları sağlayarak üretim tesisleri kuran, rekabeti seven ve varlığının önemli nedeni olarak gören, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen, atak ve yaratıcı yeteneklere sahip kişiler olarak görülmektedir (Emre, 2007).

Doğan'a göre girişimci; neyin ne miktarda üretileceğine, üretilen ürünlerin kimlere satılacağına, üretim için planlanan işlerin kimler tarafından yapılacağına, gelirlerin ve giderlerin ne olacağına ilişkin kararları veren kişidir (Göçmen, 2007).

Morris ve Lewis (1991), girişimciler için şunları ifade etmiştir; girişimciler risk alabilen, sermaye sağlayabilen, ileriye görebilen, kendi işletmelerinin patronu olan, yönetim bilgi ve becerilerine sahip, etkin kaynak dağıtımını sağlayabilen kişilerdir. Yapılan çalışmalar bu girişimcilerin saldırgan, bağımsız, çok çalışan, kendini işine adanmış, organizasyon yeteneği olan, vizyonlarına bağlı, ödül ve başarı odaklı, risk alabilen ve güçlü bir iç kontrol yeteneği gibi pek çok özelliğe sahip olduklarını ortaya çıkarmaktadır (Sözbilen, 2012).

Fransız Cantillon'dan itibaren uluslar arası literatürde yer alan girişimci tanımları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 2. Çeşitli girişimcilik tanımları (Apak vd., 2010).

1934 J. Schumpeter	Girişimci, yenilik yapan ve yeni teknoloji geliştiren kimsedir.
1961 David McClelland	Girişimci, faal ve ılımlı riskler alan kimsedir.
1964 Peter Drucker	Girişimci, fırsatları en üst düzeyde çıkaran kişidir.
1975 Albert Shapero	Girişimci, örgütün sosyal ve ekonomik işleyişinde inisiyatif kullanan ve muhtemel başarısızlık riskini üstlenen kişidir.
1985 Robert Histrich	Girişimci ,zaman ve gayret sarf ederek farklı değerler üreten, çeşitli riskleri üstlenen ve sonunda maddi ya da manevi karşılık alan kişidir.
1995 Peter Drucker	Girişimci, elindeki kaynakları düşük verimlilik alanlarından yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.
1999 Jeffrey Timmons	Girişimci, çağdaş önderlikle dengelenmiş davranış ve düşünüş biçimine sahip, dürüstlük ve samimiyetle doğruların inşasını yapan kişidir.
2001 P. A. Wickham	Girişimci, projeyi kendi girişimcilik anlayışı ile geliştiren kişidir.
2002 G. Brenkert	Girişimci, piyasa ekonomisinin vazgeçilmez kişisidir.
2003 L. W. Busenitze	Girişimci, ekonomik refahın oluşmasında başrol oynayan kişidir

Girişimci genel bir kavramdır ve bu kavram çeşitli özelliklerin bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Koç, girişimcilerin ortak özelliklerini değerlendirirken, girişimci olarak, Ford'un kurucusu Henry Ford'u, General Motor'un yaratıcısı ve yönetim bilimci Alfred Sloan'ı, çağdaş girişimci örneği olarak Bill Gates ve arkadaşlarını, Türk girişimci olarak da Vehbi Koç'u saymaktadır (Öktem vd., 2003).

Girişimcilik tanımlarında vurgulanan girişimci özelliklerinin fazlalığı pek çok girişimci tanımının oluşturulmasına sebep olmuştur. Aşağıdaki tanımlar, "girişimci" kavramının çeşitliliğini ortaya çıkarmak amacıyla düzenlenmiştir. Girişimci (Aykan, 2002):

- Gelişmenin harekete geçiricisidir (Schumpeter),
- Örgütlenmedeki formel otorite kaynağı, yaratıcı, yenilikçi kişidir (Hartmann),
- Ekonomik kaynakların kontrolündeki odak noktasıdır (Coates),
- Risk almada atak kişidir (Lauetrbach),
- Kâr için fırsatların nitelik ve boyutlarını sezebilecek özel bir yetenek, uzağı görme, yönetme ve girişkenlik özelliklerine sahip, tüm enerjisini ulaşmak istediği sona hasreden kişidir (Habakkuk),
- Evrensellik, fonksiyonel uzlaşma özelliklerine sahip olan kişidir (Hoselitz),
- Üretici, işveren, endüstrinin kaptanıdır (Hartmann),
- Karar alıcıdır (Dobb),
- Sonucu yaratan, temel karar vericidir (Gehard-Haussermann ve Turin),
- Önder, yaratıcı, yeni fırsatları yakalayan, risk alıcı kişidir (Miller),
- Diğer insanlarınkinden farklı kararları olabilen, kendine güvenen, işini ve niteliklerini iyi bilen kişidir (Casson),
- Nadir yetenekleri olan, uyumcu olmayan (non-conformist) davranış ve özelliklere sahip, izzeti-nefis sahibi, araştırma becerisi olan kişidir (Casson),
- Başarı oryantasyonlu kişidir (Parsons),
- Başarı motivasyonu katsayısı (n-ach) yüksek kişidir (McClelland),
- Hem yaratıcı hem de birleştirici ögedir (Hirschman),
- Amaçlı aktivitesi olan, süreklilik sağlayıcı, kar oryantasyonlu kişidir (Cole),
- Maceracı, organizatör ve ayrıntıları atlamayan kişidir (Harbison ve Myers) olarak tanımlanmıştır.

Girişimci ile iş sahibi arasındaki ayrım bir örnekle netleştirilebilir; bir lokanta ya da bakkal açan bir kişi, aslında risk alır ve yeni bir işletme açar, fakat yenilik yapmaz. Bununla birlikte, yüzlerce yıldır dükkanlarda yapıp satılan Maraş dondurmasını bir marka haline getirenler yenilik yapmışlardır. Mado firması dondurma üretimini standartlaştırarak, farklı ürünlere yaygınlaştırarak ve ürünleri özel dağıtım kanalı olan kendi dükkanları yoluyla satarak yenilik yapmıştır (TÜSİAD, 2002).

Genel bir ifade ile özetlenecek olursa girişimci; dinamik, iş fikri oluşturabilen ve bu fikri uygulamaya koyarken rekabet ve riskten kaçınmayan, araştırmacı ve iyi bir analiz yeteneğine sahip, değişimlere açık ve talepteki değişimleri zamanında fark edebilen, sorumluluk sahibi, fikir, emek ve hizmet üretebilen kişidir.

### **1.2.1.3. Girişimcilik**

Girişimcilik net bir kavram tabanına yerleştirilebilmiş değildir. Bir çok farklı görüş ve tanımları mevcuttur. Özellikle 20. yüzyılda bu kavram daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve tüm bunların hayata geçirilme süreci olarak ifade edilmiştir. Girişimcilik yalnızca kişinin kendi işini kurması değil, mevcut işini revize etmesi veya yeni bir sektöre açılması olabilir. Örneğin yıllardır sektörde olan bir malın üretimine geçilmesi bir girişimcilik örneği değildir fakat sektörde olan başka bir malı farklılaştırarak sunmak bir girişimciliktir.

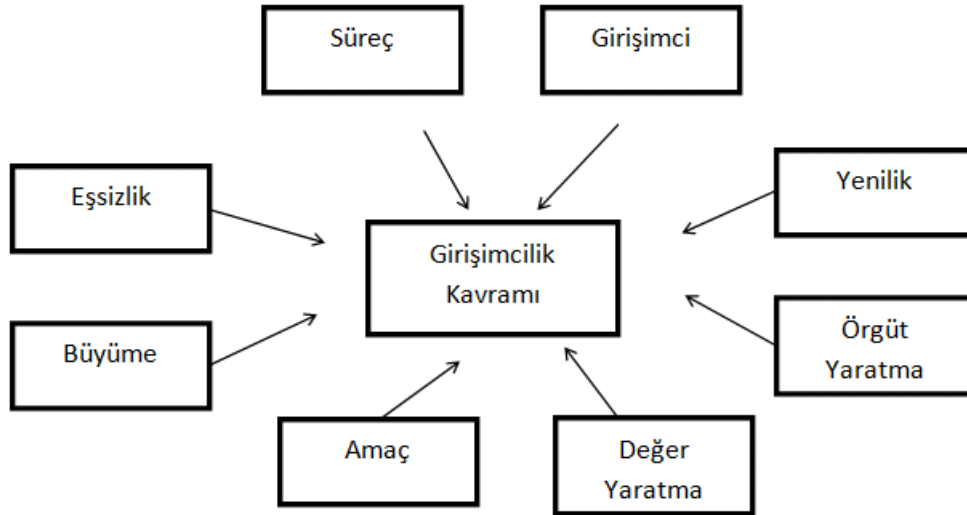
Hisrich ve Antoncic (2004) girişimciliği, yeni iş girişimlerinin yaratılmasının yanı sıra yeni ürünler, hizmetler, teknolojiler, idari teknikler, stratejiler ve rekabetçi bir duruş geliştirme gibi yenilikçi faaliyetler geliştirilmesi şeklinde tanımlamıştır. Bu tanımdan anlaşıldığı üzere, girişimcilik her anlamda yenilik ifade etmektedir (Erdurur, 2012).

Scott Shane'e göre girişimcilik, işletmede mevcut olmayan yeni mal ve hizmetlerin organizasyon şekillerini, pazarlarını, süreçlerini ve hammaddelerini elde etmek için fırsatların keşfedilmesi, değerlendirilmesi ve açığa çıkarılması faaliyetleridir (Patır ve Karahan, 2010).

Ulujn ve Brown (2004) girişimciliği, “çevrede var olan ya da yenilik yoluyla ortaya çıkan fırsatlardan bir değer oluşturmak için bu fırsatlardan yararlanma sürecini ifade etmektedir” şeklinde tanımlayarak, girişimciliğin genel olarak bireyler ya da gruplar tarafından bir iş girişimini yönetme veya işi oluşturma şeklinde ortaya çıktığını belirtmiştir (Erdurur, 2012). Girişimcilik kavramıyla ilgili temel eserlere sahip ekonomist Schumpeter yenilik vurgusuyla yaptığı tanımda girişimciyi “yenilikleri arayan ve yaratan, tüketicinin

önceden tanımadığı değerleri yeni kalite ile ortaya koyan, henüz fark edilmemiş piyasaları ele geçiren veya pazar payını artırmaya yönelik birey” olarak tanımlanmaktadır (İnce, 2010). Girişimcilik; hayal gücünün kullanılmasını, yaratıcı olmayı, sorumluluk yüklenmeyi, fikirleri organize etme ve tanımlamayı, karar almayı ve geniş yapılar içinde başkalarıyla ilişkiler kurmayı kapsayan bir süreçtir (Erkan, 2012). Girişimcilik, öngörebilme yeteneği ve risk alabilme cesaretini en doğru şekilde birleştirmektir (Keskinöglü, 2009; Erkan, 2012). Riske girme kavramı, girişimci için “fırsat arayışı” ön plana çıkarılarak açıklanmaktadır. Herhangi bir eylem sonucu açısından risk, zarara uğrama ihtimalidir. Bu açıdan girişimci, riskleri tanımlayarak zarara uğrama ihtimalini en azda tutar ve yenilik yapma fırsatlarını sistemli analizle belirleyip o fırsatlara yönelir (Öktem, 2003). Girişimciler yeni fikirlerin oluşturulması, uygulamaya konulması ve bütün bunların geleceğe yayılan uzantıları sonucunda, buldukları toplumda ve dünya üzerinde ulaşabildikleri her yerde, bir katalizör görevi görürler (Durak, 2011).

Tüm bu anlatılanlar ışığında girişimcilik kavramında yer alan temel unsurlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Tanoğlu, 2008):



Şekil 1. Girişimciliğin temel unsurları

Girişimcilik bilgi toplumunda bir meslek, hem de ekonomik arenanın en önemli mesleği olarak gelişme sürecindedir. İnsanlarını, özellikle gençlerini girişimcilik mesleğinin gerektirdiği niteliklerle donatabilen toplumlar refah ve mutluluk yolunda daha hızlı yol alacaklardır (URL – 3, 2014).

### 1.3. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilerin sahip olduğu özellikler ile ilgili literatürde pek çok araştırma bulunmaktadır. Ancak bu araştırmaları belirli bir kategoride değerlendirmek ve kesin bir fikir birliği sağlamak mümkün olmamıştır. Bunun nedeninin girişimcilik kavramını var eden unsur olan girişimci kişinin sahip olduğu kişisel yeteneklerin, tutum ve davranışların farklılığı olduğu söylenebilir. Genel bir çerçevede girişimci kişiler en başta yenilikçi, risk alabilen, ileriye tahmin edebilen, kendine güvenen, baskı altında çalışabilen ve kararlar alabilen, motivasyonu yüksek ve başarılı olma ihtiyacı hisseden bir yapıdadırlar. Bu özellikleri sayesinde girişimci kişiler diğer insanlardan ayrılır.

Girişimci bir ruha sahip olan kişilerin en belirgin özellikleri, başarı arzularının yüksek olmasıdır. Bu tip insanlar, rutin işlerden pek hoşlanmazlar, yeni fikirler yaratmayı tercih ederler. Uzun süreli çalışma saatlerine uyumludurlar ve emeklilikten hoşlanmazlar, devamlı çalışma ve bir şeyler üretme arzusu içindedirler. Kets de Vries'e göre girişimciler özgüveni olan, bireylerarası ilişkilerde ihmalkar görülebilen, kendi değer yargılarına sadık kişilerdir (Çelik ve Akgemici, 1998; Köşker, 2004).

Girişimci, bir projektör gibi sürekli piyasaları gözlemleyip talep boşlukları yakalayan ve yeni talepler oluşturan, taleplerdeki değişmeleri zamanında fark ederek gerekli uyumu sağlayan, kaynakları toplayarak yatırımları gerçekteştiren, rekabetten kaçınmayan, tam tersi rekabeti varlığının temel şartlarından biri olarak kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen atak ve üretken kişidir (Müftüoğlu, 2004; Arıkan, 2013).

Meredith girişimci özelliklerini üç grupta ifade etmiştir (Arıkan, 2002; Öktem, 2003):

- İş fırsatlarını görüp değerlendirebilme,
- Kaynakları bir fayda yaratmak üzere bir araya getirebilme,
- Başarıyı sağlayacak uygun eylemleri başlatabilme

Lambing ve Kuelhl ise girişimcilerde bulunan özellikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır (Hancı, 2004):

- İş kurmaya hevesli olmak,
- Başarısızlığa rağmen vazgeçmemek,
- Güven,
- Kararlılık,



- Risk yönetimi,
- Yaratıcılık,
- Değişimi fırsat olarak görmek,
- Belirsizliğe karşı toleranslı olmak,
- Önyak olma ve başarı ihtiyacı,
- Detaylara önem verme ve mükemmeliyetçilik.

Girişimcilerin özellikleri ile ilgili olarak değişik yıllarda farklı yazarların yaptığı araştırmalar sonucunda yazılan bilimsel makaleler şu özellikleri ortaya koymuştur:

Tablo 3. Girişimcilik özellikleri (Hancı, 2004).

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mül	Risk alma
1917	Weber	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpeter	Yenilik, önyak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1959	Hartman	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	McClelland	Risk alma, başarı güdüsü
1963	Davids	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, özgüven
1964	Pickle	İnsan ilişkileri, iletişim becerisi, teknik bilgi
1965	Litzinger	Risk tercih etme, bağımsızlık, tanınma, babacanlık, liderlik
1965	Schrange	Doğru algılama, güç motivasyonu, gerginliğin performansı azalttığı gerçeğini farkına varma
1971	Palmer	Risk ölçme
1971	Hornadey ve Aboud	Başarı güdüsü, özerklik; saldırganlık; güç; tanınma
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1977	Gasse	Kişisel değerlere dönüklük
1978	Timmons	Güdü, özgüven, amaca dönüklük; orta düzeyde risk alma; kontrol odağı, yaratıcılık/yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma/hırs; olumlu terslikler
1981	Mescon, Montanari	Başarı, hakimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh-White	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, öz güven/güdü; mücadele etme, orta düzeyde risk alma
1982	Dunkelberg-Cooper	Büyümeye dönüklük, bağımsızlığa dönüklük, zanaatkarlığa dönüklük, kontrol kaynağı, öz güven.

Öte yandan özellikler teorisi ve kişilerin girişimci olma eğilimlerini detaylı bir şekilde inceleyen Cromie 2000 yılında yaptığı çalışmada başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk

alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yaratıcılık ve kendine güveni yapılan araştırmalarda saptanmış girişimcilerin kişilik özellikleri olarak ifade etmiştir. Özellikler Teorisi çerçevesinde saptanmış girişimcilik özellikleri ve kısaca açıklamaları şunlardır (Cromie, 2000; Gürol ve Bal, 2009; Cici, 2013).

- Başarı ihtiyacı: Başarı ve mükemmelliğe ulaşmak için kişiyi mücadelecı olmaya iten güçtür.
- Kontrol odağı: Kişinin yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine yönelik genelleştirilmiş beklentileriyle ilgili bir kişilik değişkenidir.
- Risk alma eğilimi: Kişinin riskli durumlarla karşı karşıya kaldığında riski göze almak yönünde davranış gösterme eğilimidir.
- Belirsizliğe tolerans: Kişinin belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir.
- Yenilikçi olma: Yeni ürünler, yeni metotlar yaratma, yeni pazarlara girme, yeni bir organizasyon yapısı kurma ve tüm bunlara yönelik bir irade ortaya koymayı içeren eğilimdir.
- Kendine güven: Kişinin kendi hakkında sahip olduğu olumlu düşüncedir.

Araştırmalar neticesinde bir girişimcinin sahip olması gereken özellikler şöyle sıralanabilir:

- Başarılı olma isteği,
- Mücadelecilik ve azim,
- Sorumluluk ve risk alabilme yeteneği,
- Yaratıcılık, fırsatları anlayabilme yeteneği,
- Planlı çalışma ve araştırma yeteneği,
- Başkalarıyla çalışabilme, onlara güvenebilme ve ilişki içerisinde olduğu kişilere güven verebilme yeteneği,
- Eksikliğini bilme, sınırlarını görebilme ve tavsiyelerden yararlanabilme,
- Zor şartlarda ağır çalışmalara hazır olma,
- Kendini geliştirme arzusuna sahip olma,

Bu kişisel özelliklerden hareketle başarılı bir girişimci;

- Pazarda var olan fırsatları belirler
- Fırsatları (veya ihtiyaçları) iş fikrine dönüştürür
- Kaynakları bir araya getirir

- Risk üstlenir. Finansmanı, üretim ve üretim süreçlerini, insan kaynaklarını yönetir
- Üründe, yönetimde, teknolojiye, pazarlamada sürekli yeniyeye doğru değişme çabasını sürdürür.

Girişimcinin başarılı ve istikrarlı olabilmesi için bahsi geçen özelliklere sahip olmanın yanında bu özellikleri kullanabilme yeteneğinin de olması gereklidir.

#### **1.4. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi**

Girişimci konusunda değinildiği gibi, insanların var oluşlarıyla birlikte bir takım temel ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri adına buldukları her bir eylem aslında bir girişim olarak değerlendirilebilir. Bu durumda girişimciliğin de tarihesinin insanlığın ilk dönemlerine dayandığı söylenebilir. Girişimciliğin tarihsel gelişimi 2 başlık altında ele alınacaktır:

1. Dünya’da Girişimciliğin Gelişimi,
2. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi.

##### **1.4.1. Dünya’da Girişimciliğin Gelişimi**

Yapılan araştırmalar sonucunda girişimciliğin dünyadaki gelişimi değişen koşullara göre sınıflandırıldığında ana başlıklar şu şekilde belirtilebilir:

- İlkel toplumlar (Çobanlığa dayanan ev ekonomisi),
- Tarıma dayanan köy ekonomisi (Derebeylikler),
- Küçük el sanatına dayanan kent ekonomisi,
- 15.-19. yüzyıllar arasında Avrupa’da ortaya çıkan iktisadi düşünceler çerçevesinde girişimciliğin gelişimi,
- 20. yy.da girişimcilik (Aşkın vd., 2011).

Kısaca değinilecek olursa; ilkel toplumlarda insanlar temel ihtiyaçlarını gidermek adına basit düzeyde doğada var olan kaynaklar ile geçinmekteydiler. İhtiyaçlarını karşılamak adına dolaylı olarak yaptıkları toprak ekimi, çanak-çömlek yapımı vb. gibi basit işler aslında ilerleme adına atılan ilk adımlardır.

Tarıma dayalı köy ekonomisinde yerleşik bir düzen ve tarıma geçiş süreci insanların ekonomik gelişim hızını arttırmıştır. Bireysel bir girişimcilikten söz edilemeyen

bu dönemde önemli nokta, vergiler karşılığında köylülerin kendi hesaplarına işlediği toprakların derebeylerin himayesinde bulunduğu.

Küçük el sanatlarına dayanan kent ekonomisinde, kent yaşamında üretilen ürünler köylülere satılmakta, tarım faaliyetleri ile de köylüler uğraşmaktaydı. Kentler de, yiyecek ihtiyaçlarını çevre köylerden sağlamaktaydı. Bu basit iş bölümü zaman içerisinde üreticilerle zanaatkarlar arasında da gelişmiş, basit ve aynı genel amaca hizmet eden iş bölümleri zamanla kendi içinde de çeşitli ve farklı amaçlı kollara ayrılmıştır. Bu dönemde, küçük ev endüstrisi üretimleri giderek gelişmiş aile tezgahlarından, işçi çalıştıran atölyelere geçilmiştir.

12. ve 13. yüzyıllarda büyük fuarlar kurulmuş ve bu sayede pazarlar gelişmiştir. Bu durumun girişimcilik adına faydaları olduğu açıktır.

Hisrich ve Peters (1998), orta çağlarda girişimci denilen kişinin genellikle o ülkenin devleti tarafında olmak üzere başka kişilerce temin edilen kaynaklarla risk almaksızın kaleler, kamu binaları, manastırlar ve katedrallerin yapımı gibi büyük çapta projeleri üstlenen ve yöneten kişi olarak tanımlandığını ifade etmektedirler.

17. yy.da ise artık girişimci risk almaya başlamış, devlet ile bir mal veya hizmet üretmek amacıyla girdiği sabit bir miktar üzerinden düzenlenen anlaşmalarda kar ve zararı üstlenen kişi olarak betimlenmiştir (Çevik, 2006).

