



YAŞAM AMAÇLARININ GİRİŞİMCİLİK DÜŞÜNCESİNİ BİÇİMLENDİRMESİ

LIFE GOALS AND THEIR SHAPING THE IDEA OF ENTREPRENEURSHIP

Erkan Turan DEMİREL¹

Öz

Bu araştırmanın amacı, yaşam amaçlarının girişimcilik düşüncesinin belirleyicisi olup olmadığını belirlemektir. Amacı gerçekleştirmek için 2011/2012 öğretim yılı bahar döneminde Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olup Girişimcilik dersini alan öğrencilerden anket yolu ile veri toplanmıştır. Betimleyici analizler, keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, çoklu regresyon analizi ve yol analizi yapılarak, veriler analize tabi tutulmuştur. Sonuçta, bir bütün olarak yaşam amaçlarının girişimcilik düşüncesi üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, içsel yaşam amaçlarının girişimcilik düşüncesi üzerindeki belirleyiciliğinin manidar olduğu ve dışsal yaşam amaçlarının girişimcilik düşüncesi üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Yaşam amaçları, girişimcilik, üniversite öğrencileri

Abstract

The objective of this study is to determine whether life goals are the determinants on entrepreneurship idea. The target population of the study consists of 316 students receiving *Entrepreneurship* course at Fırat University Vocational School of Social Sciences during the spring semester of 2011/2012 academic year. Questionnaire method was used for data collection. The questionnaire included two scales as the *life goals* and *entrepreneurship scales*. Assessable data could be collected from a total of 240 students. Descriptive analyses, exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, multiple regression analysis and path analysis were used for data analysis. In conclusion it was determined that the determining effect of life goals as a whole on entrepreneurship idea is significant. In addition it was also determined that the determining effect of inner life goals on entrepreneurship idea is significant, while that of outer life goals is insignificant.

Key Words: Life goals, entrepreneurship, university students

¹ Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü ELAZIĞ, edemirel@firat.edu.tr

GİRİŞ

Türkiye gibi gelişmekte olan ve girişimci nüfusu sınırlı ülkeler; işsizliğin azaltılmasını, ekonomik büyümenin hızlanmasını, yenilikçilik potansiyelinin güçlenmesini ve rekabet gücünün artmasını gerçekleştirebilmek için sınırlı bir nüfusa sahip girişimci nüfuslarını artırmak zorundadırlar. Güçlü ve kalabalık bir girişimci nüfusun varlığı, çağdaş medeniyeti geliştirmenin temel aktörlerindedir. Bu gerçeğin karşısında, Türkiye’de her 100 yetişkinden yalnızca 6’sı girişimci olabilmektedir. Bu yetersizliğin nedenleri arasında Osmanlı ve öncesindeki nesillerden miras kalan “asker millet” özelliği, aşırı kanaatkârlık, dinin dünyaya verdiği önemin göz ardı edilmesi, devletin girişimcilere sağladığı desteklerin yetersiz kalması, bürokratik karmaşa ve eğitim sisteminin girişimcilik yeteneklerini zayıflatması gibi etkenler sayılmaktadır. Söz konusu etkenler, Türk İnsanı’nı ataletle alıştırarak, “yeniliklerden ve risklerden uzaklaştırmakta; rahat ve garantili meslekleri tercih etmeye yönlendirmektedir. Bu durumun yarattığı olumsuzluklardan birisi de girişimci kişiliği güçlü bireylerin yetişmesinin fazlasıyla zorlaşmasıdır.

Yazında yer alan girişimcilik içerikli çalışmalara bakıldığında konunun kişilik (Ceylan ve Demircan;), kültür (Demirel, 2003; Demirel vd., 2007; Aytaç ve İlhan, 2007; Güney ve Çetin, 2003), yenilikçilik (Wong vd., 2005; Anokhin ve Schulze, 2009), yaratıcılık (Sørensen, 2008; Fillis ve Rentschler, 2010), liderlik (Vecchio, 2003; Harrison ve Leitch, 1994; Garcia-Ruiz ve Toninelli, 2010; Swiercz ve Sharon, 2002) ve değerler (Kuvan, 2007; Özkul, 2007; Çalışkur vd, 2012) gibi kavramların oluşturduğu bakış açısı ile girişimciliğin incelendiği görülmektedir. Dikkati çeken husus, bu kavramlarının birçoğunun girişimciliğin belirleyicisi olmalarıdır. Bu belirleyici kavramlar arasında olması muhtemel ve yazında dikkate alınmamış gibi duran kavramlardan biri de yaşam amaçlarıdır.