17. yy.da Richard Cantillon girişimcilik kavramını ilk kez ortaya atan kişi olmuştur. Cantillon iktisadi anlamda üç tür ögeden söz eder:

1. Arazi sahipleri
2. Girişimciler
3. Ücretle çalışanlar

Cantillon girişimcinin sistem içerisinde merkezi bir rolü olduğunu ve girişimcinin, ekonomideki bütün mübadele ve dolaşımdan sorumlu olduğunu ileri sürmüş, girişimciler sınıfının arz-talep dengesini yaratan sınıf olduğunu ifade etmiştir (Kutlu, 2006).

18. yy.da ise dünya büyük bir değişimin başlarında iken İngiltere'den başlamak üzere "endüstri devrimi" oluşmaya başlamış ve makineler insan gücünün yerini almıştır. Bu devrimle birlikte girişimci ile sermaye temin eden kişi kavramları birbirinden ayrılmıştır.

18. yy başlarında girişimci kavramına ikinci defa değinen Fransız ekonomist Jean Babtiste Say'dir. Say'e göre sermaye birikimiyle değer yaratılmasında anahtar faktör girişimcidir. Cantillon gibi Fransız fizyokratlar ekolünün bir üyesi olan Say, girişimcinin

“ekonominin kilit noktasında kişi ve ekonomik değişim ve gelişimin bir katalizörü” olduğunu vurgulamıştır (Birçek, 2008).

19. yy.da ortaya çıkan makineleşme olgusuna özellikle Amerika çok hızlı bir şekilde adapte olmuştur ve bu anlamda Avrupa'nın önüne geçmiştir. Amerikalı müşterilerin ürünlerde zanaatkarlık aramaması, yerli mallarda ucuzluk ve kullanılabilirlik araması Amerika'da girişimciliği tetikleyen en önemli unsur olmuştur.

Amerikalı yöneticiler bu dönemde, kendi ayakları üzerinde durma, yabancılarla işbirliği içerisine girme, kişisel olmayan ilişkiler kurma, farklı durumlara uyum sağlama ve toleransa yatkınlık gibi girişimsel özellikleri kazanmaya başlamışlardır. 19. yy.da Amerika'da girişimcilerin rolü, sosyal ve ekonomik değişimdeki en önemli unsurlardan biri olmuştur (Çevik, 2006).

20. yy.a gelindiğinde Avusturyalı ekonomist Joseph Schumpeter girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atmıştır. Schumpeter, “The Theory of Economic Development” isimli kitabında, girişimcinin en önemli fonksiyonu olan yenilik kavramı üzerinde durmuş ve girişimcinin ekonomik hareketin merkezi olduğunu belirtmiştir (Arıkan, 2013).

Schumpeter'in girişimcilik tanımında beş çeşit girişimci vardır:

- Yeni bir malın ya da servisin üretimi,
- Yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi,
- Yeni bir pazarın oluşturulması,
- Yeni bir hammadde kaynağının bulunması,
- Endüstrinin yeniden yapılandırılması.

Schumpeteryan anlamda girişimci bir yenilikçidir.

Girişimci yeni teknolojik süreçler veya ürünleri yaşama geçirerek değişimi mümkün kılar. Yenilikçi çabaları ile teknolojik mevcudu ve alışıla gelmiş değişime uğratar ve üretimi engelleyen kısıtlamaları ortadan kaldırır (Gürol, 2006; Birçek, 2008).

Yukarıda belirtilen araştırmalar klasik yaklaşımlar olarak adlandırılırken, son yıllarda yapılan araştırmalar çağdaş yaklaşımlar olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemin araştırmacılarından, G.L.S. Shackle, Israel Kirzner ve R. Hisrich'in yaklaşımları kısaca şu şekildedir:

Shackle, belirsizlik koşullarında psikolojik yönü ile ilgilenmiş ve girişimcinin yaratıcı rolüne değinmiştir. Shackle'a göre girişimci, hislerini, anlam ve duruma ilişkin algılamalar ile renklendiren kişidir (Kutlu, 2006).

Kirzner, Competition and Entrepreneurship adlı eserinde girişimci konusundaki fikirlerini ifade etmiştir. Kirzner'e göre girişimcilik sürecinin iki anlamı vardır;

1. Girişimsel rekabet
2. Girişimsel keşifler

Kirzner'e göre girişimciler, keşif yapma ve kâr fırsatlarını değerlendirme konusunda tetikte olan kişilerdir ve pazardaki dengeleyici güçlerdir. Girişimcinin özel bir yeteneğe ya da kişiliğe ihtiyacı yoktur. Girişimcinin ihtiyaç duyduğu tek şey özel bir bilgi yani bilgi için nereye bakacağını bilmektir (Çevik, 2006).

R. Hirsch ise girişimcilik sürecini tanımlamış; bu süreçte, zaman ve enerji harçayarak farklı bir değer yaratma, finansal, psikolojik ve sosyal riskler üstlenme ve sonuçta parasal ödüller ile kişisel tatmin elde etmekten söz etmiştir (Kutlu, 2006).

#### **1.4.2. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi**

Cumhuriyet Öncesi Dönemi:

İngiltere'de yaşanan teknolojik gelişmeler (1760 sonrası) ve Fransa'da gerçekleştirilen siyasi devrim (1789) sonucu oluşan Sanayi Devrimine kadar, Osmanlı İmparatorluğunun ekonomisi kendi kendine yetebilen ve hatta birçok alanda Avrupa'ya üstünlük sağlayan bir ekonomi olmuştur.

Araştırmalarda belirtilenlere göre, Türkler, Orta Asya'dan Anadolu'ya gelmeleri ve yerleşik düzene geçmeleriyle birlikte, ticarete ve özellikle zanaatkarlık alanlarında çok ileri gitmişlerdir. Özellikle Selçuklular döneminden Osmanlı Dönemine kadar uzanan, Türklerin, dini ve milli olarak birlik ve beraberliklerinin sağlanmasında, yetişmelerinde ve terbiyelerinde, ilkeli bir duruş kazanmalarında büyük hizmet veren Ahilik teşkilatı sayesinde bu alanlarda fevkalade etkin ve başarılı olmuşlardır. Ahilik teşkilatının Osmanlıların kuruluş ve yükselme döneminde askeri ve politik bakımdan da etkin olduğu ifade edilmektedir.

Ahilik; insanları "en şerefli varlık" olarak kabul eder ve bu anlayışla ahilerin din, dil, ırk, renk ve cinsiyet ayrımı gözetmeksizin herkese adil davranmalarını prensip olarak kabul etmektedir. Ahiler, usta yanında çalışan çırak ve kalfalara ileride bir iş yeri temin etme, onları bağımsız ve ehil bir esnaf olacak şekilde yetiştirmeyi gaye edinmiş kişilerdir. Her ahi birliğinin işine saygı göstermekte, aralarında dayanışma ve yardımlaşma yapmaktadır. Ahilerin ekonomik yapılanmaları da kendi insancıl ahlak anlayışına uygundur (Cabbar, 2006).

Kaliteli üretim yapma, haksız kazanç sağlamama, kendini işinde iyi yetiştirme, iki yüzlü olmama, komşusuna destek olma, dayanışma gibi günümüzde çok az geçerliliğini gösteren bir çok ticari ve girişimcilik ilkesi o dönemlerin bir ürünüdür (Cabbar, 2006).

Ahilik kültürü sayesinde Türk toplumunda bir karakter özelliği olarak gelişen dürüstlük, birbirine güven, sözünde durma, hoşgörü, sevgi ve saygı, adil davranma, işbirliği, sosyal sorumluluk gibi erdemlerin, girişimcilik kültürünün ve iş ahlakının oluşmasında önemli etkileri olmuştur. Ancak Osmanlı İmparatorluğunda, ticaretten uzaklaşmış, adeta bir iş bölümüne gidilmiş ve Türkler daha çok tarım, hayvancılık, askerlik, devlet kademelerinde görev alma gibi pozisyonlarda görev alırken, ticaret Rum, Ermeni, Yahudi vb. azınlıklar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple Türkler yaklaşık yedi sekiz nesil boyunca ticaretten uzakta kalmış olup bu durum Türklerde girişimcilik kültürünün pek gelişmemesine neden olmuştur.

Osmanlı İmparatorluğunda bütün okur yazar takımı tanzimattan sonra ıslahat dönemleri dahil devlet kapısına girmiştir. Esnaf dış rekabete dayanamamış, bir direnç göstermemiştir. Çünkü, gedik hakkına sahip oldukları dükkanları büyük kiralarla yabancı mal satanlara devretmişler, rantiye olmuşlardır. Bir başka olay ise; Hıristiyanlar kısa zamanda Batı ticaretinin uzantısı olmuşlardır. 1838 ve 1839'da yapılan ticaret anlaşmalarında, gümrük resmi ile beraber yabancılara çok büyük bir imtiyaz verilmiştir. "Serbest dolaşım imkanı" hem yabancılara, hem de onların ortaklarına verilmiştir. Hıristiyanlar kısa zamanda yabancıların ortağı olmuştur. Türk Müslümanlar olamamıştır (Aşkın vd., 2011).

Ülkemizde, iş hayatında iki yüz yaşını aşan yalnızca üç işletme mevcuttur;

- Cağaoğlu Hamamı 1741,
- Ali Muhittin Hacı Bekir 1777,
- Çukurova Gıda Sanayi 1783.

1800-1900 yılları arasında kurulmuş, 100. Kuruluş dönemini arkada bırakmış Türk şirketleri ise şöyledir;

- İskender Kebapçısı 1867,
- Kuru Kahveci Mehmet Efendi ve Mamulleri 1871,
- Vefa Bozacısı 1876,
- Komili 1878,
- Pera Palas 1868,
- Hacı Şakir 1887 (Koç, 2005).

### Cumhuriyet Sonrası Dönemi:

Cumhuriyet idaresinin devraldığı Türk ekonomisindeki birkaç dokuma fabrikası, iki çimento fabrikası, Zonguldak kömürleri, Soma linyitleri, Ergani bakır madeni, Keçiborlu kükürtleri gibi az sayıdaki kuruluştan madenlerin çoğu ve mevcut demiryollarının yabancı sermaye tarafından yönetilmekte olduğu ve hakim banka konumunda bulunan ve Merkez Bankası fonksiyonlarını yerine getiren Osmanlı Bankasının da yabancı sermayeli bir kuruluş olduğu belirtilmektedir.

Araştırmalar incelendiğinde Cumhuriyet dönemi ve sonrası için girişimcilik faaliyetleri aşağıdaki gibi gruplandırılabilir:

- 1923 – 1930 Yılları Arası Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin Ekonomisinin Kuruluşu
  - 1930 – 1950 Yılları Arası Devletçilik Politikası İzlenen Dönem
  - 1950 – 1970 Yılları Arası Planlı Dönem
  - 1970 – 1980 Yılları Arası İthalat İkamesi Dönemi
  - 1980 – Sonrası Serbest Piyasa Ekonomisine Geçiş ve Dışa Açık Büyüme Dönem
- 1923 – 1930 Yılları Arası Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin Ekonomisinin Kuruluşu:

Bu devre, cumhuriyet ilan edilmeden 9 ay önce toplanan İzmir İktisat Kongresi ile 1930 buhranına kadar olan dönemi kapsamaktadır. O dönem, Osmanlı İmparatorluğundan Genç Türkiye Cumhuriyeti'ne kalanın, savaş nedeniyle tükenmiş sermaye ve insan kaynakları, yüksek miktarda dış borç ve yeniden yapılanması gereken bir ülke olduğu görülmektedir. Bunun yanında iç ve dış ticaretin de yabancılar ve ortaklarının elinde olduğu bilinmektedir. Bu sebeplerle öncelikli hedef, ülkenin yapılanması ve ekonomik anlamda kalkınması olarak şekillenmiştir.

Çok büyük engeller ortadan kaldırılarak, adeta yoktan var edilen Türk Devletinin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün ilkeleri: Siyasal yönden tam bağımsız bir Türkiye, ekonomik alanda hızlı bir kalkınmaydı. Siyasal yönden tam bağımsızlık ilkesinin gerçekleştirilmesinin ancak hızlı bir ekonomik kalkınmayla mümkün olabileceğini gören Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucuları, bu amaca ulaşmak için ülkenin kalkınma potansiyelini harekete geçirmek ve Türk ekonomisine dinamizm kazandırmak konusunda kararlı idiler. Ülkenin ekonomik kalkınmasını hedefleyen ve 17 Şubat – 4 Mart 1923 tarihleri arasında toplanan İzmir İktisat Kongresi'nde bu yönde önemli kararlar alınmıştır (Koç, 2005).



Kongrede ekonomi ile ilgili bütün grup ve kişiler bir araya gelmiştir. Bu kongre 12 maddelik “İktisat Misakı” esaslarını kabul ederek TBMM başkanlığına ve hükümete vermiştir. Bu misakın üçüncü maddesi şöyledir; “Türkiye halkı tahrip yapmaz imar eder. Bütün bu çalışmalar ekonomik bakımdan memleketi yükseltme amacını güder”.

#### I. Türkiye İktisat Kongresinin Girişimcilik Hedefleri;

- Himayekar bir gümrük sisteminin tesisi,
- Türk gemilerine kabotaj hakkı,
- Büyük sermayeli milli bir tedavül bankası kurulması,
- Yabancı sermaye ile bu sermayenin memleket için zararlı olmayacak şekillere girmesinin temininden sonra işbirliği yapılması,
- Vergi reformu,
- Ticaret ve sanayi odalarının ekonomik ve ticari konularda görüşlerinin alınması,
- Devletin özel sektöre öncülük edeceği KİT’leri açması.

Bu kararların temelinde “Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve işadamları insanlar oluşturma” gayreti vardır. Nitekim bu dönemde yabancıların çeşitli alanlardaki hakimiyetlerine son verilmeye çalışılmış ve girişimciliği teşvik etmek amacıyla bir dizi önlem alınmıştır. Yine bu dönemde özel girişimcilikten çok kamu girişimciliği yapılmıştır çünkü 1929 yıllarında yaşanan ekonomik kriz ABD ve Avrupa ile beraber Türkiye Cumhuriyetini de etkilediğinden devlet müdahaleciliği ön plana çıkmıştır. Bu sebeple Sümerbank, Etibank, Merinos gibi kuruluşlar faaliyete geçirilmiştir. Bu kuruluşlar özellikle sanayinin gerektirdiği yönetici, mühendis ve nitelikli elemanların da yetiştiği bir tür okul olmuştur. İstiklal Savaşından çıkmış olması ve ülkede eğitilmiş nüfusun az olması girişimcilik alanında etkin bir yere gelmesini geciktirmiş, yine de özellikle 1930’lu yıllarda ekonomik gelişim önemli aşamalar kaydetmiştir.

#### 1930 – 1950 Yılları Arası Devletçilik Politikası İzlenen Dönem:

Bu dönem, sermaye ve girişimci yetersizliği ile yaşanan ekonomik kriz yüzünden özellikle özel sektörün yetişmediği alanlarda devletin yatırım yapmasının amaçlandığı dönemdir.

1930’lu yıllar, Türk ekonomisinin bugünkü biçimini almasında etkin bir rol oynayan ve bugünde uygulanmakta olan “Karma Ekonomik Modelin” uygulama sürecinin başladığı dönemdir (Cabar, 2006).

Yine bu dönemde mali güçlüklerle rağmen bazı yabancı şirketler satın alınarak millileştirilmiştir. Kırım’dan, Makedonya’dan, Arap Ülkelerinden, Asya’nın bazı

bölgelerinden gelen göçmen Türkler edindikleri üretim kültürünü Türkiye'ye taşımışlardır. Örneğin, bugün ülkemizdeki tarım makinelerinin üretiminde Tatar asıllı Türklerin Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve atla çekilen orak makinelerinin payı vardır. Duvar ustaları da Macaristan ve Romanya göçmenleridir (Cabar, 2006).

Bunun dışında, bu dönem ekonomiyi harekete geçirme, hızlandırma, yönlendirme, sanayi kurma ve tarımı diriltme dönemi olmuştur. Özel girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin yaygınlaşmasıyla birlikte girişimcilikte hızlı bir gelişme yaşanmıştır (Aykan, 2002).

1932 yılı temmuzundan itibaren devlet öncülüğünde başlatılan sanayileşme hareketi, oldukça başarılı sonuçlandırılmıştır. Cumhuriyet tarihinin hiçbir döneminde sanayi sektörü, 1930 – 1939 dönemindeki büyüme hızına ulaşamamıştır (Çevik, 2006).

Yine bu yıllarda ilk defa hazırlanan birinci, ikinci, üçüncü beşer yıllık sanayi planları olmuştur. Ancak İkinci Dünya Savaşının bu döneme rastlaması neticesinde girişimcilik açısından pek bir ilerleme kaydedilememiştir. 1940 yılında çıkarılan Milli Korunma Kanunu ve 1942 yılında çıkarılan Varlık Vergisi Kanunu, genel olarak arz talep dengesizliğini önlemek, karaborsacılığın önüne geçmek, haksız kazanç elde eden bazı azınlıklardan vergi alınması gibi hedeflere hizmet etmiştir. Varlık Vergisi Kanunu sermayenin el değiştirmesine yardımcı olmuş ancak tam olarak halkın problemini çözmemiştir.

1950 – 1970 Yılları Arası Planlı Dönem:

Araştırmalarda belirtildiğine göre bu dönemde sanayileşmede özel sektör ön plana çıkarken devletçilik olgusu reddedilmiştir. Buna paralel olarak bu dönemde iktidara gelen Demokrat Parti de, devletin ekonomideki payının küçülmesini hedeflemiştir.

1950'li yıllar, ekonomide liberalleşme eğilimlerinin ön plana çıktığı yıllar olmuştur. Tarıma ağırlık verilmesinin yanı sıra, altyapı yatırımlarında da artış görülmüştür. Türkiye'deki işletmelerin %96,8'i 1950 yılından sonra kurulmuştur (Arıkan, 2013).

Özel girişimin sanayideki payının %70'e çıkması ise bu dönemde görülen bir diğer kayda değer gelişmedir (Koç, 2005).

1960-1970 yılları arasında Türkiye'de özel girişimcilik gelişme göstermiştir. Bu dönemde üretim artışı temel bir hedef olarak belirlenmiştir. Bununla beraber 1970'li yılların girişimcilerinde şu temel nitelikler ortaya çıkmıştır;

- Çoğu yurtiçi ve yurtdışında yüksek öğrenim görmüş insanlardır,
- Var olan geleneksel mal üretimini bir ileri aşamaya götürmek amacındadırlar,

- Üretim hırsı temeldir. Yatırımın diğer boyutları olan yönetim felsefesi, verimlilik, kalite ve uygun fiyat ilkelerini pek düşünmemektedirler (Aşkın vd.,2011).

1970 – 1980 Yılları Arası İthalat İkamesi Dönemi:

Araştırmalarda 1970’li yıllarda devletin girişimcilere sağladığı teşviklerin arttığı bunun da girişimci sayısını artırdığı ifade edilmektedir. Bu dönemde, girişimcilerin eğitilmiş olduğu ve hedeflerinin ise geleneksel üretim felsefesini bir adım öteye taşımak olduğu belirtilmektedir.

Ayrıca bu döneme adını veren ithal ikamesi politikası yaygınlaştırılmıştır. Kamu yatırımları azalırken özel sektör girişimleri artmıştır.

Devamında 1980 yılına kadar olan süreçte ise girişimcilik olgusu çeşitli olaylar sonucu olumsuz etkilenmiştir. Bu dönemde üç askeri darbe, iki reform hükümeti ve çeşitli koalisyonlar ve bunlara ilaveten I. ve II. petrol şokları belirsizlik ortamı yaratmıştır (Çevik, 2006).

1980 – Sonrası Serbest Piyasa Ekonomisine Geçiş ve Dışa Açık Büyüme Dönemi:

1980 yılı ile birlikte Türkiye’de girişimcilik hızlı bir ilerleyiş kaydetmiştir. Bu dönemde alınan 24 Ocak kararlarında serbest piyasa ekonomisinin devreye sokulması ile ithalata yönelik ithal ikamesi kalkınma stratejisi terk edilmiş ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir.

İhracat kampanyaları ile dışa açılmaya yönelik yapısal tedbirler alınmış ve bu tedbirler neticesinde 1980 – 1990 arası ihracattaki ortalama büyüme oranı %18,2 olarak kaydedilmiş olup, ihracat hacmi dört kat büyümüştür (Arıkan, 2013).

Bu dönemde pek çok yeni ekonomik politika belirlenmiştir. Bunlarla devletin piyasa işleyişine karışmaması sadece düzenleyici bir rol oynaması ve bu sayede ekonominin özel sektör öncülüğünde doğal bir gelişim göstermesi hedeflenmiştir. Bu politikalar, mal ve hizmet piyasasında var olan 2 ayrı fiyatlama durumunu ortadan kaldırılıp her birine tek bir fiyat belirlenmesi, kalite ve verimliliğin ön plana çıkarılması ve Türk parasının döviz karşısında fiyatının belirlenmesi gibi değişiklikleri içermiştir. Ancak tüm bu değişikliklerle ulaşılmak istenen sonuca ulaşılamamış, devlet denetimi tümüyle ortadan kalkmamıştır. Yine de girişimciliğin özendirilmesi noktasında başarılı olunmuştur.

Araştırmalara göre, Türkiye’de 1990’lı yıllarla birlikte özellikle genç ve orta kuşak arasında girişimcilik eğilimi artmıştır. Serbest piyasa ekonomisine geçilmesi ile birlikte Türk girişimciler dünyaya açılmış ve oluşan rekabet sonucu yeni bir girişimci tipi

oluşmuştur. Bu önemli gelişme sonucu piyasada, eskisinden daha güçlü, teknolojik gelişmelere duyarlı, kalite ve verimlilik konularını ön planda tutan, çeşitli sorularla bireysel gelişimine katkıda bulunan girişimciler var olmuştur. Pek çok başarılı girişime imza atılmıştır. Bu sayede 5 Nisan 1994 krizinin de başarı ile atlatıldığı araştırmalarda belirtilmektedir. 1996 yılında Gümrük Birliği'ne girilmesi ile pek çok kötümser tablo ortaya atılmış, bu durumdan özellikle KOBİ'lerin etkileneceği düşünülmüştür. Ancak KOBİ'ler rekabet güçlerini de arttırarak yollarına devam edebilmişlerdir. 1998 yılında Asya'da başlayan ve Rusya'da devam eden ve dünyanın hemen hemen tüm ülkelerini etkileyen krizde Türk ekonomisi de önemli ölçüde etkilenmiştir. Girişimciliğin de bu kriz nedeniyle etkilendiği ve çoğu yatırımın yavaşladığı veya durduğu görülmüştür.