Yaşam amaçları, yaşama ilişkin değerlerin organize olarak, genel inanç şekline bürünmüş halidir. Bu genel inanç denen yaşam amaçları, bireylerin meslek seçimi de dâhil olmak üzere gelecek planlarını şekillendiren başat unsurlar arasında yer almaktadır. Bilinçsiz ya da diğer ifadeyle sağlıksız belirlenmiş yaşam amaçları, bireyi yanlış seçimler yapmaya yöneltmekte; dolayısıyla hem iş yaşamında hem de özel yaşamda mutsuz ve başarısız nesiller yetişmektedir. Türkiye’nin yeterince girişimci nüfusa sahip olamamasının ardında yatan nedenler arasında; Türk’lerin yaşam amaçlarının, girişimciliği desteklememesinin de olabileceği ciddi olarak üzerinde durulması gereken bir alan kabul edilmelidir.

Yaşam amaçları, psikoloji ve eğitim bilimleri alanlarında ele alınan önemli kavramlardan birisidir (İlhan, 2009; Eryılmaz ve Aypay, 2011a; Eryılmaz ve Aypay, 2011b; Şahin vd., 2011). Sözü edilen bilim alanlarında araştırmalara konu olmasına rağmen işletme ve iktisat gibi sosyal alanlarda çalışan bilim insanlarınınca yeterince araştırılmamıştır. Oysaki yaşam amaçları, girişimciliğin önemli bir belirleyicisi olabilir. Yaşam değerlerinin girişimcilik üzerinde belirleyiciliğini ortaya koyan çalışmaların varlığı, yaşam amaçlarının girişimcilik üzerindeki belirleyici etkisinin varlığına bir işaret olarak kabul edilmeli ve bu konuda çalışmalar yapılmalıdır. Yaşam amaçlarının, insanımızı girişimciliğe yönltebilmesi için bu bakış açısına sahip çalışmaların önemli çalışmalar olduğu değerlendirilmektedir.

Bu çalışma, yukarıda ifade edilen görüşlerin oluşturduğu bakış açısıyla şekillenmiştir. Cevap aranan temel soru, “yaşam amaçları girişimcilik düşüncelerinin belirleyicisi midir?” şeklindedir. Bu soruya cevap verebilmek için çalışmanın içeriğinde, “yaşam amaçları”, “girişimcilik” ve “yaşam amaçları – girişimcilik ilişkisi” teorik olarak açıklanmıştır. Teorik kısımdan sonra araştırmanın iddialarına görgül destek aramak için yapılan uygulama sonuçları aktarılmıştır.

1. YAŞAM AMAÇLARI

“Ölmeye değer bir amacı olmayan insanın yaşamaya değer bir amacı da olamaz.”

Martin Luther King

Türk Dil Kurumu'nun Büyük Türkçe Sözlüğü'nde, amaç; “bir edim, işlem ya da sürecin yöneldiği ve gerçekleştirmek istediği sonuç” ya da “eğitim alanında bir etkinliğe, bir eyleme ya da bir işe başlarken erişilmek istenilen, öğrenim sürecine bütünlük ve anlam kazandıran sonuç” olarak tanımlanmaktadır (TDK BTS, 14.11.2012:internet). Bu tanımlardan yola çıkıldığında yaşam amaçlarının; “yaşam sürecinin yöneldiği sonuç” ya da “yaşam içerisinde erişilmek istenen, yaşam sürecine bütünlük ve anlam kazandıran sonuç” olarak tanımlanabileceği değerlendirilmektedir.

Sözlük karşılığında yazındaki karşılığına geçildiğinde amaç kavramının farklı bakış açılarıyla tanımlandığı görülmektedir (İlhan, 2009:11). Bunların bazılarında, amaç kavramına şu tanımların önerildiği görülmektedir: “kişisel çabalar” (Emmons, 1986:1058-1068), kişisel projeler (Little, 1983:273-290), olası benlikler (Markus ve Nurius, 1986:954-969). Pöhlmann (2001:68-84) ise amaçları hiyerarşik bir yapıya benzetmek suretiyle yaşam amaçlarını, amaçlar hiyerarşisinde en üst sıraya koymakta; diğer kavramları da (kişisel çabalar, kişisel

projeler, olası benlikler) daha alt düzeyde amaçlar olarak ifade etmektedir. Bu bakış açısının yanı sıra yazında, amaç kavramının değer kavramının yerine kullanıldığı çalışmalara da rastlanmaktadır (Kasser ve Ahuiva, 2002:137-146; Kasser vd., 1995:907-914; Sheldon, 2005:209-223; Vansteenkiste vd., 2006:19-31).

Bireylerin amaç belirlemeleri ve belirledikleri amaçları yaşama geçirmek için çabalamaları, hem güçlenmelerine hem de olumlu duygular yaşamalarına yardımcı olmaktadır. *Amaç oluşturmak ve oluşturulan amaçları yaşama aktarmak*; insanın en belirgin özelliği olarak ifade edilmektedir (Eryılmaz ve Aypay, 2011a:1219-1233). Bu görüşe göre insan, kendi belirlemiş olduğu amaçları yaşama aktaran aktif bir varlık olarak, farklı ortamlarda bulunsa da bu ortamlarda kendi amaçlarına göre etkileşime geçecek ve davranışlarını bu doğrultuda davranışlarını düzenleyecektir (Emmons, 1999:123-145).

Hayatın anlamı ile yaşam amacı arasında doğrudan bir ilişki vardır. Yaşam amacı, bireyin, hayatının bir yönü olduğunu ve bu yönün ona birey tarafından yüklenen anlam sayesinde yükseldiğini hissetmesidir. Bu nedenle insanlar, yaşamları için bir amaç tanımladıklarında genellikle anlamlı bir hayat yaratmakta, yaşantılarından kaynaklanan amaçlara eğilim göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, bireyler anlamlı amaçlar için mücadele ettiklerinde hayat daha dolu ve eğlenceli bir hal almaktadır (Mohamad vd, 2011:743).

Literatürde insanların yaşam amaçları belirlemeleri farklı şekillerde ele alınmaktadır. yaklaşımlar da bulunmaktadır. Peseschkian'a göre (1996:337-350), bireylerin yaşam amaçları belirlemeleri, dört temel alanda ortaya çıkmaktadır. İnsanlar, *beden* (duyum), başarı (*kariyer*), *ilişki* ve maneviyat alanlarında belirledikleri amaçları gerçekleştirmeye çalışmakta ve yaşadıkları çatışmaların çözümünde bu amaçları kaynak olarak kullanmaktadırlar. *İlişki* amaçlarını belirleme, "bireylerin evlenecekleri kişide aradıkları özellikleri belirlemeleri, eşleri ve yakın çevreleri ile nasıl bir yaşam geçireceklerine ilişkin planlama yapmaları" anlamındadır. *Kariyer* (başarı) amaçlarını belirleme, "bireylerin yaşamları boyunca hangi işlerde çalışacaklarına ve nasıl bir ilerleme göstereceklerine ilişkin planlama yapmaları" anlamına gelmektedir. Maneviyat amaçları belirleme ise "insanların hayatlarında ne için çaba göstermeleri gerekebileceğine dair nihaî bir vizyon belirlemelerinde dini inançlarını temel almaları" şeklinde tanımlanabilir. *Beden* (duyum) amaçlarını belirleme ise, "bireylerin bedenlerini rahatlatmak için hangi sporlarla ve hobilerle nasıl uğraşacaklarına dair planlara sahip olmalarıyla" ilgilidir.

Amaçlar; günlük amaçlar ve yaşam amaçları olarak iki farklı şekilde de ele alınmaktadır. Bireylerin gün içinde yapacaklarına dair amaçları onların günlük amaçlarını oluşturmakta iken geleceğe dair amaçları ise yaşam amaçlarını oluşturmaktadır. Günlük amaçlar, bireylerin yaşam amaçlarını gerçekleştirmelerinde aracı işlev görmektedirler. Bir öğrencinin gelecekte doktor olmak istemesi, o öğrenci için bir yaşam amacıdır. Öğrencinin lisedeki biyoloji dersinden başarılı olmayı istemesi ise doktor olma yaşam amacını gerçekleştirmesine olanak tanıyacak olan günlük amaçlarından biridir (Eryılmaz ve Aypay, 2011b:149-158).