Girişimcilik, Mart 2001'de Türkiye'de yaşanan devalüasyonlarla da çok büyük bir sekteye uğrasa da dünya ve Türkiye ölçeğinde araştırma yapan GEM'in (Global Entrepreneurship Monitor) 2011 raporuna göre 2006 yılında Türkiye Girişimcilik Aktivitesi %6,1 iken, 2011 yılında bu oran %11,9'lara çıkmıştır. Türkiye'deki potansiyel girişimci oranı 2006 yılında %2,2 iken, 2011 yılında %6,3'e çıkmıştır. Yine, 2006 yılında %4,0 olan yeni girişimci oranı da 2011 yılında %6,0'ya yükselmiştir.

GEM 2012 Raporuna göre, dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinden olan Çin, Rusya ve Güney Afrika gibi ülkelerde 2012 yılında erken girişimcilik faaliyetlerinde azalmalar varken, Türkiye, erken girişimcilik indeksi açısından araştırmaya katılan 30 etkinlik güdümlü ekonomi arasında 17. sırada yer almıştır. Son 12 aydır girişimcilik faaliyeti yapmayı planlıyor ya da yeni bir girişimcilik faaliyetine başlamış kişilerin 18-64 yaş arası yetişkin nüfusa oranı, 2006 yılında % 6,11 iken, 2012 yılında % 12,22'lere çıkmıştır. Kuruluş aşamasında olan girişimcilerin, 18 – 64 yaş arasındaki yetişkin nüfusa olan oranı, 2006 yılında % 2,2 iken, 2012 yılında bu oran %7,25'e çıkmıştır. Yani, 2012 yılında daha fazla kişi, son bir senedir, yapmayı düşündüğü bir iş için para biriktirmeye başlamak, yer aramak, bir kuruluş kadrosu oluşturmak, iş planı üzerinde çalışmak gibi hazırlıklar yapmıştır. Bu artışla Türkiye, etkinlik güdümlü ekonomilerin ortalaması olan %7,82'ye yaklaşmıştır.

Yine GEM 2012 Raporuna göre, uluslararası karşılaştırma yapıldığında, Brezilya hariç, diğer BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika) ülkelerinde kuruluş aşamasındaki girişimcilik faaliyetlerinde düşüş olmuştur. Çin'de 2011 yılında %11 olan bu oran, %5,45'e düşmüştür. Piyasada 3.5 seneden fazla süreden beri girişimcilik faaliyetinde bulunmuş kişilerin, yetişkin nüfus içindeki oranını gösteren bir indeks olan

Kurumsallaşmış girişimcilik indeksi, Türkiye’de 2011’de % 7,96 iken, 2012’de % 8,68’e çıkmıştır. Erken dönem girişimcilik faaliyetlerinin sürekliliğinde, yani 3.5 yıldan daha fazla piyasada faaliyette bulunmayı başaran girişimci sayısında artış olmuştur. Uluslararası karşılaştırma yapıldığında, BRICS ülkeleri arasında, Rusya’da kurumsallaşmış girişimcilik faaliyetleri 2011 yılında %4,34 iken, 2012 yılında %2,05’e düşmüştür. Diğer BRICS ülkeleri olan Çin ve Güney Afrika’da düşüşler, diğer indekslere göre az olmuştur. Buna karşılık, Brezilya’da bu oran 2011 yılında %12,23 iken, 2012 yılında %15,19’a yükselmiştir.

Avrupa’da krizin etkisinin en fazla hissedildiği 2012 yılında Türkiye’de girişimci sayısı hızla artarken, girişimcilik notu %12,22’ye yükselmiştir (URL-4, 2014).

Tüm bu tarihi gelişim süreci incelendiğinde, Türkiye’nin her ne kadar başlangıçta oluşturulmakta geç kalınmış bir girişimcilik profili olsa da, genç bir ekonomiyken attığı adımlarla günümüze varlığını taşıyabilmiş olması, bazı krizlerden başarılı bir şekilde ve kapatılamayacak yaralar almadan kurtulması, devletin teşvik amaçlı yürüttüğü politikalar, artık özellikle genç ve orta yaş grubunun girişimcilik konusunda “girişken” olması, girişimcilerin sorumluluklarını farkında olmaları, kalite ve verimliliğe önem vermeleri bu konuda daha çok yol alınabileceğini ve pek çok başarıya ulaşılabileceğini göstermektedir.

## **1.5. Girişimci Olma Nedenleri ve Girişimciliğin Önemi**

### **1.5.1. Girişimci Olma Nedenleri**

Girişimcilik pazardaki fırsatların iş fikrine dönüştürülerek yeni iş ve işletmelerin oluşturulduğu dinamik bir süreçtir. Bu sürecin en önemli unsuru olan girişimcinin çeşitli nedenlerle girişimcilik yaptığı görülmektedir. İnsanları girişimci olmaya yönelten sebeplerden bazıları şunlardır:

- Kâr elde etme isteği,
- Bağımsız çalışma isteği,
- Kişisel tatmin sağlama isteğidir.

Rogoff’a göre insanlar ya istedikleri için ya da mecbur kaldıkları için girişimci olurlar. Birinci grup ilgileri, peşinden koştukları hayalleri, yaşamak istedikleri bir yaşam stili olan insanlardan; ikinci grup ise fırsatlarını sınırlayan ekonomik durumlar yüzünden iş sahibi olamayan insanlardan oluşur. İş yerinde fark gözetilmesiyle karşı karşıya kalan,

eğitim, para, kredi, iş ağı gibi bireysel kaynaklardan yoksun olan insanlar da ikinci gruba giren girişimcilerdir (Tanoğlu, 2008).

Bu nedenler daha ayrıntılı olarak incelendiğinde insanları girişimciliğe y6nelten başka sebeplerde bulunmaktadır, bunlar:

- Başkalarından emir almak yerine kendi işinin patronu olmayı seşmek,
- Bir fikir ya da d6şünceyi geliştirerek kendi işinin patronu olmak,
- İstediği bir işte çalışabilmek,
- Tanınma ve saygınlık kazanma isteği,
- Daha çok para kazanma ve refah içinde yaşama isteği (Kendi işinin patronu olan bir insan başkalarının yanında kazandığından daha fazla para kazanabilir.),
- Başka insanların g6remedikleri ya da keşfedemedikleri, uğraşamadıkları işleri bulup bu fırsattan yararlanabilmek için bir iş yeri, ofis, b6ro kurmaktır.

### 1.5.2. Girişimciliğin 6nemi

Değişen d6nya d6zeni içerisinde, başta insanların ve 6lkelerin ihtiyaçları da bu değişim paralelinde gelişmekte ve artmaktadır. Hemen her alanda artan sınırsız ihtiyaçları karşılmak ise kaynakların sınırlı olmasıyla g6n geçtikçe zorlaşmaktadır. 6zellikle ekonomik ve teknolojik anlamda rekabet artmakta, devletler için toplumlarının refahını ve hayat standartlarını korumak da g6leşmektedir.

İnsanlar gereksinim duydukları 6r6n ve hizmetlerin tamamını veya bir kısmını kendi başlarına 6retemeyeceklerinden t6m bu ihtiyaçların insanlar adına 6retilmesi ve bu bağlamda yapılan her t6rl6 ekonomik, fiziksel faaliyetleri de içeren işlemlere 6retim denir. 6retimin gerçekleşmesi için gerekli olan 6retim fakt6rleri işg6c6, doğal kaynaklar ve sermayedir. T6m bu fakt6rleri bir araya getiren ise girişimcidir. Bu noktada girişimci 6retimin gerçekleşmesi, daha genel anlamda ise bir 6lkenin ekonomik, toplumsal, teknolojik alanlarda kalkınması ve gelişmesi için en 6nemli bileşenlerden biridir. Zira girişimcilik faaliyetlerinin arttığı bir 6lkede yeni iş alanları açıldığından istihdam problemi de giderek azalır.

6lkeler arasındaki sınırların 6neminin azalması, iletişim ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler sayesinde her t6rl6 değerin d6nya çapında yayılması gibi durumlarla ortaya konan k6reselleşme olgusu, temel 6retim fakt6rlerinden biri olan girişimciliğin b6y6k 6nem kazanmasına yol açmıştır. Doğal kaynakların d6ř6ncesizce t6k6tildiği, bilginin hızla

eskidiği, insanların isteklerinin çoğaldığı günün Şartlarında, girişimcilik ekonomik büyüme ve kalkınmanın itici gücü haline gelmiştir (Karabey ve Bingl, 2010; Çelik, 2013).

Ayrıca girişimciliğin bu denli önem kazanmasının nedeni olarak, 1970’li yıllarda kendini gösteren petrol sorunu ve Asya’da yeni şirketlerin ortaya çıkararak batılı şirketleri rekabet bakımından zorlaması gösterilebilir. Son yıllarda istihdam sorunun artması, değişen ekonomik yapılar, ekonomi ve işletme alanında yeni teorik gelişmelere sebebiyet vermiş ve girişimcilik de bu sayede genel kabul grmştir. Bu döneme kadar özellikle küçük işletmelerin öneminin anlaşılmadığı araştırmalarda vurgulanmaktadır. Ancak bahsi geçen 1970’li yıllarda yaşanan krizler sonucunda küçük işletmelerinde girişimcilik adına önemi artmıştır.

Yaşanan bu sorunlarda, büyük işletmelerin talep değişimlerine, aynı zamanda var olan hızlı teknolojik gelişmelere yetişme konusunda sıkıntı yaşamaları, küçük işletmelerin ise hiçbir direnç göstermeden koşullara kolaylıkla adapte olabilmeleri, büyük işletmelerin hızını kesmiş odak noktasının küçük işletmelerin varlığına çevrilmesini sağlamıştır. Bu noktada girişimcinin de önemi artmıştır, çünkü bu küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri kuran girişimciler yeni girişimleriyle sağladıkları istihdam ve verimlilik ile ekonomik kalkınmada söz sahibi olmuşlardır.

Girişimciliğin önemini, özellikle üç alan için vurgulamak mümkündür. Bunlar (Şahin, 2006):

- Yenilikçilik-icatılık,
- Yeni işletmelerin doğması-büyümesi,
- Yeni iş alanları yaratmadır.

Girişimcilik durgun ekonomileri harekete geçirmeyi sağlayan bir çıkış yoludur.

Mevcut ve bilinen iş alanları, üretim kaynakları girişimcilerle bambaşka boyutlar kazanabilir. Girişimciler yeni tedarik kaynakları, yeni ürünler, yeni satış pazarları bulabildikleri gibi mevcut üretim araçlarının ve üretim girdilerinin farklı Őekillerde kullanımını sağlayıp üretimi artırırlar. Sonuçta girişimcilerin, ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde ve istihdam yaratılmasında kilit bir rolü vardır.

## 1.6. Girişimcilik Türleri

Girişimci kavramı ortaya çıktığından beri ortak bir fikirle tanımlanamadığı gibi girişimcilik türleri de bir çok farklı bakış açısı ile farklı kategorilere ayrılmaktadır. Bu durumun nedenleri arasında, araştırmalara katılan girişimcilerin farklı özellikleri olması, çalışmalarda izlenen yolların ve belirlenen kıstasların farklı olması gibi maddeler söz konusudur. Bu çalışmada araştırmalarda en çok rastlanan girişimcilik türlerine yer vermeye çalışılmıştır. Sonuçta elde edilen 8 girişimcilik türü şu şekildedir:

1. Fırsat Girişimciliği
2. Yaratıcı Girişimcilik
3. İç Girişimcilik
4. Girişimci Girişimciliği
5. Özel-Kamu-Karma Girişimcilik
6. Yenilikçi Girişimcilik – Takipçi Girişimcilik
7. Chicken Modeli
8. Kurumsal Girişimcilik

### 1.6.1. Fırsat Girişimciliği

Bu girişimci tipi geleceğe dair öngörülerle, karlı olabilecek alanlara yatırım yapan kişi olarak tanımlanır (Küçük, 2005). Fırsat girişimcisi orta sınıf bir geçmişe sahip, daha geniş bir eğitim almış, yönetim deneyimi olan, yeni fırsatları görebilen çok yenilikçi ve çok çeşitli stratejiler geliştirebilen, çok çeşitli finansal kaynaklar kullanan bir girişimci çeşididir (Rauch ve Frese, 2000; Cici, 2013).

Fırsat girişimciliği özellikle iki şekilde oluşur, girişimci;

- Mevcut veya hedef pazarlarda ekonomideki pozitif yönlü hareketler neticesinde pazarlarda genişleme meydana geldiyse ve girişimci bunu bir fırsat olarak algılasa bu alanda yatırım yapar.
- Veya kriz nedeniyle pazara mal sunulamaması ya da pazarın istediği uygun fiyat ve kalitede mal sunulamaması ile ortaya çıkan fırsatları değerlendirmeyi öngörmeleri ile bu alanda yatırım yapar.

Fırsat girişimcisi risk tercihini uzun dönemli olarak kullanmayı tercih eder. Fırsat girişimcisi mevcut kaynakları iyi kullanarak işlerini yürüten ve çalışma imkanlarını yaratan girişimcilik türüdür (TÜSİAD, 2008).



### 1.6.2. Yaratıcı Girişimcilik

Girişimci yenilik yaratır. Yenilik, kaynakları yeni bir zenginlik yaratma kapasitesi ile donatan bir süreçtir (Akyüz vd., 2006). Yaratıcılık, yeniliğin temelidir. Yaratıcı girişimcilik, yeni bir fikir veya buluşu ya da mevcut olan bir mal veya hizmetin tasarım, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara sunulmasıdır (Küçük, 2005; Tek, 2008).

Yaratıcı girişimcilik, pratikte olmayan bir şeyden bir sonuç yaratma ya da üretme sürecidir. Yaratıcı girişimci aynı zamanda değer üreten kişidir. Yaratıcı girişimcilik ortaya konulan yenilik, fark ve yeni oluşumları içerdiği için eşsiz ve özgün bir tavidir (Yeniçeri, 2005; Göçmen, 2007). Yaratıcı girişimcilik, olağan ve olağan dışı koşullarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak, detayları düşünebilen, planlayan, yürüten ve sonuç alan kişidir (Özkul, 2008).

### 1.6.3. İç Girişimcilik

İç girişimcilik fırsatları fark etme süreci ve artı değer yaratmak için üretim faktörleri arasındaki işlemleri yaratıcı bir şekilde organize etme faaliyetidir. İç girişimcilik ile örgütte çalışan her bireyin girişimci gibi düşünmesi amaçlanmaktadır (Göçmen, 2007).

İç girişimcilik en sık rastlanan girişimcilik türüdür denebilir. İç girişimci birey çalıştığı kurumda bizzat girişimci olmasa da bir girişimci gibi kazançlı fırsatları kollar, yenilikçi fikirler üretir ve bununla kalmayarak fikir ve projelerini çalıştığı işletmenin gücünü de artıracak şekilde faaliyete dönüştürür.

Çalışanları ve kuruluşları iç girişimciliğe iten nedenler şunlardır:

- Kuruluşların iş hacmini küçültmeden personel kadrosunu küçültmek,
- Kamu kuruluşlarını özelleştirebilmek için rasyonalize etmek,
- İnsanların kendi işlerinin sahibi olmaları durumunda daha verimli çalışmalarını,
- İç girişimciliğin, kendisine yardımcı olan kuruluşun yanı sıra başka kuruluşlara da üretim yapması dolayısıyla;
- Maliyetlerinin düşmesi,
- Kalitenin yükselmesi,
- Bir kuruluş yerine daha çok üretim yaptığı için işini kaybetme riskinin azalması,
- Çalışanların bu yolla kendilerini daha özgür hissetmeleri (Birçek, 2008).

#### **1.6.4. Girişimci Girişimciliği**

Daha önce girişimcilik tecrübesi olan, işletmesini satmış bireylerin, özellikle hızla büyüyen ve gelişen sektörlerde, bu sektörlere yeni girmiş ve tecrübesiz olan girişimcilerin ayakta kalabilmelerine yardımcı olmaları; bu yeni girişimleri satın almaları, bilgilerini ve tecrübelerini yeni girişimcilere aktarmaları, girişimi belirli bir olgunluğa ulaştırmaları ve uygun gördükleri anlarda satmaları döngüsünü içeren girişimci girişimciliği ortak iş yapma kültürüne olumlu katkıları olan bir girişimcilik türüdür.

#### **1.6.5. Özel – Kamu Girişimciliği**

Kamu girişimcileri adından anlaşıldığı üzere siyasi otoritenin kararlarına bağlı bir şekilde çalışırlar. Bütçe lemede kısıtlama fazladır. Özel girişimcilikte tüm teşebbüs şahıslara ait olup; kendine ait kaynakları ve parasını kullanarak girişimde bulunulmasıdır. Karma girişimcilikte de yarı özel yarı kamu sermayesi bulunan girişimler faaliyet göstermektedir.

#### **1.6.6. Yenilikçi – Takipçi Girişimcilik**

Yenilikçi girişimci, pazarlardaki değişimleri izleyerek yeni fikir veya yeni pazar arayışında bulunan kişidir. Yeni mal-hizmet tasarlar ve pazarlara bunlarla girerler, yaşanan değişimler doğrultusunda tasarımlarını sürekli yenilerler.

Takipçi girişimci sadece pazardaki gelişmeleri izlemekle yetinir. Bir bakıma taklit durumu söz konusudur. Yenilik üretmeyip, üretilen ve başarılı olan örnekler taklit edilir.

#### **1.6.7. Kurumsal Girişimcilik**

Büyük veya küçük işletmelerin, kendi aralarında küçük girişimcileri organize ederek oluşturdukları girişimcilik çeşididir. Burada iki amaç vardır; ilki, ekonomik koşullar nedeni ile zorlanan KOBİ'lere destek olmak ve devamlılıklarını sağlamak, ikincisi ise yeni girişimlerin kurulmasını sağlamaktır.

Girişimcilerin artık her şeyi kendileri tek başlarına üretecek entegre tesisler kurmak yerine; daha küçük parça, set ve diğer işler için bağımsız küçük girişimcileri teşvik ederek, koruyarak, yönlendirerek, teknolojik destekler vererek, iş birliği yaparak birlikte çalışan,

riski azaltıp faydayı maksimize etmeye çalışan bir girişimciliktir (Top, 2006; Göçmen, 2007).

Adam ve Wortmen kurumsal girişimciliği “yeni bir ürün, hizmet tanıtmak veya yeni bir pazar yaratmak veya yeni bir teknolojiden yararlanmak için ayrı kurumsal organizasyonların kurulması” şeklinde tanımlarken Von Hippel “... bir kurum için yeni işletmelerin yaratılmasına çalışılan bir faaliyettir” şeklinde tanımlamaktadır (Tanoğlu, 2008).

### 1.6.8. Chicken Modeli

Chicken modeline göre girişimcilik; talep, hükümetin etkisi, özel sektörün etkisi ve siyasi etkinin sonucu oluşmaktadır. Bu etkilerin içinde arz bulunmamaktadır. Bunun nedeni, girişimcinin talebe, bu talebi karşılayacak arzı sağlayarak tepki verdiğinin düşünülmesidir. Yani girişimci yeni bir ürün belirler ve yeni ürünün arzını kabul edecek bir pazar oluşturur. Girişimciliği oluşturan bu dört etkinin sonucu olarak açık pazar girişimciliği, kısmi devlet destekli girişimcilik ve tam devlet destekli girişimcilik şeklinde üç girişimcilik türüne ulaşılır.

Açık Pazar girişimciliği, ürünlerin alım-satımının açık pazarlarda yapıldığı bir girişimcilik türüdür. Bu tür girişimciler hayatta kalmak için kar etmek zorundadırlar. Kısmi devlet destekli girişimcilik ise ulusal ve uluslar arası pazarlarda faaliyet göstermekte olup bazı desteklere tabi bir girişimciliktir. Burada hükümet politikaları pazarları etkilemekle beraber, yine de bu tür girişimciler kar etmek zorundadırlar. Son olarak devlet destekli girişimcilik ise, kâr etme zorunluluğu olmayan ve faaliyetleri hükümetlerin sağladığı fonlara bağlı olan bir girişimcilik türüdür (Kurt, 2002).



Şekil 2. Chicken modeli

### 1.7. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimcilerin, yenilikçi, üretken, risk alabilen, geleceği öngörebilen, fırsatları en iyi şekilde değerlendirebilen yapıları kişiye özgü karakteristik özelliklerle bağdaştırılırken, son zamanlarda tüm bu özelliklerin girişimci bireyin içinde bulunduğu toplumun sosyal, ekonomik ve kültür yapısı tarafından da etkilenip şekillenebileceğini ortaya koyan araştırmalar yapılmaktadır. Sonuçta girişimci bireyin kendiliğinden sahip olduğu girişimci özelliklerin aile ve toplumsal davranış biçimleri, alınan eğitimin kalitesi ve düzeyi ile de olumlu veya olumsuz yönde etkilenebileceği belirtilmektedir.

Bir girişimci için girişime başlama kararı, süregelen bazı alt kararlar almayı gerektirir. Bu kararlar (Çevik, 2006):

1. Var olan hayat koşullarını ve yaşam tarzını terk etme,
2. Girişimci olma arzusuna sahip olduğu konusunda karar verme,
3. Hem iç, hem de dış faktörlerin, girişimci olmak için imkan sağladığı konusunda karar verme.

Bireyleri girişimciliğe iten nedenler üzerinde durulan konulardan en önemlisidir denebilir. Araştırmalarda bu faktörlere ilişkin ilk yorumların klasik iktisat anlayışını benimsemiş ekonomistlerden geldiği belirtilmektedir. Klasik iktisatçılara göre kar ve ekonomik fayda elde isteği yani bireysel çıkarların üst seviyede olması girişimcilik için en temel dürtüdür (Cici, 2013).

Girişimciliği ortaya çıkaran dürtülerin araştırıldığı çalışmalardan çıkan bir diğer sonuç ise girişimcilik için ekonomik güdülerden ziyade psikolojik etmenlerin daha etkili olduğu inancıdır (Johnson, 2001; Cici, 2013).

Bahsi geçen kararları verirken ise araştırmalarda sıklıkla işlenen, girişimcinin etkilendiği faktörleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

#### 1. Demografik Faktörler:

- Yaş
- Cinsiyet
- Eğitim
- Medeni durum

#### 2. Sosyal Faktörler:

- Aile
- Toplum

- Kültür
- 3. Diğer Faktörler:
  - Ekonomik yapı
  - Yasal ve politik yapı

### 1.7.1. Demografik Faktörler

Yaş:

Yapılan pek çok araştırma, kişinin yaş dönemleri ile girişimcilik eğilimi arasında mevcut bir ilişki olduğunu göstermektedir. Araştırmalarda, ortak olarak, 22 – 55 yaşları arasında kişilerin girişimcilik kariyerine başladıkları belirtilmiştir. Bu yaş aralığı dışında da bir teşebbüste bulunmak mümkün olsa da girişimcilik için gerekli olan yüksek enerji ve finansal destek açısından en verimli aralığın 22 – 55 yaş arası olduğu belirtilmektedir.

Bireyler yeni bir atılım için kendilerini yeterli deneyim ve eğitim sahibi hissettiklerinden yeni girişim kararını bu yaşlarda verirler. Çünkü bireyler gençtir ve henüz finansal ya da aile sorumluluğu gibi zorunlulukları yoktur (Dobransky, 2002; Cici, 2013).

Genellikle erkek girişimciler ilk önemli girişimlerini 30’lu yaşların başında, kadınlarda da 30’lu yaşların ortalarında kurma eğilimindedir (Cooper, 1981; Hisrich, 1985; evik, 2006).

Cinsiyet:

Bazı toplumlar çalışma hayatında erkek veya kadını ayırımı g tmeyerek herkes için eşit bir yaklaşım sergilenmekteyken, bazı toplumlar kadını ve erkek için yapılabilecek işleri geleneklerine veya değer yargılarına göre ayırmaktadır. Bu ayırımın nedenleri olarak, toplumlarda kadınlara yüklenen anne rolü, ev hanımlığı rolü gibi roller kadınların iş hayatında aktif rol almasını zorlaştıran faktörlerdir. Girişimci olmak başlı başına emek isteyen bir iştir. Her Şeyden önce kendi işinin sahibi olmak isteyen birey zamanının büyük bir çoğunluğunu bunu gerçekleştirmek için çalışarak geçirir. Birey, ücretle çalıştığı bir işletmedeki performansından daha fazlasını; daha fazla emek, daha fazla  zen göstermek durumundadır. Bu yaşantının stresi, zorluğu, riski hanımların girişimci olma isteklerini kısıtlayıcı bir faktör olarak araştırmalarda konu edinilmektedir.

Araştırmalarda girişimcilikte genellikle erkekleri motive eden faktörlerin para kazanmak ve kariyerlerindeki memnuniyetsizlikler olduğu, kadınlarda ise para kazanma endişesinin sonraki aşamalarda geldiği, kadınların girişimcilik motivasyonunun genelde

kendilerinin ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılamak olduğu belirtilmektedir (Dobransky, 2002).

Ayrıca işin özelliği de kadın veya erkek olması ile ilgilidir. Kadınların tercih ettikleri sektör genellikle hizmet sektörü olurken erkek girişimciler daha çok üretim, inşaat ya da ileri teknoloji alanını seçmektedir (Hisrich ve Peter, 1998).

#### Eğitim:

İnsanların gizli yeteneklerini ortaya çıkararak onları gelecekteki sosyal hayata hazırlama işlevidir. Bir toplumda eğitim, o toplumu ileriye taşıyan ana faktörlerin başında gelir (Patır ve Karahan, 2010).

Ülkelerin kalkınmişlık düzeylerini ekonomik, siyasal, sosyal yapıardan bakarak belirlemek mümkündür. Fakat bunların yanında ülkenin gelişmişlik derecesini sağlıklı saptamak açısından vazgeçilmez kıstaslardan birisi de ülkelerin eğitim düzeyleridir (Bayrakdar, 2011). Eğitim seviyesi yüksek olan toplumlar daha yaratıcı fikirlerle ekonomik pazarlardaki fırsatları görerek bunu yatırıma dönüştürebilirler, bu yatırımların neticesinde istihdam ve gelir seviyesinde yükselme, dolayısıyla toplum refahında toplamda bir artış söz konusu olabilmektedir (Erdurur, 2012).

Kişinin eğitim kurumlarında aldığı eğitim hayatını büyük lde etkilemektedir. Girişimciliğin gelişiminde de eğitim oldukça önemlidir. Alınan şahsi eğitimin yanında, her ne kadar zorunlu olmasa da girişimcilik adına bir eğitimin de alınması oldukça olumlu bir katkı sağlayarak kişiye dönecektir. Girişimcilik eğitiminde temel amaç kişide gizli kalmış girişimci nitelikleri ortaya çıkarmaktır. Ayrıca girişimcilerin yanlış işler yapmalarını engelleyerek, sermaye, emek, zaman gibi kaynakların boşa harcanmasının önüne geçilmesi istenmektedir (Erkan, 2012). Girişimcilik eğitimleri, iş fikirlerinin değerlendirilmesi, AR-GE alışmaları, doğru bir planlama yapılması, muhasebe ve finans çalışmaları gibi pek çok konuyu içermektedir.

#### Medeni Durum:

Evlilik bireyin hayatını oldukça etkileyen bir faktördür. Bekar bir bireyin taşıdığı sorumluluk sadece kendisinin hayatı iken, evli bir birey eşi ve çocukları olduğundan kendi işini kurma konusunda çekimser kalabilir ve hatta teşebbüste bulunmayabilir. Girişimde bulunmak yalnızca girişimciyi değil, yakın çevresini de etkileyen bir faaliyettir. Yeni kurulacak bir işletmenin başarılı olup olmayacağı konusundaki belirsizlik karşısında birey sabit bir işte çalışıp ailesine bakabiliyorsa sırf bu yüzden başarısızlığa uğrama riski, yoğun çalışma saatleri gibi olumsuz faktörleri göze almak istemeyebilir.

### 1.7.2. Sosyal Faktörler

Aile:

Bireylerin kişiliğinin oluştuğu kurumdur. Bireyler ailelerinden öğrendikleri etrafında belirli bir karakteristik yapı geliştirmekte ve bu şekilde hayatlarını sürdürmektedirler. Araştırmalarda insanların beyin gelişiminin ve kişilik oluşumunun önemli bir kısmının 6 yaşına kadar tamamlandığı belirtilmektedir. 0 – 6 yaş, çocuklara aileleri tarafından sosyal ve kültürel anlamda ilk eğitimlerinin verildiği dönemdir.

Çocuğun aile içerisinde aldığı eğitim ve görgü onu hayatı boyunca etkileyecektir. Ailenin demokratik veya otoriter olma düzeyi, demokratikleşme adına yaşadığı değişimler ve gelişmeler çocuğun serbest girişim kurma ve iş yeri işletme isteğini artıracak veya törpüleyecektir.

Araştırmalar bireyin doğumdan itibaren en çok babasından ve aile bireylerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Ailede girişimci bir kişinin olmasının doğal olarak onun da girişimci olması yolunda etkileri olacaktır (Kaya, 2007; Çelik, 2013).

Literatüre bakıldığında, ailenin birey üzerinde girişimcilik adına etkisinin 3'e ayrıldığı görülmektedir (İraz, 2005; Erkan, 2012):

- Teşvik edici etki
- Kısıtlayıcı etki
- Kararsızlık yaratıcı etki

İlk durumda anlaşılacağı üzere aile çocuğunun kendi işini kurması için destek verir. Özellikle, belirtildiği gibi ailede babanın veya yakın akrabaların girişimci olduğu ailelerde çocuklar girişimci olmaya daha yatkındır.

Her birey aldığı kararların ailesi tarafından desteklenmesi ister ancak her durumda aileden destek görememek de olasıdır. Bunun çeşitli nedenleri olabileceği gibi aileler genelde çocuklarının iş konusunda riske girmesini istemeyerek kısıtlayıcı bir etki yaratabilirler.

Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise aile girişimcilik konusunda ne pozitif ne negatif bir görüş sergilememektedir. Karşı durulmaması avantaj gibi görülse de bu durumda, aile çocuklarının girişimcilik konusunda gelişmesini engelleyip geciktirebilir.

Toplum:

İş kurma davranışı, bireylerin kişilik özellikleri, karar verme davranışı, nitelikler, bireye ilişkin üst düzey ihtiyaçların başarılması, motivasyon vb. unsurlarla açıklanmış

olmasına rağmen, gerçekte bu davranış kimi zaman toplumsal bir zorunluluk olarak da ortaya çıkabilmektedir. Girişimcilik davranışının toplum tarafından algılanması biçiminde sosyo-çevresel nedenlerden dolayı bireylerin kendilerini ispat arzusu, para kazanma zorunluluğu veya kişinin yapacak bir işinin olmaması gibi nedenlerden de ortaya çıkabilmektedir (Duygulu, 2008).

Hofstede girişimcilik ve girişimci bireyin ortaya çıkmasının kolektivist ve bireyci toplumsal yapılar açısından farklılaştığını belirtmektedir. Ona göre, kolektivist toplumlarda (Aytaç, 2006);

- Kolektif çıkarlar bireysel çıkarların üzerindedir.
- Özel hayat cemaat tarafından denetlenir.
- Kararlar grup tarafından önceden alınır.
- Ekonomi kolektif çıkarlara dayanır.
- Eşitlik anlayışı bireysel özgürlükler üzerine baskındır.
- Toplumda uyum ve konsensüs nihai bir hedeftir.
- İnsanlar geniş aile ya da sadakate dayalı gruplar içinde doğar ve yetişirler.
- Kimlikler, birbirine bağlı sosyal ilişki ağları içinde oluşur.
- Çocuklar, “ben” yerine “biz” duygusu etrafında yetiştirilir.
- Eğitimin amacı “nasıl yapılacağını öğretmektir”.
- İşveren ve işçi arasındaki ilişki ahlaki değerlere dayanır.

Bireyci toplumlarda ise;

- Bireysel çıkarlar kolektif çıkarlara baskındır.
- Özel hayat gizlilik esasına tabiidir.
- Herkesin, kendine özgü düşüncelere sahip olması beklenir.
- Ekonomi bireysele çıkarlar üzerine temellenir.
- Bireysel eşitlik ideolojileri, eşitlik ideolojileri üzerine baskındır.
- Her bireyin kendisini gerçekleştirme nihai bir hedeftir.
- Kimlik bireysel esaslar üzerine inşa olur.
- Çocuklar “biz” yerine “ben” terimi etrafında yetiştirilir.
- Eğitimin amacı “öğrenmeyi nasıl öğretmektir”.
- İşveren ve işçi arasındaki ilişki çıkar üzerine temellenmiş bir sözleşmeye dayanır.
- Yönetim bireyci bir yönetimdir.



Hofstede, bu toplumsal yapıların, girişimci eylem kalıplarının ortaya çıkmasında belirleyici olduğunu belirtir. Ona göre, kolektivist toplumlar girişimci eğilimleri baskılarken, bireyci toplumlar bunu teşvik eder ve geliştirirler.

Bu ifadeler ışığında Türk toplumunun kolektivist bir toplum özelliği taşıdığı söylenebilir. Son dönemlerde gelişen ve değişen düşünceler dışında toplumun, bireycilikten ziyade toplum bağlılığının yüksek olduğu, kişisel gelişimin ve değişimin özellikle girişimcilik noktasında zayıf olduğu, ailelerin çocukları üzerinde riskli işler dışında daha “garantici” işlere yönelmeleri konusunda bir baskı oluşturduğu da söylenebilir. Bu durumda girişimcilik olgusu daha ziyade bireyci toplumlarda kendini geliştirme imkanı bulabilecektir. Bu yapıların sahip olduğu düşük denetim, yüksek özgürlük anlayışı ile girişim kültürüne daha yatkın görülmektedir. Araştırmalarda, toplumların girişimciliğe kesinlikle karşı veya girişimciliği kesinlikle destekleyen net bir duruşu olmadığı da vurgulanmaktadır. Bu şekilde olsa da, toplumların yapısal özellikleri girişimciliğe açıklığı veya kapalılığı oldukça etkileyen bir özelliktir.

#### Kültür:

Kültürel farklılıklar, doğal olarak, farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının oluşumuna kaynaklık eder. Her bir kültür, değerine göre, farklı anlam ölçülerine, değer ve norm sistemlerine, tutum ve davranışlara göndermede bulunur. Bu yüzden her kültürün insan tipi görece farklılık gösterir. Kimi kültürler, dışa açık, özgür, bağımsız kişiliklere alan açarken, kimileri, bağımlı, korumacı ve konformist kişilikler üretir (Aytaç, 2006).

Kültürel değerler birey veya bir grubun bilişsel şema, yorum ve duygularını algılamayı etkilemektedir (Chrisman vd., 2002). Bu nedenle davranışsal araştırmalarda girişimciyi potansiyel olarak etkilemesi mümkün olan ulusal kültürün anlaşılması önemlidir (Erdem, 2001).

Zahra ve diğerlerine göre (2002), kültür sonuçları girişimci karakteristikleri, özellikler ve ulusal kültür arasındaki ilişkinin geçerliliği iki farklı bakış açısıyla sorgulanmaktadır. Birinci grubun yer aldığı araştırma sorusu, farklı girişimci özellikler ile ulusal kültürün ilgili olup olmadığı, ikinci grup için girişimcilerin, farklı ulusal kültürlerde girişimci olamayanlara göre benzer ya da farklı özellikler taşıyıp taşımadığıdır (Zahra vd., 2002). Birinci grupta girişimciler benzer inanç ve değerler sistemine sahip görünürlerken, ikinci grupta girişimci olan ve olmayanların kıyaslamasında, yüksek düzeyde güç mesafesi, bireycilik, dışıl özellikler ile düşük düzeydeki belirsizlikten sakınmanın ayırıcı özellikleri belirlediği saptanmıştır (Zahra vd., 2002).

### 1.7.3. Diğer Faktörler

#### Ekonomik Yapı:

Girişimcilik, daha doğrusu özel girişimcilik ekonomik büyümenin ve kalkınmanın motorudur. Yenilik ve yaratıcılığın kaynağıdır. Bir ülkede “hür teşebbüs” olarak ifade edilen rekabete dayalı özel girişimcilik ne kadar gelişirse o ülkede ekonomik refah düzeyi de o ölçüde yükselir (Cici, 2013).

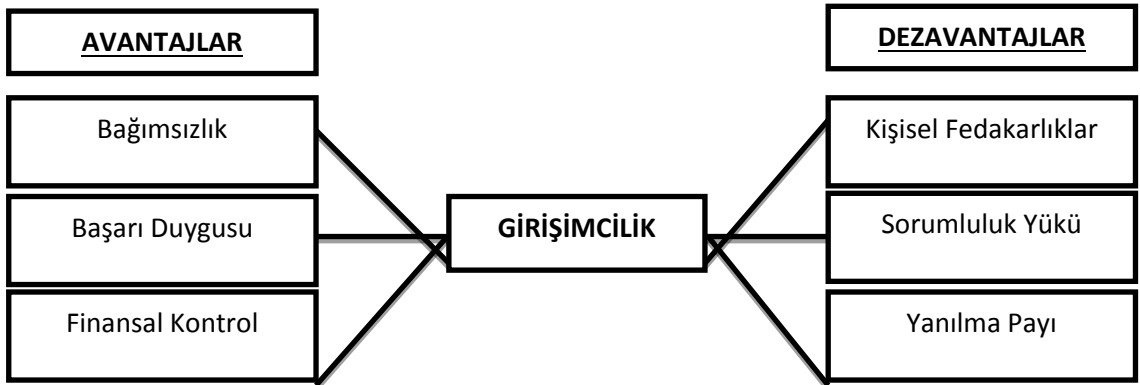
Ülke yönetimi ekonomik bütçesini ayarlarken mutlak surette yeni bir girişimde bulunmak isteyenlere de uygun krediler ve maddi destek sağlamalıdır. Kısa vadede maliyetli bir durum gibi gözükse de uzun vadede bu tür desteklerin o ülkeye getireceği değer ona verilen maddi destekten kat be kat fazla olacaktır (Çelik, 2013).

#### Yasal ve Politik Yapı:

Bir ülkedeki yasal, siyasi ve idari ortam ile koşulların girişimciliğin gelişip gelişmemesinde önemli payı vardır. Eğer ilgili ülkede girişimcilik aleyhinde bir fikri oluşum veya şüphe varsa ise bu durum yasalara, idari kararlara ve siyasi arenaya da yansımaktır. Yasal düzenlemelerin ve bürokratik mekanizmanın girişimciliği teşvik ettiği ortamlarda girişimcilik daha rahat kök salıp gelişebilecektir (Marangoz, 2008; Çelik, 2013).

### 1.8. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Çalışma boyunca girişimciliğin birey, toplum ve ülke adına pek çok faydası olduğu belirtilse de girişimciliğin de kendi içerisinde bir takım avantaj ve dezavantajları vardır. Bu çalışmada baz alınan, Lambing ve Kuehl'e göre girişimciliğin avantaj ve dezavantajları aşağıdaki Şekil 3'te görüldüğü gibidir (İkiz, 2011):



Şekil 3. Girişimciliğin avantaj ve dezavantajları (İkiz, 2011).

### 1.8.1. Girişimciliğin Avantajları

**Bağımsızlık:** İncelenen araştırmalarda görülen önemli bir faktörün, bireylerin girişimci olma fikrini benimsemelerinde öncelikli hedeflerinin “kendi işinin patronu olma, iş ile ilgili kararlarda kendi kendine karar verebilme” olanağına sahip olma isteği olduğu söylenebilir. Lambing ve Kuehl, girişimcinin en temel güdüsünün bağımsızlık olduğunu, girişimci için kendi işyerinin patronu olmanın tatmin edici bir duygu olduğunu belirtmektedirler (İkiz, 2011). Ayrıca, bireylerin kendi kendilerini istihdam etmek, büyük kazançlar elde etmek ve rekabet güçlerini artırabilmek için özerkliğe büyük oranda tutum sergilerler (Schwarz vd., 2009; Erdurur, 2012).

**Başarma Duygusu:** Girişimcinin yakaladığı fırsatı ya da yeni bir fikrini uygulamaya dönüştürmesi ona başarma duygusu vermektedir. Girişimciler, fikrin başarıya dönüşmesinin tek sorumlusunun kendileri olduğunu bilirler (İkiz, 2011). Girişimci için, bir süreci başından alıp bir yere getirirken gerçekleştirdiği başarılar, motivasyonunu olumlu yönde etkiler. Yani, hedeflerini gerçekleştirme ileri süreçler için motivasyon kaynağı yaratır (Kutlu, 2006).

**Finansal Kontrol:** Genellikle girişimcilerin mali bağımsızlığı olduğu ifade edilirken, bu onların çok zengin olduğu izlenimini verse de bir çok girişimci büyük bir zenginlik arayışı içinde değildir, ancak mali durumu üzerinde daha fazla kontrole sahip olmanın arayışı içindedir (Lamping ve Kuehl, 2003; Erdurur, 2012).

### 1.8.2. Girişimciliğin Dezavantajları

Yeni bir iş fikrinin başarılı bir şekilde uygulamaya konulması ve uygulamanın başarılı bir şekilde sürdürülmesinin önünde hem çevre koşullarından hem de girişimciden kaynaklanan bir takım sorunlar olabilir (Özpeynirci vd., 2006). Bu sorunlar da girişimciler için dezavantaj oluşturmaktadır. Bu dezavantajlar şu şekilde gruplandırılabilir:

**Kişisel Fedakarlıklar:** Kolaylıkla gözlemlenebilecek bir tespit olarak, girişimci özellikle işletmesini ilk kurduğu sıralarda ve bir düzen oluşturana kadar, işi için çok uzun mesai saatleri harcamaktadır. Bu uzun çalışma saatleri, kişinin özel hayatını olumsuz yönde etkilemektedir. Kişi kendine vakit ayıramadığı gibi ailesine de vakit ayıramaz. Özel hayatta yaşanan stres, zaten genç bir işletme sahibi olan, stresli ve yorucu bir dönemden geçen girişimciyi daha da zorlayacaktır. Çok büyük fedakarlıklar gerektirebilecek

girişimcilik konusunda kişi ne ölçüde fedakarlıkta bulunabileceğini önceden iyi belirlemelidir.

**Sorumluluk Yükü:** Girişimci olmanın en büyük riski; kişi işletmesi ile alakalı A'dan Z'ye her şeyden sorumludur. Bir şirkette ücretli çalışan olmak, kişiyi ancak uzmanlaşmış olduğu alanda, kendisine verilen sorumlulukları yerine getirmesi ile yükümlü kılar. Fakat bir girişimci olarak bir işletme açmak demek, girişimcinin bu kurulumda finansal analizler, pazar durumu, hukuki yapı ve bunun gibi pek çok konuya hakim olması gerek demektir.

**Yanılma Payı:**Büyük şirketlerin çoğunun, aldığı kararlar kâr elde etmeyi olumsuz yönde etkileyebilir. Fazla kabul görmeyen ürünler üretmek veya kâr marjı düşük olacak yerlerde mağaza açmak işletmenin gidişatı için büyük bir tehlike oluşturabilir. Büyük şirketler bu kayıplarını ödemek için yeterli mali kaynaklara sahip olduğundan hayatta kalmayı başaracaklardır. Ancak, küçük işletmeler cüzi bir maliyetle çalışabilir. Yönetimin yanlış bir karar vermesi ya da kötü iç kontroller nedeniyle işte başarısızlıklar meydana gelebilir. Bu da işletmenin zayıflamasına ve kötü performans göstermesine neden olabilir (Lamping ve Kuehl, 2003; Erdurur, 2012).

### **1.9. Girişimcilerin Kişilik Özellikleri**

Kişilik kavramı, insanın sosyal yaşantısının bir parçası olarak yüzyıllar boyunca ilgi görmesine rağmen bilimsel gelişimine 1930'lu yıllarda kişilik psikolojisinin diğer sosyal bilim alanlarından ayrı bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkmasıyla başlamıştır (Yelboğa, 2006).Kişilik ile ilgili olarak çok çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Bazıları şu şekildedir:

- Kişilik, psikolojide kapsamı en geniş olan kavramlardan biridir. Kişilik kavramı bireylerin, inançlarının, tutumlarının, değerlerinin, güdülerinin, mizaçsal özelliklerinin, davranış örüntülerinin bir bileşimini kapsamaktadır (URL-11, 2014).
- Kişilik doğuştan gelen biyolojik özelliklerle, çevreden gelen sosyal etmenlerin birbiri üzerine yaptıkları etkilerin meydana getirdiği ahenkli bir bütündür.Yani, hem kalıtsal özelliklerin,hem de çevrenin bir ürünüdür (URL-12, 2014).
- Kişilik,kişide yapıların, davranış biçimlerinin, düşünüş özelliklerinin, ilgi ve eğilimlerin, yetenek, kabiliyet ve yönelişlerin, ruhsal durumların karakteristik bir bütünleşmesidir(URL-13, 2014).