Kasser ve Ryan'ın (2001:116-131) sınıflandırmalarına göre de amaçlar; içsel amaçlar ve dışsal amaçlar olarak ikiye ayırmaktadır. İçsel amaçlar kişisel büyümeyi, duygusal yakınlığı ve topluma hizmet etmeyi... içerirken; dışsal amaçlar ise finansal açıdan başarılı olmayı, fiziksel çekiciliği ve toplumsal popüleriteye sahip olmayı... içermektedir. İnsanın doğası ve ihtiyaçları, içsel amaçlarını yaratmakta; insanın ait olduğu toplumun ve kültürün isteklerinin karşılanması da dışsal amaçlarını yaratmaktadır.

İçsel ve dışsal amaçların aynı anda gerçekleştirilmesi için ne kapasite ne de zaman olarak yeterlidir. İçsel amaçlar, dışsal amaçlar tarafından desteklenmektedir. Diğer bir ifadeyle, dışsal amaçlar içsel amaçların gerçekleştirilmesine yönelik ikincil amaç konumundadır (Demirel vd, 2012:325-336).

2. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik kavramı Fransızca “entreprendre” kelimesinden türetilmiştir (Arıkan, 2002:27). Bu sözcüğün Türkçe karşılığı, “üstlenmek” tir (Arıkan, 2002:27). “Entrepreneur” kavramından başka kavramlar da türetilmiştir. Bunlar; “entrepreneurship” yani “girişimcilik”, “entrepreneurial” yani “girişimsel” ve “entrepreneurial process” yani “girişimsel süreç” kavramlarıdır. *Girişimcilik*, girişimcinin yaptığı işi, *girişimsel*, girişimcinin savunduğu yaklaşımı ve *girişimsel süreç* ise kullandığı yöntemleri ifade eder (Wickham, 1998:4).

Girişimci ise üretim faktörlerini bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişidir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:15) Girişimci, “iş soyut, (fikir) halden alıp somut şekle dönüştüren kişi” olarak da tanımlanmaktadır. Bu doğrultuda; değişik üretim faktörlerini bir araya getirerek risk alan ve iş fikrini gerçeğe dönüştüren kişi; girişimci olarak adlandırılmaktadır (Top, 2006:4). Yaratıcı kişiliği aracılığıyla, pazarda bulunan fırsatları gözleyen, belirleyen, belirlediği fırsatlar ile tüketicinin

var olan isteklerini iş fikrine dönüştüren, kaynakları bir araya getirerek kâr gözeterek ve de olası riskleri göze alarak işletmeyi kuran kişidir (Arıkan, 2002:3). Yaratıcılıkla benzer şekilde yenilik açısından girişimci; problemden (krizden) fırsatı çıkaran, fırsatı yenilik kalıbı içerisinde şekillendiren, elde ettiği çıktıyı pazarlanabilir (işe çevrilebilir) hale getiren, üzerine katma değer ekleyen ve bunların sonucunda maddi ve manevi bir karşılık bekleyen kişidir (Top, 2006:5).

Girişimcilik, modern iktisadi düşüncenin başlangıcı sayılan ve 18. Aşırın sonlarında ortaya çıkan Fizyokratlar'ın önde gelenlerinden Cantillon'a göre ekonomik sistemde merkezi rol almaktadır (Hebert and Link, 2006:589). Tüketicilerle üreticiler arasındaki irtibatı sağlamaktadır (Grabel et al, 2003:495). Aynı düşüncenin temsilcilerinden Turgot'a göre girişimcilik sermaye sahibi olmaya dayanmaktadır. Buna göre para yatırılan her iş girişimciliktir (Top, 2006:51).

Klasik iktisat düşüncesinin öncüsü Smith'e göre kapitalist ile girişimci özdeştir (TÜSİAD, 2002:35). Girişimciler, üretimi örgütlemeleri, tasarruf ve yatırım yapmaları nedeniyle ekonomik sistemin en önemli aktörleridir. Üretim faktörlerinin dağılımını, pazardaki riskleri ve belirsizlikleri de dikkate alarak en etkin bir şekilde yaparlar (Kazgan, 2004:90). Maceracı, ileri görüşlü ve sorumluluk alan kişilerdir (Sciascia and De Vita, 2004:6). Klasik ekolün duayenlerinden Say ise girişimci ile sermaye sahibini ayırarak, konuya yeni bir yaklaşım getirmiştir. Buna göre sermaye sahibi finansal risk alan kişi iken girişimci de üretim faktörlerini yeni zenginlikler yaratmak üzere bir araya getiren kişi (Çonkar ve İlter, 2004: 2) olmakla birlikte klasik üretim faktörlerinin içerisinde yer almaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:6).

Klasik iktisat düşüncesinden sonra girişimcilik teorisine yapılan en önemli katkı Schumpeter'e aittir (Aidis, internet:4). Schumpeter, girişimcinin yenilikçilik ve dinamiklik özellikleri ile ekonomik gelişmede insan kaynaklarının yapı taşı olduğunu vurgulayarak etki alanını genişletmiştir. Schumpeter, "dinamik girişimci" kavramını da literatüre kazandırmıştır. Dinamik girişimci, "yeni tedarik kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni süreçler ve organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikâme eden, eskiyi terk edip daha etkin olacak yeni yolları ve yöntemleri devreye sokarak yaşayan kişidir. Bir diğer ifade ile "yıkıcı yaratıcıdır. Bu yönü ile ekonomik büyümenin en önemli aktörü haline gelmektedir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:6).

Yukarıda aktarılan yazın kayıtları, girişimcilik sürecine odaklanmaktadır. Bir süreç olmakla birlikte girişimcilik, kişilik özelliklerinde ve kültürden yola çıkılarak da açıklanmaktadır. Girişimci kişilik, yaratıcılık (Akat vd, 2002:433), iletişimde teşebbüsü ele alma ve duruma hâkim olma (Eren, 2001:89) ve tutkulu olma (Titiz, 1998:6) gibi kavramlar esas alınarak açıklanmaktadır. Girişimci kişiliğin özellikleri literatürde şöyle sayılmaktadır: gelişmiş hayal gücü, risklere katlanma, yenilikçilik, yaratıcılık, yönetim becerisi, öğrenme azmi, insani ilişkiler becerisi, hırslılık, kararlılık, iyimserlik, özgüven, önsezi, fırsatçılık, vizyon, işe odaklanma, sorumluluk, başarı ihtiyacı, belirsizlikten kaçmama, bağımsızlık ihtiyacı, enerjilik, problem çözme yeteneği, planlama yeteneği, esneklik, hataları kabul etme, proaktiflik, strese dayanıklılık ... (Demirel, 2003:49-61).

Girişimcilik sürecinin desteklenmesinde kültür de etkili olmaktadır. Kültür; insanların davranışlarına parametre oluşturan soyut ya da somut anlam ifade eden değerlerden oluşan bir bütündür (Hofstede, 1984:111). Bir topluma ait kültür; girişimciliği destekleyen ya da karşı olan bir kültür olarak tanımlanamaz. Ancak, kültürel bütünü oluşturan çok sayıdaki alt kültür ve kültürün boyutları girişimciliği olumlu veya olumsuz etkileyecek ortamlar oluşturabilirler (Hisrich and Peters, 2002:11). Girişimcilik için olumlu ortam yaratılmasına katkıda bulunan kültür boyutları; “belirsizlikten kaçınma (düşük seviyede), güç mesafesi (düşük seviyede), baskın değerler (erillik), bireycilik/toplumculuk (bireycilik eğilimi) ve denetim noktası (iç denetim odaklılık” şeklinde sayılmaktadır (Demirel, 2003:62-74).