- Bu ve benzeri tanımlamaların her biri aslında kişiliğin, insanı insan yapan duygusal ve mantıksal yönlerin bütünü olduğunu göstermektedir. Bu bölümde girişimciler üzerinde yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkan ve en çok kabul gören girişimci kişilik özellikleri açıklanacaktır. Bu özellikler; Risk Alma Eğilimi, Yenilikçilik, Belirsizliğe Tolerans, Kendine Güven Duyma, Kontrol Odağı, Başarı İhtiyacıdır (Koh, 1996).

### **1.9.1. Risk Alma Eğilimi**

Risk kavramı, girişimciyi, “bir ürün ya da hizmeti başka birilerine belirsiz bir fiyattan satmak üzere belirli bir fiyattan satın alan, belirsizliğin getirdiği riske katlanarak aradaki fiyat dalgalanmasından kar elde eden kişi” olarak tanımlayan Cantillon’dan beri, temel bir unsur olarak görülerek, yazında girişimci ya da girişimciliği açıklamak amacıyla en çok kullanılan kavram olmuştur (Altuntaş ve Dönmez, 2010).

Bir kişinin risk alma eğilimi belirsiz karar verme şartlarında şans almaya doğru eğilimi olarak tanımlanabilmektedir. Risk alma eğiliminin girişimcileri idarecilerden ayırmada anahtar faktör olduğu belirtilmektedir (Alpkan vd., 2014).

Girişimciler ve girişimci firmaların çok sık aralıklarla çeşitli yeni ürün ve hizmet opsiyonları geliştirerek farklı Pazar alanları ve boşluklarını hedefleyen düşük riskli Pazar denemeleri yaparak, riskleri daha iyi yönetmeye çalıştıkları görülmektedir (Ağca ve Kurt, 2007).

### **1.9.2. Belirsizliğe Tolerans**

Belirsiz bir durum, birey tarafından, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durumdur. Belirsizlik toleransı ise, belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvenebiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir (Teoh ve Foo, 1997). Hofstede (1991) belirsizliği, bir olasılığa bağlı kalmadan, herhangi bir şeyin olabileceğine yönelik beklenti olarak tanımlamaktadır. Bu özelliği ile belirsizlik kaygı yaratır ancak belirsizlik risk olarak açıklanabiliyorsa bir kaygı kaynağı olmaktan çıkar (Erdem, 2001).

Belirsizlikten kaçınmayı bir kültürel değer olarak gören Hofstede'e göre (1991), yüksek belirsizlikten kaçınma değerine sahip toplumlarda gerek kurumlarda, gerekse insan ilişkilerinde yapılandırılmış durumlar tercih edilir (Shane ve Scott,1992). Muğlaklık korku yaratır, tahmin edilebilirlik aranır, güvenlik ihtiyacı önemlidir, belirsizliğin yarattığı stres ve kaygı yüksektir. Ancak paradoksal olarak bireyler, belirsizliği azaltmak için yüksek risk içeren davranışlar da gösterebilirler (Erdem, 2001).

Hofstede'nin, dört kültürel boyutu (güç mesafesi, bireyci-ortaklaşa davranış, erillik-dişlilik ve belirsizlikten kaçınma) içeren araştırmasının sonucunda, toplumların bazıları yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınan (örneğin: Yunanistan, Japonya, Fransa, Türkiye), bazıları ise belirsizliğe yüksek tolerans gösteren toplumlar (örneğin: Danimarka, İngiltere, İsveç) olarak belirlenmiştir. Türk toplumuna yönelik daha sonra yapılan araştırmalar da (Sargut, 1994; Wasti, 1995; Erdem, 1996), toplumda belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olduğunu desteklemektedir (Erdem, 2001).

### **1.9.3.Yenilikçilik**

Girişimcilerin sahip olduğu düşünülen kişilik özellikleri arasında üzerinde en fazla uzlaşmaya varılmış olanı yenilikçiliktir. Yenilikçilik, literatürde “yeni bir düşüncenin işletme faaliyetlerine aktarılması ve uygulanması” olarak tanımlanmaktadır (Peters ve Waterman, 1982; Kitchell, 1995; Arslan, 2001; Basım ve Şeşen, 2014).

Yenilik hangi alanda olursa olsun, yeni fikir ve davranışların edinimi, gelişimi ve benzersiz ya da farklı ürünler yaratarak uygulanması ile ilgilidir (Altuntaş ve Dönmez, 2010).

Yeniliği neyin başlattığı ya da yeniliğin nasıl ortaya çıktığı önemli değildir. Sadece yeniliğin iktisadi devreyi başlatıyor olması önemlidir. Girişimci, yenilikleri hayata geçiren kişi olarak ön plana çıkar. Ekonomik gelişmeyi etkileyen yenilikleri hayata geçiren girişimci, bunu gerçekleştirirken çevresine ya da sosyal gruplara karşı çıkar, radikal davranır ve liderlik etme özelliklerine sahiptir (Dolanay, 2009).

Bir lider olarak girişimci, önceden sezebilme ve olayları görebilme yetisine sahiptir. Politik liderlerden farklı olarak halkı ikna etmesi gerekme, onun tek ikna etmesi gereken kişi bankerdir.

#### 1.9.4. Kendine Güven Duyma

Her insanın kendisine güven ve güvensizlik duyduğu genel bir tutumu, yaşama bakışı vardır. Kendine güven, insanın kendisi hakkında olumlu ama gerçekçi tutumda olmasıdır. Kendine güven kişiye “yaşamım denetimimde” duygusu verir. Bu duygu yine de insanın her şeyi yapabileceği değil, beklentilerin gerçekçi tutulduğu anlamına gelir (URL-14, 2014).

Kendine güven kişinin yeteneklerinin ve yapabileceklerinin farkında olarak, kendisi hakkında gerçekçi bir tutumla olumlu düşünebilmesidir. Kendine güvenen kişinin kendinden beklentileri de gerçekçidir. Hatta bazı beklentileri gerçekleşmese de kişi kendini olduğu gibi kabul eder ve yapamadıkları içinde kendisini hırpalamaz. Kendine güvenen kişinin hayatı kendi kontrolünde, yaşadıkları kendi sorumluluğundadır (URL-16, 2014).

Kendilerine güveni yüksek olan kişiler kendilerini birçok farklı durumla baş edebilecek kadar değerli ve yetenekli görürler. Kendine güveni düşük insanlara oranla rekabet gerektiren işlerde çalışmayı tercih ederler (Tanoğu, 2008). Dolayısıyla insanın hayatında sahip olması gereken bu güven duygusu girişimci kişilikler için de oldukça önemlidir.

Kendine güven girişimcilerin için yeni bir iş faaliyetinde bulduklarında ve bu işteki sorumluluğun üstesinden gelmeyi sağlayacaklarına, dolayısıyla ihtiyaç duydukları yeteneğe sahip olduklarına dair inancı ifade eder (Bowman, 1999; Erdurur, 2012).

İyi bir girişimci; sorumluluk alırken ve bu sorumluluğu yerine getirmek için çalışırken kendine güven duyar. Kendine güvenen bir insan; çalışmaktan kaçınmaz, sürekli ilerleme isteği duyar, en iyiyi arar ve içinde olduğu durumun gereğini yerine getirmeye çalışır. Girişimci bir insanın kendine güvenmesi arzu edilen bir özelliktir (Emre, 2007).

#### 1.9.5. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, ilk kez Rotter (1966) tarafından bireylerin yaşadıkları pekiştirmelerin, yani elde ettikleri sonuçların veya ödüllerin, ya da başarı veya başarısızlık durumlarının, nelere atfedildiği ile ilişkili bir kavram olarak ifade edilmiştir. Kısaca ifade etmek gerekirse, kontrol odağı, bireyin, yaşadığı olayları nelerin kontrol ettiğine dair inancıdır (Strauser vd., 2002; Basım ve Şeşen, 2014).

Kontrol odağı, iç kontrol odağı ve dış kontrol odağı olarak 2'ye ayrılır. İç kontrol odaklı bireyler kendilerinde hem olumlu hem de olumsuz olayları kontrol etme yeteneği

görürler. Bu tip kişilerde başarı veya başarısızlıklarının kaynağının kendileri olduğu yönünde güçlü bir inanç mevcuttur. Dış kontrol odaklı bireyler ise olayların oluşunda kontrolün hep şans, kader, güçlü olan diğer insanlar gibi kendileri dışındaki faktörlerde olduğunu düşünürler (Taylor vd., 2006; Basım ve Şeşen, 2014).

İç kontrol inancına sahip bireyler, amaçlarına ulaşma ihtimali ile gösterdikleri çaba ve tecrübelerinden ders çıkarma yeteneği arasında doğru ilişki olduğuna inanmakta ve kendileri için zor hedefler koymaktadırlar. Dış kontrol odaklı bireyler ise gösterdikleri çaba ile bu çabanın sonucunda elde ettikleri netice arasında bir bağlantı olduğuna inanmayarak, başlarına gelen önemli olayların belirleyicisi olarak şans faktörünü görme eğilimindedirler (Bernardi, 2001).

İki farklı kontrol odağı inancı arasındaki bir diğer farklılık ise başarı ve başarısızlık durumlarına yaptıkları nedensele yüklemelerdir (Hammar ve Vardi, 1981; Basım ve Şeşen, 2014). İç kontrol odaklılar olayların sorumluluklarını üstlerine alarak, başarı veya başarısızlıkta sebep olarak kendilerini görmektedirler. Dış kontrol odaklılar ise, başarı ve başarısızlık durumlarını hep kendileri dışındaki faktörler ile ilişkilendirme yaparak, başarısızlıklarda diğerlerini suçlama ve dış faktörleri sorumlu tutmaya yönelmektedirler (Bernardi, 2001). Anderson (1977), iç kontrol odaklı bireylerin problem çözmeye karşı daha aktif tutum benimsediklerini; Silvester ve arkadaşları (2002) da başarısızlıkları ile ilgili, kendilerine ve kontrol edilebilir davranışlara atıfta bulunan bireylerin, işte daha fazla gelişim kaydettiklerini ve yüksek iş motivasyonuna sahip olduklarını belirtmektedirler (Basım ve Şeşen, 2014).

Girişimcilikle kontrol odağı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çoğu çalışmada Rotter'in (1966) iç – dış kontrol odağı ölçeği kullanılmıştır (Kaufmann vd., 1995). Bu konuda Shapero (1975) girişimcilerin iç kontrol odaklı olma eğiliminde olduklarını belirtirken; Nelson (1991) kadın girişimcilerin erkeklere oranla daha fazla iç kontrol odaklı olduklarını söylemiştir. Bonnett ve Furnham (1991) ise üç boyutlu bir kontrol odağı ölçeği kullanarak yaptığı araştırmada bir grup girişimci ile başka bir kontrol grubunu karşılaştırmış ve bu iki grubun kontrol odaklarının anlamlı bir şekilde farklılaştığını ortaya koymuştur. Levin ve Leginsky (1990) girişimci özelliği yüksek kişilerin diğerlerine kıyasla daha fazla iç kontrol odaklı olduklarını belirtmişlerdir. Sonuç olarak, iç kontrol odaklı bireylerin sahip olduğu psikolojik karakter özelliklerinin onların birer girişimci olmalarını kolaylaştırdığı söylenebilmektedir (Pandey ve Tewary, 1979). Tüm bu değerlendirmeler sonucunda iç kontrol odağı eğiliminin girişimcilik özelliklerini güçlendirerek onları daha



fazla yenilikçi yapacağını ve risk alma eğilimlerini artıracığı düşünülebilir (Basım ve Şeşen, 2014).

### **1.9.6. Başarı İhtiyacı**

McClelland (1961), başarıma ihtiyacını insan davranışının ardındaki itici güç ve girişimci davranışını etkileyen güçlü bir psikolojik faktör olarak öne sürmüştür (Bozkurt ve Erdurur, 2013). McClelland'ın öğrenilmiş ihtiyaçlar teorisine göre; başarıma ihtiyacı kişinin bir işi daha iyi ve daha verimli yapma, problemleri çözme ya da karmaşık görevlerde ustalaşma arzusudur. Yüksek başarı ihtiyacına sahip bireyler, davranışlarının sonuçlarına katlanma, sorunları çözme, durumları analiz etme, başarı olasılıklarını araştırma, zorlukları aşma ve risk alma sorumluluk ve arzusuna sahiptirler (Ören vd., 2011).

Bu düşünceden hareketle girişimcilerin özelliklerine yönelik üç tutum belirlemiştir:

1. Problem çözme, amaç belirleme ve bu amaçlara ulaşmada bireysel sorumluluk,
2. Yüksek düzeyde hesaplanmış risk alma arzusu,
3. Görevdeki başarının sonuçlarına ait bilgi.

Girişimcilerin başarı ihtiyacını inceleyen Stormer ve arkadaşları da McClelland'ın görüşlerine ek olarak yüksek başarı güdüsünün yöneticiler ve üniversite öğrencilerine kıyasla girişimcilerde daha yüksek olduğunu bu yüzden başarı güdüsünün bir girişimcilik özelliği olduğunu belirtmektedirler (Ceylan vd., 1999).

Başarı beklentisi girişimcinin azmi, enerjisi, mali gücü, bilgi ve tecrübe birikimi gibi özellikleri ile bağlantılıdır. Başarı, büyük ölçüde genel ve yakın çevresel faktörlerin etkisi altında olsa bile, girişimcinin başarı beklentisi büyük ölçüde sahip olduğu yukarıda sözü edilen kişisel özelliklere dayalıdır (Hisrich ve Peters, 2002; Alpkın vd., 2014).

### **1.10. İmalat Sanayi ve Orman Ürünleri Sanayi**

İmalat sanayi ülkeler için sağladığı istihdam, yarattığı katma değer ile ekonomi ve tasarruf sorunun çözümü için gerekli en dinamik sektörlerdendir. Teknolojik ve verimlilik bakımından sürekli gelişim gösteren imalat sanayi üretim faaliyetlerini gerçekleştiren sektörler 3 ana başlık altında toplanacak olursa (Ticaret, Sanayi, Hizmet), sanayi sektörü içerisinde yer almaktadır.

### 1.10.1. İmalat Sanayine İlişkin Genel Bilgiler

Sanayi sektörü; hammadde ya da ara malların makine veya el emeği ile işlenerek her türlü malın elde edilmesi faaliyeti olarak tanımlanabilmekte ve genellikle literatürlerde ve istatistiklerde Avrupa Birliği Ekonomik Faaliyetler Sınıflaması'na göre (NACE), madencilik (Nace: C), imalat sanayi (Nace: D) ve enerji (Nace: E) olarak yer almaktadır. Sanayinin gelişimi ise istihdamın büyük kısmını barındıran imalat sanayi üzerinden yapılmaktadır (Akyüz,1995; Balaban, 2007).

İmalat sanayi temel girdi olarak kabul edilen hammaddelerin bazen tamamlayıcı mallarla üretime sokularak, insanın bedensel ve zihinsel işgücünden yararlanmak suretiyle makine ve teçhizatlarla bir üretimin gerçekleştirilmesini sağlamaktır (Akyüz,2000; Balaban, 2007).

İmalat sanayi kapsamında bulunan alt sektörler farklı tanımlamalar ve sınıflandırmalar içerisinde yer almaktadırlar. İçerisinde yer alınan organizasyona ve amaca göre farklılaşan bu tanımlamalardan imalat sanayi genel kapsamında yapılan sınıflandırmaya göre 9 farklı alt sektörde kendini gösterebilmektedir. Bunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Akyüz, 2000);

- 31.Gıda, içki ve tütün sanayi,
- 32.Dokuma, giyim eşyası ve deri sanayi,
- 33.Orman ürünleri ve mobilya sanayi,
- 34.Kağıt-kağıt ürünleri ve basım sanayi,
- 35.Kimya-petrol, kömür, kauçuk ve plastik ürünleri sanayi,
- 36.Taş ve toprağa bağlı sanayi,
- 37.Metal ana sanayi,
- 38.Metal eşya-makine, teçhizat, ulaşım araçları, ilmi ve mesleki ölçme aletleri sanayi,
- 39.Diğer imalat sanayi.

Uluslar arası Standart Sanayi Sınıflandırması'na (ISIC Rev.3) ve Avrupa Birliği Ekonomik Faaliyetler Sınıflaması'na (NACE) göre ise imalat sanayi alt sektörlerinin sınıflandırılması aşağıda verilmektedir (Balaban, 2007):

- 15.Gıda ürünleri ve içecek imalatı,
- 16.Tütün ürünleri imalatı,
17. Tekstil ürünleri imalatı,

- 18.Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması,
- 19.Derinin tabaklanması, işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık koşum takımı ve ayakkabı imalatı,
- 20.Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler,
- 21.Kağıt hamuru, kağıt ve kağıt ürünleri imalatı,
- 22.Basın ve yayım; plak, kaset vb. kayıtlı medyanın çoğaltılması,
- 23.Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı,
- 24.Kimyasal madde ve ürünler ile suni elyaf imalatı,
- 25.Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı,
- 26.Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı,
- 27.Ana metal sanayi; fabrikasyon metal ürünleri,
- 28.Makine ve teçhizat hariç; metal eşya sanayi,
- 29.Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı,
- 30.Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri imalatı,
- 31.Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı,
- 32.Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı,
- 33.Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı,
- 34.Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı,
- 35.Diğer ulaşım araçlarının imalatı,
- 36.Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalat,
- 37.Yeniden değerlendirme; metal/metal olmayan artık ve hurdaların değerlendirilmesi.

Tablo 4. 2008 Yılına Ait İmalat Sanayine İlişkin Bilgiler (TKB, 2010).

Sektördeki İşyeri Sayısı (Adet)	321.663
Sanayi İçindeki Payı (%)	98,42
Sanayi İçindeki Sırası	1
Sektörde Ücretli Çalışan Sayısı (Kişi)	2.538.408
Sanayi İçindeki Payı (%)	93,64
Sanayi İçindeki Sırası	1
Sektör Üretim Değeri (Milyon TL)	477.140
Sanayi İçindeki Payı (%)	84,15
Sanayi İçindeki Sırası	1
Sektör Katma Değeri (Milyon TL)	93.804
Sanayi İçindeki Payı (%)	85,03
Sanayi İçindeki Sırası	1

2010 değerlerine göre sektörler içinde imalat sanayinin ekonomik katkı oranı %80,4 ve üretim içindeki payı %4,5 oranındadır (İstanbul Sanayi Odası, 2010). İmalat sanayi, sanayi sektöründeki işyerlerinin %98,42'sini, ücretli çalışanların %93,64'ünü, üretim değeri bakımından %84'ünü ve katma değer açısından da %85,03'ünü temsil etmektedir.

Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri geçici sonuçlarına göre 2010 yılında 2.321.979 girişim faaliyet gösterirken 2011 yılında 2.591.372 girişim faaliyet göstermiştir. Her iki yılda da bu girişimlerin %12,9'u imalat sanayide faaliyet göstermiştir.

Sanayi ve Hizmet sektörlerinde 2010 yılında toplam 10.196.254 kişi, 2011 yılında ise toplam 11.538.561 kişi çalışmıştır. 2010 yılında imalat sanayinde sağlanan istihdam %28 olurken, 2011 yılında bu oran %27,5 olarak gerçekleşmiştir.

Son olarak, katma değer açısından sanayi ve inşaat sektöründe imalat sanayi 2010 yılında %33,9 ve 2011 yılında da %35,8 ile ilk sırada yer almıştır (TÜİK, 2010-2011).

## 1.10.2. Orman ve Orman Ürünleri Sektörü

### 1.10.2.1. Dünyada Orman ve Orman Ürünleri Sektörü

Dünyanın toplam ormanlık alanı yaklaşık 4 milyar ha olup toplam karasal alanın %31'ini oluşturmaktadır. Mevcut ormanların yaklaşık %95'i doğal ormanlardan, %5'i ise plantasyonlardan oluşmaktadır. En fazla orman alanına sahip kıtalar ve toplam dünya orman alanına oranları itibariyle Avrupa %46, Kuzey ve Orta Amerika %25,7 ve Afrika %21,8'dir. Orman bakımından dünyanın 5 ülkesi olan Rusya Federasyonu, Brezilya,

Kanada, ABD ve Çin dünya toplam ormanlık alanlarının yarısına sahiptir (Özbyram, 2013).

Sektörün dünyadaki gelişimine bakıldığında, odunu işleyen ilk makine ve tezgahlar başlangıçta rüzgar, su, hayvan ve hatta insan gücünden yararlanılarak çalıştırılmışlardır. 19. yüzyılın ikinci yarısında buhar gücünden yararlanılmaya başlanmış, elektrikten faydalanma ise, 20. Yüzyıl başlarında olmuştur. Orman ürünleri sanayi teknolojisi özellikle bıçkı sanayisinde I. Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir gelişme göstermiştir. Diğer kollarda da 20. yüzyıl'da başlayan gelişme II. Dünya Savaşı'ndan sonra daha da hızlanarak bugünkü düzeye ulaşmıştır. Gelişen teknolojiyle birlikte orman ürünlerinden faydalanma da çok yönlülük kazanmış ve odunun kullanım yeri günümüzde 6000'e ulaşmıştır. Her geçen gün daha değişik kullanım yerleri uygulanmaya aktarılmakta olup günümüzde odun hammaddesinden çimentolu ve alçılı yonga levha, odun gazı, şeker ve tutkal gibi ürünlerde elde edilmektedir(Balaban, 2007).

#### **1.10.2.2. Türkiye'de Orman ve Orman Ürünleri Sektörü**

2012 verilerine göre Türkiye'de yaklaşık orman varlığı 21,7 milyon ha olarak tespit edilmiştir. Bu orman alan miktarı ülke genel alan toplamının %27,6'sı kadardır. İşletme şekilleri bakımında ormanlar koru ormanı, baltalık ormanı ve korulu baltalık ormanı olmak üzere üçe ayrılır. Ülke toplam alanının 17,3 milyon hektarı yani %79'u koru ormanı 4,4 milyon hektarı , %21'i ise baltalık ormanıdır. Türkiye'de korulu baltalık ormanı mevcut değildir. Genel orman alanının %61'ini iğne yapraklı ormanları %39'unu ise yapraklı ormanlar kaplamaktadır. 2012 yılı için yıllık cari artım 42 milyon m<sup>3</sup> ve hektarda 1,9 m<sup>3</sup> olarak hesaplanmıştır (URL – 5, 2014).