3. YAŞAM AMAÇLARININ GİRİŞİMCİLİK DÜŞÜNCELERİ ÜZERİNDEKİ BELİRLEYİCİLİĞİ

Yazında, yaşam amaçlarının girişimcilik düşünceleri üzerindeki belirleyiciliğini sorgulayan çalışmalara rastlanamamıştır. Ancak, değerler ile girişimcilik düşünceleri arasındaki ilişkileri sorgulayan çalışmalar, yazında yer almaktadır. Değer – yaşam amacı kavramları arasındaki güçlü bağdan kıyasla yaşam amaçlarının girişimcilik düşünceleri üzerindeki belirleyiciliğine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Rokeach’a göre değerler; tercih edilebilir davranış biçimleri veya yaşam amaçları ile ilgili değerlerin daimi organizasyonudur. Bu yaklaşımın kaynağı, değer sisteminin “*sürekli bir önemliliğe sahip oluşudur* (Rokeach, 1973:3-5; Akt: Özkul, 2007:4). Değerlerin temel niteliği; *davranışların seçilmesine, olayların ve insanların değerlendirilmesine, davranışların açıklanmasına yardımcı olan sosyal bir aktör oluşudur*. Bu temel niteliğe göre değerler, *insanlara yaşamlarında değişken önemlilik içerisinde yol gösteren ilkeler*

olarak hizmet eden arzu edilebilir amaçlar” olarak tanımlamaktadır (Schwartz, 1999: 24-25).

Rokeach, değeri, “kişisel veya toplumsal olarak zıt ya da farklı bir davranış biçimi veya yaşam amacına karşı tercih edilen, belirli bir davranış biçimi veya yaşam amacı şeklindeki süregiden bir inanç” biçiminde tanımlamıştır (Rokeach, 1973:5; Akt: Çalışkur vd, 2012:219-236). Değerler, bir yaşam amacı olarak davranışlara rehberlik edebilir yani davranışları yönlendirebilirler. Çünkü bireyin amaçlarıyla ve bu amaçlara ulaşmada yararlandığı davranışlarla ilişkilidirler. Değerlerin, yaşam amaçları üzerinden şekillendirdiği davranışlardan birisi de çalışma davranışlarıdır (Çalışkur vd, 2012:219-236).

Bireysel değerlerin, iş yaşamında ki beklentileri karşılayan şekli, iş değerlerinin temelini oluşturmaktadır. İş değerlerini, bireysel değerlerden ayrı bir şekilde düşünmek mümkün değildir (Koca, 2009:84). Bireyin işe ilişkin değerleri, meslek seçim sürecini veya mesleklere ilişkin düşünceleri ile eğilimlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Meslek seçimini, kariyer planlama ve geliştirme süreci ile genel yaşam değerleri arasında da çok yönlü bir etkileşim söz konusudur (Brown, 2002:48-57).

İş değerleri yazında çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalar arasında en yaygın olarak atıf alanlardan birisi Super’in “İş Değerleri Envanteri”dir.” Bu envanterde, on beş temel iş değeri, içsel ve dışsal olarak iki şekilde sınıflandırılmıştır (Koca, 2009:84):

İçsel Değerler: Bireyin doğasında mevcut olup; fedakârlık, estetik, yaratıcılık, zihinsel uyarı, bağımsızlık, başarı, gelişme, çeşitlilik ve otorite gibi bireyin işe bakışını gösteren değerlerdir.

Dışsal Değerler: İşin ekonomik tarafı, güvenlik, çevre, üst yönetimle ilişkiler, çalışma arkadaşları, prestij ve yaşam tarzı ile ilgili olup; işin sosyal yönünü ve diğer kazanımlarını gösteren değerlerdir.

Değerler ve özellikle iş ile ilgili olanlar, bireylerin işlere (mesleklere) ilişkin düşüncelerini ve iş taleplerini şekillendirmektedir. Bireyler, belirli değerleri göze önüne alarak; kendilerine çekici gelen işi daha doğrusu değerlerini gerçekleştirmelerine en fazla katkı sağlayacak işi seçerler (Koca, 2009:91).

Değerlerin, yaşam amaçlarının gerçekleştirilmesi ile ilgili düzenli inanç bütünü olduğu bilgisinden hareket edildiğinde, değerlerin dolayısıyla da yaşam amaçlarının meslek seçimine etkileri hakkında şunlar söylenebilir:

Bireyin davranışlarını ve kararlarını etkileyen yaşam amaçlarını net olarak tespit etmek oldukça güçtür. Çünkü, çevrenin bir unsuru olarak birey, doğal olarak, toplumda değer gören olgulara eğilimli olacaktır. Bu nedenle, yaşam amacının içsel ya da dışsal faktörlerden hangisiyle şekillendiğini anlayabilmek oldukça önemlidir. Örneğin; yaşam amacı içsel faktörler ile şekillenen bir birey, bireyselliği destekleyen, kendini ifade edebileceği, üretken, aktif, özgür ve diğer insanlara faydalı olabileceği mesleklere yönelecektir. Buna karşın dışsal faktörlere göre şekillenmiş yaşam amacı, bireyi, fiziksel, maddi ve beşeri anlamda kişisel doyuma ulaştıracak kendini önemli hissetmesini sağlayacak mesleklere yönlendirecektir. Bunu gerçekleştirmek için de toplumun ya da yakın çevresinin değer verdiği, saygı gösterdiği, kabul edip onayladığı, maddi getirisi yüksek mesleklere yönelecektir (Demirel vd, 2012:325-336).