Türkiye'de orman ürünleri sanayi, 19. yüzyılın sonlarına kadar sadece bıçkı sanayi görünümünde su ve el hızarları şeklinde kalmış ve çok ağır bir gelişim göstermiştir. Her ne kadar, fiçicilik, düvencilik, saban, yaba gibi tarım araçları, küçük el sanatları şeklinde yapılan bölgesel çalışmalar 12. yüzyıla kadar uzanmakta ise de bunları bir sanayi karakterinde görmek mümkün değildir. Türkiye'de ilk tesisler 19. yüzyılın sonlarında görülmeye başlanmıştır. İlk kereste fabrikası 1892 yılında İstanbul'da kurulmuş ve 20. yüzyıl başlarından itibaren sayıları artmaya başlamıştır. Yapılan bir araştırma sonucuna göre Türkiye'de 1938 yılında 33 adet kereste fabrikasının olduğu anlaşılmaktadır. 1963 yılında planlı dönemin başlamasıyla birlikte orman ürünleri sanayisinde hızlı bir gelişme

başlamış, tüm teknolojiler Türkiye'ye getirilmiş ve bu sanayi kolu Türkiye şartlarına göre çok büyük boyutlara ulaşmıştır (URL – 6, 2014).

Tablo 5. Türkiye orman alanları (URL – 5, 2014).

Orman Alanları Dağılımları; 1973-1999-2005-2009-2010-2012							
	Orman Formu	Toplam		Normal		Bozuk	
		m <sup>3</sup>	%	m <sup>3</sup>	%	m <sup>3</sup>	%
1973	Toplam	935 512 150	100	847 033 015	90	88 479 135	10
	Koru Ormanı	813 082 044	87	758 732 197	81	54 349 847	6
	Baltalık Ormanı	122 430 106	13	88 300 818	9	34 129 288	4
1999	Toplam	1 200 791 637	100	1 113 612 229	93	87 179 408	7
	Koru Ormanı	1 096 406 574	91	1 032 740 659	86	63 665 915	5
	Baltalık Ormanı	104 385 063	9	80 871 570	7	23 513 493	2
2005	Toplam	1 228 124 772	100	1 199 034 187	93	89 090 585	7
	Koru Ormanı	1 194 007 026	93	1 128 570 285	88	65 436 741	5
	Baltalık Ormanı	94 117 746	7	70 463 902	5	23 653 844	2
2009	Toplam	1 374 240 926	100	1 290 450 115	94	83 790 811	6
	Koru Ormanı	1 291 911 881	94	1 228 748 234	89	63 163 647	5
	Baltalık Ormanı	82 329 045	6	61 701 881	4	20 627 164	2
2010	Toplam	1 428 504 717	100	1 347 453 572	94	81 051 145	6
	Koru Ormanı	1 349 995 354	94	1 288 358 850	90	61 636 504	4
	Baltalık Ormanı	78 509 363	6	59 094 722	4	19 414 641	2
2012	Toplam	1 494 454 538	100	1 417 482 684	95	76 971 854	5
	Koru Ormanı	1 424 505 934	95	1 365 186 239	91	59 319 695	4
	Baltalık Ormanı	69 948 604	5	52 296 445	4	17 652 159	1

Tablo 5’de en dikkat çekici unsur Türkiye’de 1973 yılından bu yana baltalık orman alanlarının ve bozuk tip orman alanlarının 2012 yılına kadar düzenli bir şekilde miktarının azaltıldığıdır. Orman Bakanlığı’nın son yıllarda baltalık ormanları koru ormanlarına dönüştürme çalışması ile yine son yıllarda ısınmada doğalgaza geçiş nedeniyle yakacak oduna olan talebin azalması, bu çalışmanın ve baltalık orman alanlarının azalmasının nedenini açıklayabilmektedir.

Türkiye’de devletçe işletilen ormanlardan yılda ortalama 7 – 8 milyon m<sup>3</sup> endüstriyel odun, 7,5 milyon ster yakacak odun üretilmektedir. Devlet ormanı alanı dışında özel ormanlardan endüstriyel odun üretimi 3,3 milyon m<sup>3</sup>, yakacak odun üretimi ise 1,9

milyon ster civarındadır. Devlet ormanları dışında üretilen endüstriyel odun üretiminin %90'ından fazlası kavak, okaliptüs gibi hızlı gelişen ağaç türlerinden oluşmaktadır. ağaç türleri açısından incelendiğinde Orman Genel Müdürlüğü'nün (OGM) üretiminin %77'sini ibreli türler oluşturmaktadır (Kurtoğlu vd., 2009). Türkiye'nin orman ürünleri sektörüne bakılarak bir sınıflandırma yapılacak olursa genel olarak beş başlık söylenebilir, bunlar;

- Kereste Endüstrisi
- Ahşap Kaplama ve Kontrplak Endüstrisi
- Yonga levha ve Lif levha Endüstrisi
- Mobilya Endüstrisi
- Kâğıt Endüstrisi

#### Kereste Endüstrisi:

Kereste, tomrukların boyuna biçilmesiyle elde edilen ve marangozluk ile inşaat sektöründe kullanılan nitelikli ağaçlar, çevrede görülen birçok ahşap eşyanın yapımında kullanılmak üzere işlenip hazırlanmış olan odunlardır (TOBB, 2011). Bir başka tanıma göre kereste; belirli standartlara göre odunların biçilmesi, kesilmesi ve yontulması suretiyle elde edilen parçalardır (URL – 7, 2014).

Türkiye'de kereste üretiminin yaklaşık %70'i inşaat, %20'si mobilya, %10'u ise ambalaj ve diğer sektörlerde kullanılmaktadır. Türkiye'de kişi başına kereste tüketimi 0.075 – 0,0850 m<sup>3</sup> arasında değişmektedir. Kereste sektöründe 10'da fazla işçi çalıştıran 200'den fazla işletmenin kereste üretimi 1000 m<sup>3</sup>'tür (DPT, 2007).

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) 2011 verilerine göre, Türkiye'deki kereste ve parke üretimi ile ilgili işyeri sayısı 3.469, çalışan sayısı ise 15.405'tir. Ağaç ürünleri sektöründe faaliyet gösteren toplam 29.053 işyeri ve 79.372 çalışan vardır. Buna göre, orman ürünleri işletmelerinin yaklaşık %12'sinin kereste ve parke üretimi yapmakta olduğu anlaşılmaktadır. Kereste işletmeleri Türkiye orman ürünleri işletmelerinin sayıca %70'ini, istihdam katkısı bakımından ise %43'ünü karşılamaktadır.

#### Ahşap Kaplama ve Kontrplak Endüstrisi:

Kesme veya dilme adı verilen teknikle elde edilen, ahşap mobilya ve dekorasyon malzemelerin ağaç kaplama levha denmektedir.

Türkiye'de ahşap kaplama üretimi yapan firmaların büyük bir bölümü Marmara Bölgesi'nde (%80 civarında) bulunmaktadır. Bu bölgeyi İç Anadolu Bölgesi (%15) izlemektedir. Türkiye'de kaplama sektöründe 200.378.814 m<sup>2</sup>/yıl kapasiteli 47 işletme

mevcuttur. Ahşap kaplama üretimi yapan firmaların çoğunu küçük işletmeler oluşturmaktadır. Toplam çalışan sayısı 1.485 kişidir.

Çeşitli kalınlık ve cinsteki tomrukların soyma makinelerinde soyularak ince levhalar haline getirilmesi ve bu levhaların tutkallanarak üst üste konulup sıcak preste belirli bir süre preslenmesi sonucu üretilen malzemeye kontrplak denir (URL – 8, 2014).

TOBB veritabanına göre kontrplak üretiminde 56 işletmede 5.579.885 m<sup>2</sup>/yıllık kurulu kapasite mevcuttur. Çalışan sayısına göre işletmelerin %77'si 50 ve daha az işçi çalıştıran küçük ölçekli işletme yapısındadır (TOBB,2011).

Yonga levha – Lif levha Endüstrisi:

Genellikle odun hammaddesi ve benzerinden elde edilen yonga veya küçük parçacıkların sentetik bir reçine ya da uygun bir yapıştırıcı yardımı ile ısı ve basınç altında geniş ve büyük yüzeyli oluşan levhalara yonga levha denir (URL – 9, 2014).

Odun liflerinin doğal yapışma ve keçeleşme özelliklerinden yararlanılarak biçimlendirilmesi sonucu oluşan levhalara ise lif levha denir (TOBB, 2011).

Türkiye’de levha sanayisinin mevcut durumu ve üretimine genel olarak bakıldığında, 2013 yılı itibari ile sektörde toplam 46 tesis mevcut olup, bunlardan 28’inin yonga levha, 18’inin lif levha üreten tesis olduğu görülmektedir. Yonga levha üretim kapasitesi 6 milyon m<sup>3</sup> civarı iken, lif levha üretim kapasitesi de yaklaşık olarak 5 milyon m<sup>3</sup> civarındadır (URL – 10, 2014).

Mobilya Endüstrisi:

Türkiye mobilya imalatında yaklaşık son 20 yılda hatırı sayılır bir ilerleme göstermiştir. Gerek yurt içi tüketimde gerekse yurt dışına ithalatta mevcut şartlarını giderek iyileştiren ve üretim kapasitesini artıran bir alt ana sektördür. Türkiye’nin mobilya endüstrisinde 2009 yılı verilerine bakıldığında 26.068 adet işyerinin ve 175.091 çalışanın olduğu görülmektedir. Mobilya gurubu ürünlerde hem işyeri hem de istihdam düzeyi itibari ile İstanbul önde gelmektedir. İstanbul’u sırası ile Ankara, Bursa, Kayseri ve İzmir takip etmektedir.

Kâğıt Endüstrisi:

Türkiye’de kâğıt üretim sektöründe faaliyet gösteren ülke geneline yayılmış fabrikalar çoğunlukla Marmara Bölgesi’nde olup, Türkiye’de halen çalışmakta olan 48 fabrika ve 70 adet kâğıt makinesi bulunmaktadır 2010 yılında Kâğıt-Karton Sektörünün toplam işgücü 5.000 iken 2011 yılında bu sayı %2 artmış ve 5.100’e yükselmiştir (URL – 23, 2014).



Dünyada kâğıt üretimi 390,7 milyon tondur. Türkiye'nin 2011 yılı kâğıt – karton üretimi 2.847.326 ton olarak gerçekleşmiştir. Aynı yılın tüketim miktarı ise 5.194.084 ton'dur (URL – 23). Türkiye, Dünyada kâğıt tüketiminde 16. sırada ve kâğıt üretiminde ise 25. sıradadır. Bu bilgiler ışığında Türkiye'nin kâğıt – karton üretiminin tüketimi karşılamadığını dolayısıyla net kâğıt – karton ithal eden ülke konumunu ortaya koymaktadır (URL – 24, 2014).

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

### 2.1. Materyal

Son yılların en popüler konularından biri olarak girişimciliğin önemi, ekonomik kalkınmaya, teknolojik yeniliklere ve toplumsal ilerlemeye sağladığı katkılar sebebiyle giderek daha iyi anlaşılmaktadır. Girişimcilik, hemen hemen hayatın tüm alanlarında yaşam standartlarını geliştiren bir olgu olduğundan üzerinde yapılan çalışmalar da gün geçtikçe artmaktadır.

Çalışma hayatında, her sektörde bulunması gereken girişimci kişiler için, sahip oldukları bu girişimci ruhun doğuştan veya sonradan da kazanılabilir bir özellik olup olmadığına yönelik araştırmalar daha çok yapılmalı, detaylı karakter analizleri ile de bu araştırmalar desteklenmelidir. Bu sayede oluşturulabilecek yol haritaları ile girişimcilik ruhuna sahip ve karakter özellikleri buna meyilli kişiler toplumda tespit edilebilmeli ve yönlendirilmelidirler. Zira kişi girişimcilik konusunda bir istek duymuyor veya sahip olduğu yetenekler bu alanın dışında kalıyor ise kuracakları işletmelerin başarılı olabilmesi pek mümkün gözükmemektedir.

Girişimci olma yolunun ilk adımı sahip olunan girişimcilik niyetidir. Girişimci olma niyeti tüm girişimcilik sürecini anlamak için gereklidir. Çünkü niyet yeni organizasyon yaratmanın temel anahtarıdır. Niyet bir davranışı tahmin eder ve açıklar. (Tanoğlu, 2010).

Bunun yanında, araştırmacılar “Niçin bir kısım girişim başarı ile sonuçlanırken başka bir kısım girişim beklenen başarıyı sağlayamamaktadır ?” sorusunun cevabını bulmak için çeşitli araştırmalar yapmışlardır. Bu noktada eğitimin önemi tartışılmaz ise de asıl kilit noktanın kişinin sahip olduğu kişisel özelliklerdir denebilir. Bu çalışma kapsamında çokça değinilen özellikler kişiyi motive edecek veya etmeyecek, girişimde bulunması için itici bir güç görevi görecek veya görmeyecektir. Literatür taramasında da hemen her araştırmada muhakkak rastlanan kişiliğin girişimcilik üzerinde etkili bir kavram olduğundan bahsedilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, orman ürünleri sanayisinde faaliyet gösteren fabrikalarda çalışanların sahip oldukları kişilik özellikleri ile kendi işlerini kurma fikri arasındaki mevcut ilişkiyi tespit etmek, çalışanların kişilik özelliklerinin girişimci olma niyetleri

üzerindeki etkilerini incelemek, çalışanlar arasında böyle bir fikre sahip olanlar ile olmayanlar arasındaki farklılığı kişilik özelliklerinden yola çıkarak yorumlamaktır.

Araştırma İstanbul ili İkitelli Organize Sanayi Bölgesi ve çevre fabrikalarda çalışanlara uygulanan anket çalışmalarını ve çalışanların kişilik özellikleri ile girişimci olma niyetleri arasında bir bağlantı olup olmadığını tespit ve değerlendirmesini kapsamaktadır.

Burada amaç öncelikle İstanbul ilinin Türkiye ekonomisi açısından sahip olduğu önem neticesinde bu ilde orman ürünleri sanayisinde mevcut girişimci potansiyelinin saptanabilmesi ve devamında araştırmaya katılan fabrikalara bizzat anketlerin teslim edilmesi – alınması işleminin güvenilir bir şekilde gerçekleştirilmesidir. Toplamda 300 adet anket kopyası dağıtılmış, ancak çalışmaya katılması uygun olmayan veya boş olarak geri dönen anketler elendiğinde araştırma için toplam 121 anket kullanılmıştır.

Elde edilecek sonuçların, orman ürünleri sektöründe bir girişimde bulunmak isteyen kişilerin kendilerini tespit edilen sonuçlar ışığında değerlendirmelerine yardımcı olması amaçlanmaktadır. Bu sayede orman ürünleri sektöründe Türkiye’yi daha parlak bir noktaya taşıyabilmek adına bu alanda girişim ve araştırmaların artmasına katkı sağlanabileceği umulmaktadır.

## 2.2. Yöntem

Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu Ek-1’de verilmiştir. Yapılan literatür çalışması ile elde edilen farklı kaynaklar öncelikle bir ön elemeden geçirilmiştir. Bu amaçla yapılan, ikinci bir detaylı araştırma ve eleme ile kullanılan anket soruları bir yüksek lisans çalışmasından alınıp, orman ürünleri sektörüne uygun olacak şekilde uyarlanmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde ankete katılanların demografik özellikleri ile ailevi özellikleri araştırılmış; kişilerin cinsiyetleri, iş kurmayı deneyip denemedikleri ve ailelerinde girişimci bireylerin bulunup bulunmadığına yönelik çeşitli bilgileri ölçülüp bu özelliklerin girişimcilik ile bir ilişkisi olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

İkinci bölümde girişimci olma niyetinin belirlenmesi amacıyla 13 adet ifade içeren bir ölçek, 5’li likert tipi sorular ile sunulmuştur.

Üçüncü ve son bölümde, bireylerin kişilik özellikleri ölçülmeye çalışılmış ve bu amaçla 36 soru kullanılmıştır. 36 sorunun dağılımı; başarı ihtiyacı (6 ifade), kontrol

odaklılığı (7 ifade), risk alma eğilimi (6 ifade), belirsizliğe tolerans (6 ifade), kendine güven duyma (6 ifade) ve yenilikçilik (5 ifade) şeklindedir.

### 2.2.1. Uygulanan İstatistik Analizler

Veriler SPSS 13 paket programı yardımı ile değerlendirilmiştir. Güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa değeri kullanılmıştır. Bu yöntemle, ölçekte yer alan soruların homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediği araştırılır. 0 ile 1 arasında değer alan bu katsayı Cronbach Alfa Katsayısı olarak adlandırılır (Kalaycı, 2010). Cronbach Alfa değerinin %70'in üzerinde olması içsel güvenilirlik için yeterli kabul edilmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013).

Güvenilirlik analizi sonucunda; niyet ölçeğinin Cronbach Alfa değeri; 0,899 çıkmıştır. Bu oran niyet ölçeğinin yüksek oranda güvenilir olduğunu ifade etmektedir. kişilik ölçeğinin Cronbach Alfa değeri; 0,917 çıkmıştır. Niyet ölçeğinde olduğu gibi bu yüksek oran da kişilik ölçeğinin güvenilir olduğunu ifade etmektedir. Araştırmada çalışanların kişilik özelliklerinin girişimci olma niyetleri üzerine etkilerini ölçmek amacıyla yapılan analizler için 20 hipotez kurulmuş ve test edilmiştir. Değişkenlerin değerlendirilmesinde kullanılan analizler ve kısaca açıklamaları şu şekildedir;

Bağımsız İki Örnek T-Testi; bağımsız iki örneklem grubunun ortalamaları karşılaştırılırken kullanılır. İki grubun üyeleri birbirinden ayrıdır. Burada karar verilirken sonuçlarda gözüken p değeri  $< \alpha$  ( $\alpha = 0,05$ ) olduğunda  $H_0$  hipotezi reddedilerek  $H_1$  hipotezi kabul edilir.

Tek yönlü varyans analizi; Tek yönlü varyans analizi, iki ya da daha fazla ortalamanın eşitliğini, varyansları kullanarak test etmeye yarayan bir yöntemdir. 2'den fazla grupların karşılaştırılmasında t-testi gerçekte doğru olan bir sıfır hipotezini reddetme olasılığı taşıdığından bu grupların analizlerinin varyans analizi ile yapılması daha uygundur. Korelasyon analizi; iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki veya daha çok değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan matematiksel bir yöntemdir (Kalaycı, 2010). Korelasyon katsayısı ( $r$ ), -1 ile +1 arasında bir değerdir. Bu katsayı +1'e yakınsa iki değişken arasındaki pozitif ilişkinin, -1'e yakınsa iki değişken arasındaki negatif ilişkinin güçlü olduğu anlaşılır (Bozkurt ve Erdurur, 2013). Eğer değer 0 ise değişkenler arasında ilişki yoktur.

Regresyon analizi; bir bağımlı değişkenin, bir veya birden çok bağımsız değişken ile arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan yöntemdir. Regresyon analizi ile değişkenler

arasındaki ilişkinin varlığı, eğer ilişki var ise bunun gücü hakkında bilgi edinilir (URL – 16, 2014).

### 3. BULGULAR VE İRDELEME

#### 3.1. Demografik Faktörlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanlar, %6,6'sı (8 kişi) kadın, %93,4'ü (113 kişi) erkek çalışan olmak üzere toplam 121 kişidir. 121 kişinin %28,9'u (35 kişi) Karadeniz Bölgesinden, %27,3'ü (33 kişi) Marmara Bölgesinden, %18,2'si diğer bölgelerdendir ve son olarak %25,6'sı ise soruyu cevapsız bırakmıştır. Araştırmaya katılanların %15,7'si (19 kişi) ilkokul, %16,5'si ortaokul (20 kişi), %40,5'i (49 kişi) lise ve %24,8'i (30 kişi) ön lisans ve lisans düzeyinde eğitimi tamamlamış olup katılımcıların %2,5'i bu soruyu cevaplamamıştır. Katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında, 25 ve altı yaş grubunda olan 35 kişi (%28,9), 26 – 35 yaşları arasında 30 kişi (%24,8), 36 – 45 yaş aralığında 31 kişi (25,6), 46 ve üstü yaş grubunda 16 kişi (13,2) bulunmaktadır. Son olarak katılımcıların %7,5'i bu soruyu da cevaplamamayı tercih etmiştir.

Çalışanların %21,5'i (26 kişi) kontrplak sektöründe, %8,3'ü (8 – 10 kişi) mobilya sektöründe, %70,2'si (85 kişi) ise entegre üretim gerçekleştiren fabrikalarda/atölyelerde çalıştığını belirtmiştir. Farklı sektörlerde iş deneyimine sahip 73 kişi (%60,3) kişi bulunmaktadır. 1 yıldan az deneyimi olan 10 kişi (%8,3), 1 – 5 yıl arası deneyime sahip 30 kişi (%24,8), 6 – 10 arası deneyime sahip olan 24 kişi (%19,8), 11 – 15 yıl deneyimi olan 22 kişi (%18,2) ve son olarak 16 yıl ve daha fazla deneyime sahip olan 35 kişi (%28,9) mevcuttur. Katılımcıların %27,3'ü (33 kişi) çalışan sayısı 50 ve altı olan işletmelerde, %42,1'i (51 kişi) 51 – 100 kişi çalıştıran işletmelerde, %19'u (23 kişi) ise 101 ve üzeri çalışana sahip işletmelerde çalışmaktadır ve son olarak ankete katılanların %11,6'sı bu soruyu yanıtlamamıştır. Anketi cevaplayan çalışanların %74,4'ü (90 kişi) işçi, %14,9'u (18 kişi) mühendis ve müdür grubu, %7,4'ü (9 kişi) idari gruptan olup katılımcıların %3,3'ü soruyu cevaplamamıştır.

Kişilerin ailesinde girişimci olmasının literatürde girişimci olma eğilimlerini önemli ölçüde etkilediği düşünülmektedir. Bu çalışmada, “Ailenizde kendi işini kuran 1. derece yakınınız var mı?” sorusuna evet cevabını veren 39 kişi (%32,2), hayır cevabını veren 82 kişi (%67,8) bulunmaktadır. Ayrıca çalışanların %22,3'ü (27 kişi) kendi işini kurmayı denemiş, %77,7'si (94 kişi) ise denememiştir. Öte yandan tüm katılımcıların girişimci olma niyetini belirleyen ölçekteki cevaplarının ortalaması alınmıştır. Çıkan

ortalamanın (4,16) altında kalan 48 kişi (%39,7), üstünde kalan 73 kişi (%60,3) olduğu tespit edilmiştir.

### 3.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

Bu çalışmada niyet ve kişilik özelliklerine ilişkin kurulan hipotezler şu şekildedir;

H<sub>1</sub>: Niyet ile başarı ihtiyacı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Niyet ile kontrol odaklılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Niyet ile risk alma eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Niyet ile belirsizliğe tolerans arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Niyet ile kendine güven arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>6</sub>: Niyet ile yenilikçilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>7</sub>: Kişilik özelliklerinin her biri istatistiksel olarak girişimcilik niyetini açıklar.

H<sub>8</sub>: Kişilik özelliklerinden başarı ihtiyacı, kontrol odaklılığı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve yenilikçilik istatistiksel olarak girişimcilik niyetini açıklar.

H<sub>9</sub>: Kişilik özelliklerinden başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve yenilikçilik istatistiksel olarak girişimcilik niyetini açıklar.

H<sub>10</sub>: Kişilik özelliklerinden başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi ve yenilikçilik istatistiksel olarak girişimcilik niyetini açıklar.

H<sub>11</sub>: Kişilik özelliklerinden başarı ihtiyacı ve risk alma eğilimi istatistiksel olarak girişimcilik niyetini açıklar.

#### 3.2.1. Kişilik Özellikleri ve Demografik Özelliklerin Karşılaştırılması

Kişilik özellikleri ile cinsiyet, ailede kendi işini kuran 1. derece akraba olup olmaması, bireylerin daha önce bir iş kurup kurmamaları ve farklı sektörlerde çalışmış olup olmamaları faktörleri arasında yapılan t- testlerinde her bir kişilik özelliğinin p değeri 0,05'ten büyük çıktığından kişilik özelliklerinin bu faktörler açısından farklılaşmadığı söylenebilir. Yine kişilik özellikleri ile doğum yerleri, eğitim seviyeleri, bireylerin yaşları, statüleri, iş deneyim süresi ve eğitim seviyeleri faktörleri arasında yapılan anova analizlerinde de her bir özelliğin p değeri 0,05'ten büyük çıktığından, kişilik özellikleri ve bu faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir.

Tüm bireylerin niyetlerinin ortalaması alınarak elde edilen niyet ortalaması değerinin üstünde ve altında kalanlar arasında da kişilik özellikleri açısından anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ( $p > 0,05$ ).

Yapılan anova analizlerinde, fabrikada çalışan sayılarına göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. 101 ve üstü kişi çalıştıran işletmelerin çalışanlarında kendine güven, başarı ihtiyacı ve yenilik özellikleri ortalamaları daha yüksek ve p değerleri 0,05'ten küçük olduğundan bu grubun diğer gruplardan istatistiksel olarak farklılaştığı belirlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Bir başka farklılığın gözlemlendiği faktör faaliyet alanıdır. Mobilya sektöründe çalışan kişilerin oluşturduğu grupta tüm kişilik özellikleri daha düşük ortalamaya sahip olduğu için, kontrplak ve orman ürünleri sektörlerinde çalışanlara göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

### **3.2.2. Girişimci Olma Niyeti ile Kişilik Özelliklerine İlişkin Korelasyon Analizi ve Hipotezlerin Test Edilmesi**

Girişimci olma niyeti ve kişilik özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığını görmek için korelasyon analizi yapılmış olup, Tablo 6'da sonuçlar görülmektedir.



Tablo 6. Niyet ve kişilik özelliklerine ilişkin korelasyon sonuçları

		Niyet	Başarı İhtiyacı	Kontrol Odaklılık	Risk Alma Eğilimi	Belirsizliğe Tolerans	Kendine Güven	Yenilikçilik
Girişimci Niyeti	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	1						
Başarı İhtiyacı	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	,062,500	1					
Kontrol Odaklılık	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	-,067,464	,771** ,000	1				
Risk Alma Eğilimi	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	-,200,027	,714** ,000	,720** ,000	1			
Belirsizliğe Tolerans	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	,041,652	,698** ,000	,695** ,000	,642** ,000	1		
Kendine Güven	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	-,068,461	,652** ,000	,703** ,000	,651** ,000	,677** ,000	1	
Yenilikçilik	Pearson Korelasyonu Anlamlılık	-,155,089	,691** ,000	-,693** ,000	-,718** ,000	,633** ,000	,686** ,000	1

\*\* Korelasyon 0,01 seviyesinde anlamlı (2-Tailed)

\* Korelasyon 0,05 seviyesinde anlamlı (2-Tailed)

Girişimci olma niyeti ile risk alma eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve ters yönlü bir ilişki vardır, dolayısıyla  $H_3$  hipotezi  $p < 0,05$  olduğundan kabuldür. Girişimci olma niyeti ile diğer kişilik özellikleri arasında kurulan hipotezlerde  $p > 0,05$  olduğundan  $H_1, H_2, H_4, H_5, H_6$  hipotezleri reddedilir yani girişimci olma niyeti ile başarı ihtiyacı, kontrol odaklılığı, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve yenilikçilik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur.

Kişilik özelliklerinin birbiri ile olan ilişkilerine bakıldığında, her birinin birbiri ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmektedir ( $p < 0,01$ ).

### 3.2.3. Niyet ile Kişilik Özelliklerinin Regresyon Analizi ile Test Edilmesi

Niyet ile kişilik özellikleri arasındaki regresyon analizine ilişkin sonuçlar aşağıdaki tablolarda ayrıntılı olarak görülmektedir (Tablo 7 – 8 – 9).

Tablo 7. Regresyon analizinin anova tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık	
1	Regresyon	8,109	6	1,351	3,710	,002 <sup>a</sup>
	Kalan	41,528	114	,364		
	Toplam	49,637	120			
2	Regresyon	8,107	5	1,621	4,490	,001 <sup>b</sup>
	Kalan	41,529	115	,361		
	Toplam	49,637	120			
3	Regresyon	7,958	4	1,990	5,537	,000 <sup>c</sup>
	Kalan	41,678	116	,359		
	Toplam	49,637	120			
4	Regresyon	7,125	3	2,375	6,536	,000 <sup>d</sup>
	Kalan	42,512	117	,363		
	Toplam	49,637	120			
5	Regresyon	6,251	2	3,125	8,500	,000 <sup>e</sup>
	Kalan	43,386	118	,368		
	Toplam	49,637	120			

a.değişkenler: yenilikçilik,belirsizliğe tolerans,kendine güven,risk alma eğilimi, başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık

b.değişkenler: yenilikçilik,belirsizliğe tolerans, risk alma eğilimi, başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık

c.değişkenler: yenilikçilik,belirsizliğe tolerans, risk alma eğilimi, başarı ihtiyacı

d.değişkenler: yenilikçilik, risk alma eğilimi, başarı ihtiyacı ve e.değişkenler: risk alma eğilimi, başarı ihtiyacı

Yukarıdaki anova tablosunda, tüm modeller ve bilgileri kıyaslama amacıyla verilmiştir. Burada kareler toplamından anlamlılık düzeylerine kadar her bir modelde eksilen bir bağımsız değişkenin sağlıklı bir model oluşturulmasını nasıl etkilediği ortadadır, çünkü her modelde tüm bu değerler yeni bir anlam kazanmaktadır.

Tablo 8’de görüldüğü gibi her bir modelde çıkarılan bir özellikten sonra, tüm değerler bir sonraki model için yeniden hesaplanmaktadır. Bunun sonucunda  $R^2$  değeri de değişmektedir. Kurulan son modele bakılacak olursa;

$R^2$  değeri 0,126’dır. Kurulan regresyon modeline göre, niyet bağımlı değişkenini risk alma eğilimi ve başarı ihtiyacı özelliklerinin %12,6’lık bir açıklama gücü bulunmaktadır.

Tablo 8. Regresyon analizi model özetleri

Model	R	$R^2$	Düzeltilmiş $R^2$	Tahminin Standart Hatası
1	,404 <sup>a</sup>	,163	,119	,60356
2	,404 <sup>b</sup>	,163	,127	,60093
3	,404 <sup>c</sup>	,160	,131	,59941
4	,379 <sup>d</sup>	,144	,122	,60278
5	,355 <sup>e</sup>	,126	,111	,60636

Tablo 9 incelenecek olursa; ilk modelde görülen özelliklerin anlamlılık düzeylerine bakıldığında  $p = 0,956$  ile değeri en yüksek olan kendine güven özelliği modelden çıkarılmıştır ( $p > 0,05$ ). 2. modelde 0,551 anlamlılık değeri ile kontrol odaklılık modelden çıkarılmıştır ( $p > 0,05$ ). Bir sonraki modelde de belirsizliğe tolerans özelliği  $p > 0,05$  olduğundan modelden çıkarılmıştır. 4. modelde anlamlılık değeri 0,124 olan yenilikçilik özelliği modelden çıkarılmış ve tekrar bir hesaplama yapılmıştır. En sonunda 5. model ile anlamlılık düzeyi 0,000 ile niyet değişkeninin değerinin bağımsız değişkenlerden risk alma eğilimi ve başarı ihtiyacına bağlı olarak tahmin edilebileceği sonucu çıkmaktadır. Bu durumda  $H_7$ ,  $H_8$ ,  $H_9$ ,  $H_{10}$ , hipotezleri reddedilir,  $H_{11}$  hipotezi ise kabul edilir.

Tablo 9. Regresyon analizi katsayılar tablosu

Model		Standardize olmayan		Standardize	t	Anlamlılık Düzeyi
		Katsayılar		olan Katsayılar		
		B	Standart Hata	Beta		
1	Sabit	4,660	,283		16,492	,000
	Başarı İhtiyacı	,292	,099	,449	2,943	,004
	Kontrol Odaklılık	-,085	,139	-,096	-,612	,542
	Risk Alma Eğilimi	-,369	,125	-,422	-2,943	,004
	Belirsizliğe Tolerans	,187	,118	,214	1,581	,117
	Kendine Güven	-,007	,128	-,008	-,056	,956
	Yenilikçilik	-,200	,125	-,226	-1,601	,112
2	Sabit	4,657	,276		16,875	,000
	Başarı İhtiyacı	,292	,099	,449	2,955	,004
	Kontrol Odaklılık	-,087	,135	-,098	-,643	,522
	Risk Alma Eğilimi	-,369	,124	-,423	-2,975	,004
	Belirsizliğe Tolerans	,185	,114	,212	1,627	,107
	Yenilikçilik	-,202	,120	-,228	-1,675	,097
3	Sabit	4,615	,267		17,259	,000
	Başarı İhtiyacı	,268	,092	,413	2,933	,004
	Risk Alma Eğilimi	-,388	,120	-,444	-3,219	,002
	Belirsizliğe Tolerans	,168	,110	,192	1,523	,131
	Yenilikçilik	-,215	,118	-,243	-1,821	,071
4	Sabit	4,738	,256		18,482	,000
	Başarı İhtiyacı	,320	,085	,493	3,753	,000
	Risk Alma Eğilimi	-,354	,119	-,405	-2,973	,004
	Yenilikçilik	-,181	,117	-,205	-1,551	,124
5	Sabit	4,589	,239		19,191	,000
	Başarı İhtiyacı	,272	,080	,418	3,402	,001
	Risk Alma Eğilimi	-,436	,107	-,499	-4,060	,000

Katsayılar tablosu incelendiğinde, denklemde yer alabilecek katsayılar 5. modelde görüldüğü gibi başarı ihtiyacı ve risk alma eğilimi özelliklerinin katsayılarıdır.

Denklem aşağıdaki gibi olacaktır;

$$\text{Niyet} = 4,589 + 0,272 * \text{Başarı İhtiyacı} - 0,436 * \text{Risk Alma Eğilimi}$$

Girişimci olma niyeti ve 6 kişilik özelliğinin demografik özellikler bakımından incelenmesi ile ortaya çıkan aritmetik ortalamalar Ek Tablo 1’de verilmiştir.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de, dünyada olduğu kadar erken olmasa da son yıllarda önemi fark edilen girişimcilik kavramı üzerine araştırmalar yoğun bir şekilde devam etmektedir. Bu çalışma orman ürünleri sanayi sektöründe çalışan kişilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin bir girişim kurma niyeti üzerine etkisinin olup olmadığını ölçmek amacıyla yapılmıştır.

Üç bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde, girişimcilik kavramına dair genel literatür bilgileri, imalat ve orman ürünleri sanayisine ilişkin genel bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde orman ürünleri sanayi sektöründe çalışanların kişilik özelliklerinin girişimci olma niyeti ile ilişkisi incelenmiştir. Son bölümde elde edilen bulgulara bağlı olarak istatistiksel analizler yapılmış ve yorumlar geliştirilmiştir. Sonuçlara göre, kişilik özelliklerinden risk alma eğilimi ile girişimci olma niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bunun dışında kalan kişilik özellikleri ile girişimci olma niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur. Araştırmada incelenen altı kişilik özelliğinden başarı ihtiyacı ve risk alma eğilimi girişimci olma niyetini açıklamaktadır.

Kişilik özelliklerine demografik faktörler açısından analiz yapıldığında pek çok faktörün kişilik özelliklerini etkilemediği tespit edilmiştir. Eğitim toplumsal ilerlemenin, her anlamda en önemli anahtarıdır. Bu çalışmada literatürce de kabul gören girişimcilik eğitimlerinin önemine pek çok kez vurgu yapılmıştır. Her ne kadar eğitim düzeyleri açısından bir farklılık tespit edilmese de, eğitim bireysel ve şirket içi olarak işletmecilerin ve çalışanların hassasiyetle önem vermesi gereken bir faktördür. Bu konuda sadece çeşitli seminerlerle çalışan eğitiminin desteklenmesi bile pek çok anlamda daha kaliteli bir üretim düzeyine ulaşılmasını sağlayabilir.

Büyük veya küçük fark etmeksizin, kitleleri oluşturan insan topluluklarının birbirlerini psikolojik olarak etkiledikleri yıllardır bilinmektedir. Bu çalışmada, çalışan sayısı 100 ve üzeri olan işletme çalışanlarının, kendilerine daha çok güvenen ve başarı ihtiyaçları daha yüksek, bununla birlikte yeniliklere daha açık bireyler olduğu görülmüştür. Büyük işletmeler, dolayısıyla çalışan sayısı fazla olan işletmeler, mevcut piyasalarında rekabet edebilme kabiliyetlerini geliştirmek ve her daim dinamik olmak durumundadırlar. Başarılı olmak bu tarz şirketler için bir zorunluluk değil amaçtır. Bu amaca ulaşırken de her dönemde yeniliklere açık ve girişken olmaları gerekmektedir. Bu amaç, mutlaka

çalışanlara da yansımakta ve hatta işletmeler çalışanlarını bu özelliklere sahip olan bireyler arasından seçmeye özen göstermektedirler. İşte bu yüzden büyük işletmelerde kişiler arası ve şirket ile çalışan arası böylesi bir iletişim – etkileşim bireysel olarak çalışanların kişilik özelliklerini de etkilemektedir. Bu da, çalışmanın analizinde ortaya çıkan 101 ve üzeri çalışana sahip işletmelerde çalışanların kendine güven, başarı ihtiyacı ve yenilikçilik özellikleri ile girişimci olma niyeti ortalamalarının yüksek olması ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde diğer gruplardan farklılaşmasını açıklamaktadır.

Türkiye, orman ürünleri sanayinde özellikle mobilya alanında önemli aşamalar kaydetmiş ve gelişmeye devam etmekte olan bir ülkedir. Pek çok ülkeye mobilya ihracatında bulunan Türkiye’de, mobilya çalışanlarının girişimci olma niyeti ile yakın ilişkisi olduğu kabul edilen altı kişilik özelliği (başarı ihtiyacı, kontrol odaklılığı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven, yenilikçilik) açısından yüksek değerlere sahip olması, ülke adına daha ileri adımlar atılmasını kolaylaştırıp hızlandırılmasını sağlayacak bir faktördür. Ancak bu çalışmada mobilya, kontrplak ve orman ürünleri sanayi çalışanları olarak kendilerini ifade eden bireyler arasında, tüm kişilik özellikleri için yalnızca mobilya sektöründe çalışan bireylerin her bir kişilik özelliği değeri 0,05’ten küçük çıkmış bunun sonucunda da mobilya çalışanlarının başarı ihtiyacı, kontrol odaklılığı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven, yenilikçilik özellikleri ile diğer iki gruptan istatistiksel olarak anlamlı ve bu kişilik özelliklerinin her biri için ortalamalarının daha düşük bir düzeyde bulunduğunu ortaya çıkarmıştır. Bunun yanında genel olarak, her üç sektör çalışanın da girişimci olma niyeti konusunda ortalamaları birbirine yakın çıkmıştır. Girişimci olmak, küçük esnaf olmak veya büyük bir işletme patronu olmak ilk bakışta “kendi parayı kazanmak” düşüncesi nedeni ile rahat ve kolay bir iş olarak görülebilir ancak yapılacaklar bir sermaye bulup bir işletme açmakla asla bitmemektedir. Çok büyük bir özveri ve uzun zaman ayırmayı gerektiren bu süreçte, kişinin böylesi bir fikre sahip olması yanında mutlaka ki bu fikrin artı ve eksilerini ölçüp tartması, bir fizibilite raporu ile işin her aşamasını en ince ayrıntısına kadar planlaması ve hesaplaması, ve muhakkak ki içine gireceği sektör hakkında bilgi toplayıp mümkünse eğitim alması gereklidir.

Tüm bu sonuçlar irdelendiğinde katılımcılar görünürde çeşitli nedenlerle girişimci olmayı isteyebiliyorken, girişimciliği etkileyen kişilik özellikleri açısından bu denli düşük ve zıt değerlere sahip olmaları nedeni ile girişimci olma niyetleri ve teşebbüsleri olumsuz etkilenecektir. Kişi, yaptığı iş her ne olursa olsun, işine ve çalışmaya saygı duymalı, kendisine verilen sorumlulukları eksiksiz yerine getirmelidir. Günümüz dünyasında her ne

kadar bu düzen baştan savma bir şekilde işliyor gözükse de, insan kendine duyduğu saygı ölçüsünde yaptığı her işe de saygı duyar. Bu, her bir insanın, hayata kattığı anlama dair bir “var oluş imzası”dır.

Bu gibi çalışmalar ile ancak eksikler tespit edilebilir, bunların düzeltilmesi yönünde fikirler geliştirilebilir. Ancak bireylere birebir bir uygulama ile aktarma yapmak söz konusu değildir. Önce kişi gelişmeyi ve ilerlemeyi isteyebilmelidir. Dolayısıyla bu dünyada refah ile yaşanması her bir bireyin sorumluluğunu bilinçli bir şekilde yerine getirmesine bağlıdır. Araştırma kapsamında zaman anket çalışmasını ve araştırmayı önemsemeyen tavırlarla yaklaşan çalışanlar olmuştur, her şeyden önce belirtilmelidir ki eğitimin, bilimin ve ilimin büyüğü küçüğü olmaz. Her bir adım, daha iyi ve anlamlı bir hayat içindir. Kişilerin bu konuda da bilinçlenmesi gerekmektedir.

Çalışmada kullanılan ölçekler genellikle sosyal bilimler kapsamında işletme ağırlıklı kullanım alanlarında uygulanmıştır. Orman ürünleri sanayi çalışanlarının alanlarına daha uygun olacak ölçekler üretilebilir. Böylece orman ürünleri sanayi sektöründe çalışanların girişimci olma niyetleri ile ilgili olabilecek faktörler belirlenebilecektir.

Regresyon analizinde ortaya çıkan sonuçla, araştırılan kişilik özelliklerinden yalnızca ikisi (başarı ihtiyacı ve risk alma eğilimi), orman ürünleri sektöründe çalışanların girişimci olma niyetini %12,6 düzeyinde açıklamaktadır. %87,4'lük bir kayıp göz ardı edilemeyecek kadar büyük bir değerdir. Bu bağlamda orman ürünleri sanayi sektörü için bu kaybın neden ileri geldiğini tespit edebilmek adına çalışmaların daha detaylı bir şekilde yapılması gerekmektedir. İleride yapılacak araştırmalarda özellikle, Türkiye’de girişimci sayısını sağlıklı bir şekilde artırmanın ve girişimlerin ömürlerinin uzun olması için neler yapılabileceğinin üzerine yoğunlaşılması Türkiye ekonomisinin güçlenmesini olumlu yönde etkileyecektir.

## 5. KAYNAKLAR

- Ağca, V. ve Kurt, M., 2007, İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29, 83 – 112.
- Alpkan, L., Keskin H. ve Zehir, C., Girişimcilik Hisleriyle Girişimcilik Potansiyeli Arasındaki İlişki – Gebze ve Civarındaki Girişimciler Üzerine Bir Saha Araştırması, 4.
- Altuntaş, G. ve Dönmez D., 2010, Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi Çanakkale Bölgesi Otelleri, 54.
- Anderson, R., 1977 Locus of Control, Coping Behaviors and Performance in A Stres Setting: A Longitudinal Study, Journal of Applied Psychology, 62, 446– 451.
- Anonim, 2007, 9. Kalkınma Planı, Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayi, DPT, Ankara.
- Anonim, 2010, TÜİK Haber Bültenleri, TÜİK, Ankara.
- Anonim, 2011, TÜİK Haber Bültenleri, TÜİK, Ankara.
- Anonim, 1987, Türkiye’de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümleri, TÜSİAD , İstanbul.
- Anonim, 2007, Yapısal İş Analizleri, TÜİK, Ankara.
- Arıkan, C., 2013, Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler – Bursa Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural S. Ö., 2011, Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6, 2,56 – 72.
- Aykan, E., 2002, Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Aytaç, Ö., 2006, Girişimcilik: Sosyo – Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15, 148.
- Balaban, Y. 2007, Orman Ürünleri Sanayi ve Ekonomik Büyüme, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Balcı, F.İ., 2011, Girişimciliğe Ekolojik Yaklaşım: Eko – Girişimcilik Teorik Çerçeve, NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1, 187 – 206.
- Basım H. N. ve Şeşen, H., Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları ile İlişkisi – Kamu Sektöründe Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 63, 3, 50 – 64.
- Berber, A., 2000, Girişimci ile Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci, İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, 29, 1, 23 – 46.



- Bernardi, A.,2001, A Theoretical Model for the Relationship Among Stress, Locus of Control and Longevity, Business Forum, 26, 27 – 33.
- Bircek, A., 2008, Girişimcilik Özelliklerinin Liderlik Bağlamında İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Bonnett,C.ve Furnham, A., 1991, Who Wants To Be an Entrepreneur? A Study of Adolescents Interested in A Young Entreprise Scheme, Journal of Economic Psychology, 12, 3,465 – 478.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K., 2013, Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8, 2.
- Cabar, H., 2006, Türkiye’de Girişimcilik Kültürünün Oluşmasında Etkili Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Ceylan, A. ve Demircan, N., Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’lerde Yapılan Bir Araştırma.
- Chicken, J., 2002, Yönetim ve Girişimcilik, Çev. Beyhan Kurt,24 – 32, Epsilon Yayınları, İstanbul.
- Cici, E., 2013, Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çelik, M., 2013, Öğretmen Algılarına Göre İlkokul Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik ve Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişki, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Çevik, E., 2006, Girişimcilerin,Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dolanay, S.S.,2009, Schumpeter Sisteminde Yenilikler, Ekonomik Gelişme ve Devresel Hareketler, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 1, 2, 172 – 188.
- Durak, İ., 2011, Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları – Bir Alan Araştırması, Yönetim Bilimleri Dergisi, 9, 2, 195 – 213.
- Duygulu, E., 2008, Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 2, 100 – 101.
- Emre, S., 2007, Girişimcilik Kültürü – Hofstede’nin Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması,Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

- Erdem F., 2001, Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 2, 43 – 61.
- Erdurur, K., 2012, Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Erkan, İ., 2012, Pazarlama Zekası ve Girişimcilik, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Göçmen, S., 2007, İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler – İç Girişimcilik, Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Gürol M. A., 2000, Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi, Ankara, Atılım Üniversitesi Yayını, 37.
- Hammar, T. ve Vardi, Y., 1981, Locus of Control and Career Self – Management Among Nonsupervisory Employees in Industry Settings, Journal of Vocational Behaviour, 18, 13 – 29.
- Hancı, A., 2004, Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- İkiz, A., 2011, Otel İşletmelerinde İç Girişimciliği Etkileyen Örgüt İçi Faktörlere İlişkin Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri, Ankara.
- Kalaycı, Ş., 2010, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 405.
- Karagöz, M., 2009, Girişimcilik Profili Araştırması, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kaufmann, J., Welsh, D. H. B. ve Bushmarin, N. V., 1995, Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic, Entrepreneurship, 43 – 56.
- Koç, E., 2005, Kadın Girişimciler Kavramı ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Koh, C., 1996, Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA students, Journal of Managerial Psychology, 11, 3, 12 – 25.
- Köşker, S., 2004, Sakarya’da Kadın Girişimciliğinin Sorunlarının İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kurtoğlu A., Koç H., Erdinler, S. ve Sofuoğlu, D., 2009, Türkiye Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal ve Eğitsel Sorunları, II. Ormancılıkta Sosyo – Ekonomik Sorunlar Kongresi, Isparta, Bildiriler Kitabı; 176 – 186.
- Kutlu Ö., 2006, Türkiye’de Kadın Girişimciliği, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Levin, R. ve Leginsky, P., 1990, The Independent Social Worker as Entrepreneur, Journal of Independent Social Work, 5, 1, 22 – 31.
- Nelson, G., 1991, Locus of Control for Successful Female Small Business Proprietors, The Mid – Atlantic Journal of Business, 27, 3, 213 – 224.
- Öktem M.K., Leblebici D.N., Arslan M., Kılıç M., ve Aydın M. D., 2003, Girişimci Örgütsel Kültür ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma, H.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, 21, 1, 169 – 188.
- Ören K. ve Biçkes M., 2011, Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri(Nevşehir'de Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilere Yapılan bir Araştırma), Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16, 3, 67 – 86.
- Özbyram, M.,2013, Tokat İlinde Orman Ürünleri Sanayinin Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Özkul, G., 2008, Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri– Antalya – Burdur – Isparta İllerinde İmalat Sanayi KOBİ'lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Patır, S. ve Karahan, M., 2010,Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Çalışması, İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 1, 2, 27 – 44.
- Shapero, A., 1975, The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur, Psychology Today, 9, 6, 83 – 88.
- Silvester, J., Gough, M. F., Anderson, N. R.ve Mohamed, A. R., 2002, Locus of Control,Attributions and Impression Management in the SelectionInterview, Journal of Occupational and Organizational Psychology, 75, 59 – 76.
- Sözbilen, G., 2012, Kurumsallaşmanın Kurumsal Girişimciliğe Etkisi: Nevşehir'de Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Strauser, R., Ketz, K.ve Keim, J., 2002, The Relationship Between Self – Efficacy, Locus of Control and Work Personality, Journal of Rehabilitation, 68,20 – 26.
- Şahin, E., 2006, Kadın Girişimcilik ve Konya'da Kadın Girişimci Profili, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tanoğlu, S., 2008, Kişilik Özelliklerinin Girişimci Olma Niyeti Üzerine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taylor, S. E., Peplau, A. L. ve Sears, D. O., 2006, Social Psychology, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 12.

Tek, T., 2008, Kadınlarda Girişimcilik Eğilimleri ve Dumlupınar Üniversitesi Bayan Lisansüstü Öğrencilerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

- URL - 1 [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr), 2014, 24.04.2014.
- URL - 2 <http://gunceldusunce.blogspot.com.tr/2012/03/girisim-ve-girisimci-nedir.html>, 24.04.2014.
- URL - 3 [www.sdu.edu.tr/diger/ugik/pdf/etikdegerler.pdf](http://www.sdu.edu.tr/diger/ugik/pdf/etikdegerler.pdf), 03.04.2014
- URL - 4 <http://www.girisimhaber.com/post/2013/02/01/2012-Kuresel-Girisimcilik-Raporu-Yayinlandi.aspx>, 03.04.2014.
- URL - 5 <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Haberler.aspx?ref=647>, 03.03.2014.
- URL - 6 [www.ogm.com.tr](http://www.ogm.com.tr) Türkiye Orman Varlığı, 03.03.2014.
- URL - 7 <http://www.forumdaz.net/konu/ulkemizde-orman-urunleri-sanayisi.107087/>, 25.02.2014.
- URL - 8 [www.kerestenedir.com](http://www.kerestenedir.com), 07.04.2014.
- URL-9 <http://www.tobb.org.tr/SanayiMudurlugu/Documents/Kriter/GRUP331pdf>, 20.04.2014.
- URL - 10 <http://www.tobb.org.tr/SanayiMudurlugu/Documents/Kriter/GRUP311.pdf>, 03.04.2014.
- URL - 11 <http://www.mobilyadergisi.com.tr/>, 22.04.2014.
- URL - 12 <http://www.slideshare.net/edanurkurt549/kiilik-nedir>, 26.04.2014.
- URL - 13 <http://www.donusumkonagi.net/> 14.04.2014.
- URL - 14 <http://www.donusumkonagi.net/>, 29.03.2014.
- URL - 15 <http://www.burem.boun.edu.tr/?q=node/51>, 29.03.2014.
- URL - 16 [http://mebk12.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/51/03/973408/icerikler/kendine-guven-ozguven\\_148499.html](http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/51/03/973408/icerikler/kendine-guven-ozguven_148499.html), 25.04.2014.
- URL - 17 <http://tr.wikipedia.org> [www.kalkinma.com.tr](http://www.kalkinma.com.tr), 22.04.2014.
- URL - 18 [www.oaib.org.tr](http://www.oaib.org.tr).
- URL - 19 [www.tuik.com.tr](http://www.tuik.com.tr), Tük Yapısal İş Analizleri.
- URL - 20 [www.tusiad.org](http://www.tusiad.org).
- URL - 21 [www.tobb.org.tr](http://www.tobb.org.tr), Türkiye Orman Ürünleri Sektör Raporu, 26.03.2014.
- URL - 22 [www.iso.org.tr](http://www.iso.org.tr), İmalat Sanayinin Temel Göstergeler Açısından Yapısal Analizi, 2010, 18.

## 6. EKLER

### Ek – 1 Anket Formu

#### KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ ORMAN ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ

Bu anket Orman Ürünleri Sanayisinde Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Üzerine Etkilerini araştırmak üzere hazırlanan yüksek lisans çalışması ile ilgili olup verilen tüm bilgiler yalnızca bilimsel çalışma amacıyla kullanılacaktır. Yanıtlayacağınız sorular doğru ya da yanlış cevap içermemektedir. Bu nedenle soruların tamamını yanıtlamanız araştırmanın sağlığı açısından oldukça önemlidir. Elde edilen bulgular istenildiği takdirde ortalamalar halinde e-posta yolu ile bildirilecektir.

İlgi ve katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Ayyüce Güzide GÖK

#### Soru 1: Kendi işimi kurabilmek için; (Sizin için ne ölçüde önemli olduğunu işaretleyiniz)

		Çok Önemli	Önemli	Ne Önemli Ne Önemli	Önemsiz	Çok Önemsiz
1.	Çevremdeki iş fırsatlarını görebilmeliyim					
2.	Kuracağım iş hakkında uzmanlardan destek almalıyım					
3.	İş kurmanın yasal prosedürlerini öğrenmeliyim					
4.	Aynı alanda faaliyet gösteren girişimcilerin kuruluş aşamaları ve yöntemlerini takip etmeliyim					
5.	Kurmayı düşündüğüm işin şu anda sahip olduğun ekonomik ve sosyal seviyeme göre getirisini ve riskini hesaplamalıyım					
6.	İş hayatına atılmadan bir başkasının yanında işi öğrenmeyi ve iş hayatını tanımalıyım					
7.	Bağımsız hareket etmektense bana destek olacak ortaklar bulmalıyım.					
8.	İş kurmadan önce sermayeyi bulmalıyım					
9.	Sahip olduğum öz kaynaklarımı kullanabilme becerisine ve dış kaynakların teminine yönelmeliyim					
10.	İş kurmadan önce çalışma planı ve geleceğe yönelik analizler yapmalıyım					
11.	Piyasadaki rekabet durumunu incelemeliyim					
12.	İşi yapmama engel olabilecek zayıf yönlerimin neler olduğunu bilmeliyim					
13.	İşi yapmama yardım edecek güçlü yönlerimin neler olduğunu bilmeliyim					

**Soru 2:Ne ölçüde katıldığınızı işaretleyiniz.**

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır					
2.	Mücadeleden zevk alırım, bu nedenle rekabet daha çok çalışmamı sağlar					
3.	Sağlama alındığı ve sürekli olduğu sürece kârın az olması beni kaygılandırmaz					
4.	İş güvenliği benim için önemlidir					
5.	En başarılı olduğum zaman yalnız olduğum, kimsenin direkt gözetimi ve denetimi altında olmadığım zamanlardır					
6.	İşlerin yapılış şeklini değiştirmekten kaçınıyorum					
7.	İnsanların yaşamlarındaki üzücü olayların çoğu bir dereceye kadar kötü şans yüzündendir					
8.	Başarılı olduğumu hissedemez ve tatmin olamazsam, yüksek ücretlide olsa o işi yapmaktan hoşlanmam					
9.	Yüksek kazançlar elde etmek için yüksek riskler almaya istekliyim					
10.	İyi bir iş, ne yapılacağı ve nasıl yapılacağı açıkça belirtildiği işler					
11.	Başarırma yeteneğime güveniyorum					
12.	Diğer insanlar çevrede olağandışı fırsatlar göremediği halde ben çevredeki fırsatları algılayabilirim					
13.	Olayların sonuçları ne kadar iyi olsa da, sonuçlar kendi çabalarımın ürünü değilse beni memnun etmez					
14.	Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum					
15.	Makul bir kazanç söz konusu ise belirsiz koşullarda çalışmak benim için sorun değildir					
16.	Yapısal olmayan işlerde (sınırları kesin olarak çizilmemiş, iş kuralları belirlenmemiş iş) çalışmayı severim					
17.	Çözemediğim zayıflıklarım ve korkularım var					
18.	Yaratıcılığım ve becerikliliğim sayesinde zorlukların üstesinden gelebilirim					
19.	Kararlarımın ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarını kabullenirim					
20.	Eğer ücreti iyiye rutin ve çok çaba gerektirmeyen bir işte çalışmanın benim açımdan sakıncası yoktur					
21.	Kâr paylarını hesapladığım bir ortaklığa paramı yatırmaktan korkmam					
22.	Dikkatle takip etmeye çalıştığım bir programım var					
23.	Yeni ve denenmemiş durumların üstesinden gelebileceğimden şüpheliyim					
24.	İşleri yapmak için her zaman yeni ve daha iyi yolların olduğuna inanırım					
25.	Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kader değil ben etkilerim					
26.	Bir şey yaparken onun sadece yapılmasıyla değil					

	mükemmel yapılmasıyla ilgilenirim					
27.	Başarı olasılığı %60 ve daha fazla ise riski göze alırım					
28.	Birkaç kişinin üst üste gelen, çakışan sorumluluklar vermesi beni rahatsız eder					
29.	Çoğunluğun fikrine karşı kendi fikrimi öne sürmekte zorlanırım					
30.	Yeni, ilginç ve hatta çılgın fikirleri bulmakta zorlanırım					
31.	Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim					
32.	İnsanları yeteneklerine göre değil arkadaşlıklarına ve bağlılıklarına göre değerlendiririm					
33.	Hakkında bir şey bilmediğim görevi üzerime almaktan korkarım					
34.	Yetenekli, çalışkan ve hırslı olsam da param olmadığı sürece bir iş kuramam					
35.	Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve liderlik yapmayı severim					
36.	Başarının kişisel çabadan çok şans ve kaderin bir sonucu olduğuna inanırım					

### Soru 3

Cinsiyetiniz?	Kadın..... Erkek.....
Faaliyet Alanı ?	.....
Kaç yıllık iş deneyiminiz var?	1 yıldan az..... 1-5 yıl..... 6-10 yıl 11-15 yıl 16 yıl ve daha fazla.....
Ailede kendi işini kuran birinci derece yakınınız var mı?	Evet..... Hayır.....
Varsa kim?	.....
Kendi işinizi kurmayı denediniz mi?	Evet..... Hayır.....
Doğum yeriniz neresidir?	.....
Eğitim seviyeniz	İlkokul ..... Ortaokul..... Lise..... Önlisans..... Lisans..... Yüksek Lisans.....
Yaşınız	
Daha önce farklı bir sektörde çalıştınız mı?	
İşletmenizde ortalama çalışan sayısı	
Statünüz (İşçi, Şef, Mühendis, Üretim Sorumlusu, Müdür, Vardiya amiri.....)	

Ek – 2 Ek Tablo 1. Girişimci olma niyeti ve kişilik özelliklerinin demografik faktörler bakımından incelenmesi ile elde edilen ortalamalar

	Cinsiyet	Ailede kendi işini kuran 1. derece akraba	Kendi işini kurmayı deneme	Farklı sektörde çalışmış olma	Deneyim (Yıl)	Bölgeler	Eğitim	Yaş	Çalışan Sayısı (Kişi)	Statü	Faaliyet Alanı
<b>Başarı ihtiyacı</b>	3,34 (Erkek) <b>3,47 (Kadın)</b>	3,30 (Evet) <b>3,37 (Hayır)</b>	3,23 (Evet) <b>3,38 (Hayır)</b>	3,25 (Hayır) <b>3,40 (Evet)</b>	3,08 (6-10 yıl) 3,26 (1 yıldan az) 3,29 (1-5 yıl) 3,47 (11-15 yıl) <b>3,52 (16 yıl ve üstü)</b>	3,32 (Marmara) 3,41 (Karadeniz) <b>3,44 (Diğer)</b>	3,11 (Ortaokul) 3,12 (İlkokul) 3,33 (Lise) <b>3,66 (Önlisans ve üstü)</b>	3,05 (25 ve altı) 3,46 (36-45) 3,56 (26-35) <b>3,59 (46 ve üstü)</b>	2,89 (50 ve altı) 3,29 (51-100) <b>3,89 (101 ve üstü)</b>	3,31 (İşçi) 3,41 (Mühendis-Müdür) <b>3,46 (İdari)</b>	2,00 (Mobilya) 3,38 (Or. Ür.) <b>3,75 (Kontrolplak)</b>
<b>Kontrol odaklılık</b>	3,12 (Erkek) <b>3,23 (Kadın)</b>	3,03 (Evet) <b>3,17 (Hayır)</b>	3,10 (Evet) <b>3,13 (Hayır)</b>	3,07 (Hayır) <b>3,14 (Evet)</b>	2,87 (6-10 yıl) 3,12(11-15 yıl) 3,171 (16 yıl ve üstü) 3,173 (1-5 yıl) <b>3,48(1 yıldan az)</b>	3,03 (Marmara) 3,13 (Diğer) <b>3,24 (Karadeniz)</b>	3,05 (İlkokul) 3,09 (Lise) 3,19 (Önlisans ve üstü) <b>3,192 (Ortaokul)</b>	3,10 (25 ve altı) 3,104 (26-35) 3,107 (46 ve üstü) <b>3,23 (36-45)</b>	3,01 (50 ve altı) 3,09 (51-100) <b>3,27 (101 ve üstü)</b>	3,11 (İşçi) 3,119 (Mühendis-Müdür) <b>3,25 (İdari)</b>	2,27 (Mobilya) 3,20 (Kontrolplak) <b>3,209 (Or. Ür.)</b>
<b>Risk alma eğilimi</b>	2,85 (Kadın) <b>3,07 (Erkek)</b>	2,97 (Evet) <b>3,10 (Hayır)</b>	3,05 (Evet) <b>3,06 (Hayır)</b>	3,05 (Evet) <b>3,07 (Hayır)</b>	2,80 (6-10 yıl) 3,00 (1-5 yıl) 3,10 (16 yıl ve üstü) 3,18 (11-15 yıl) <b>3,46 (1 yıldan az)</b>	3,022 (Marmara) 3,023 (Karadeniz) <b>3,20 (Diğer)</b>	2,84 (İlkokul) 3,08 (Lise) 3,12 (Önlisans ve üstü) <b>3,14 (Ortaokul)</b>	2,88 (25 ve altı) 3,06 (26-35) 3,19 (36-45) <b>3,27 (46 ve üstü)</b>	2,90 (51-100) 3,08 (50 ve altı) <b>3,30 (101 ve üstü)</b>	3,01 (İdari) 3,04 (İşçi) <b>3,14 (Mühendis-Müdür)</b>	2,01 (Mobilya) 3,14 (Or. Ür.) <b>3,19 (Kontrolplak)</b>
<b>Belirsizliğe tolerans</b>	3,00 (Erkek) <b>3,10 (Kadın)</b>	2,99 (Evet) <b>3,02 (Hayır)</b>	3,01 (Hayır) <b>3,02 (Evet)</b>	3,02 (Evet) <b>3,08 (Hayır)</b>	2,85 (6-10 yıl) 2,93 (11-15 yıl) 2,95 (1-5 yıl) 3,10 (1 yıldan az) <b>3,20 (16 yıl ve üstü)</b>	2,95 (Marmara) 3,04 (Karadeniz) <b>3,07 (Diğer)</b>	2,72 (Ortaokul) 2,84 (İlkokul) 3,09 (Lise) <b>3,20 (Önlisans ve üstü)</b>	2,91 (25 ve altı) 3,01 (36-45) 3,07 (26-35) <b>3,22 (46 ve üstü)</b>	2,86 (50 ve altı) 2,99 (51-100) <b>3,17 (101 ve üstü)</b>	2,95 (İşçi) 3,14 (Mühendis-Müdür) <b>3,35 (İdari)</b>	2,13 (Mobilya) 3,08 (Kontrolplak) <b>3,09 (Or. Ür.)</b>
<b>Kendine güven</b>	2,99 (Erkek) <b>3,29 (Kadın)</b>	2,95 (Evet) <b>3,03 (Hayır)</b>	2,87 (Evet) <b>3,05 (Hayır)</b>	2,99 (Evet) <b>3,01 (Hayır)</b>	2,69 (6-10 yıl) 2,99 (1-5 yıl) 3,09 (11-15 yıl) 3,12 (16 yıl ve üstü) <b>3,26 (1 yıldan az)</b>	2,87 (Diğer) 3,04 (Karadeniz) <b>3,06 (Marmara)</b>	2,75 (İlkokul) 2,78 (Ortaokul) 3,11 (Lise) <b>3,12 (Önlisans ve üstü)</b>	2,84 (25 ve altı) 2,98 (26-35) 3,13 (36-45) <b>3,20 (46 ve üstü)</b>	2,83 (51-100) 2,94 (50 ve altı) <b>3,38 (101 ve üstü)</b>	2,97 (İşçi) 3,05 (İdari) <b>3,11 (Mühendis-Müdür)</b>	2,40 (Mobilya) 3,05 (Or. Ür.) <b>3,08 (Kontrolplak)</b>
<b>Yenilikçilik</b>	3,10 (Kadın) <b>3,107 (Erkek)</b>	3,03 (Evet) <b>3,14 (Hayır)</b>	2,99 (Evet) <b>3,13 (Hayır)</b>	3,09 (Evet) <b>3,15 (Hayır)</b>	2,75 (6-10 yıl) 3,11(1-5 yıl) 3,18 (11-15 yıl) 3,24 (16 yıl ve üstü) <b>3,26 (1 yıldan az)</b>	3,03 (Marmara) 3,200 (Diğer) 3,208 (Karadeniz)	3,00 (İlkokul) 3,07 (Ortaokul) 3,11 (Lise) <b>3,24 (Önlisans ve üstü)</b>	2,97 (25 ve altı) 3,12 (26-35) 3,19 (36-45) <b>3,32 (46 ve üstü)</b>	2,94 (50 ve altı) 3,08 (51-100) <b>3,44 (101 ve üstü)</b>	3,04 (İdari) 3,07 (İşçi) <b>3,32 (Mühendis-Müdür)</b>	2,20 (Mobilya) 3,14 (Or. Ür.) <b>3,34 (Kontrolplak)</b>



## **ÖZGEÇMİŞ**

Ayyüce Güzide Gök, 01.08.1990 tarihinde Bursa’da doğdu. 2007 – 2008 Eğitim ve Öğretim Yılında Bursa Gazi Anadolu Lisesi’nden mezun oldu. 2008 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümüne kayıt yaptırdı. 2012 yılında Orman Endüstri Mühendisi olarak mezun oldu. Aynı yıl KTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalında yüksek lisansa başladı. Ayyüce Güzide Gök, bekar ve İngilizce bilmektedir.