İnsan, yaşam amaçlarına ulaşma şansını en üst düzeye çıkarmasına yardımcı olacak mesleği seçme eğilimindedir. Buna göre her yaşam amacı ile her mesleğin örtüşmeyeceği de söylenebilir. Yani, bir yaşam amacı için pratik değeri olan meslek, bir başka yaşam amacına değer katamayabilir. Farklı meslek gruplarındaki insanların yaşam amaçları farklı olabilir. Bu farklılık, meslek seçimi öncesinde şekillenmekte; yaşam amaçlarını meslek seçiminin önemli bir belirleyicisi haline getirmekte ve meslek memnuniyetine ya da memnuniyetsizliğine zemin hazırlamaktadır (Astin ve Nichols, 1964:50-58).

Mesleklere eğilimi veya meslek seçimini etkileyen yaşam amaçlarının farklı olabileceği yukarıda ifade edilmişti. Buna göre bir meslek ya da yaşam biçimi olarak ele alındığında girişimciliği destekleyen yaşam amaçlarının, içsel yaşam amaçları olduğu değerlendirilmektedir.

Bilindiği üzere içsel amaçlar insanın doğasıyla ilgili olup; duygusallığı, kişisel büyümeyi, topluma hizmeti, dostluğu, hayatın anlamını vs. temsil etmektedir. İçsel amaçlar, varlığın toplum içerisinde zamana bağlı olarak derinleşmesidir. Zaman içerisinde toplumda derinliğe ulaşmış bir varlığa erişebilmek, topluma hizmet etmekle, toplum yaşamını kolaylaştırmakla, toplumda güven kazanabilmekle ve topluma öncü olabilmekle mümkün olabilir. İçsel amaçlar, bireylerin iyi oluşlarına ve kişisel gelişimlerine de dışsal amaçlara oranla daha fazla katkı sağlamaktadır.

Girişimcilik düşüncelerinin veya eğilimlerinin varlığına en fazla katkıda bulunan faktörler olarak “bireysel tatmin, kendini gerçekleştirme ve değerler” sayılmaktadır (Kuvan,

2007:332-341). Girişimciliğin temel özellikleri arasında da sürekli gelişim, özgüven, hizmet, yardımseverlik, iletişim, öncülük, yenilikçilik vb. kavramlar sayılmaktadır.

Konuya bu açıdan yaklaşıldığında, girişimciliği ya da diğer ifadeyle girişimciliği meslek veya yaşam biçimi olarak seçmeyi destekleyen yaşam amaçlarının içsel yaşam amaçları olduğu görüşünü destekleyen bulgulara erişildiği düşünülmektedir.

4. UYGULAMA

4.1. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, 2011 – 2012 bahar döneminde Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olup, Girişimcilik dersini alan öğrenciler oluşturmaktadır. Evrende, 316 öğrenci yer almaktadır. Evreni oluşturan öğrencilerin tamamına ulaşılmaya çalışılmış; ancak devamsızlık vb. nedenlerle 240 öğrenciden değerlendirilebilir nitelikte ham veriler elde edilebilmiştir.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, yaşam amaçlarının girişimcilikle ilgili düşüncelerin belirleyicisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu amaç ve yazından elde edilebilen bulgular doğrultusunda şu hipotezler sınanmıştır:

H₁: İçsel yaşam amaçları ile girişimcilik düşünceleri arasında manidar bir ilişki vardır.

H₂: Dışsal yaşam amaçları ile girişimcilik düşünceleri arasında manidar bir ilişki yoktur.

Yaşam amaçları, psikoloji ve eğitim bilimleri alanlarında ele alınan önemli kavramlardan birisidir. İlgili yazında bu konudaki çalışmalar, çeşitlilik ve derinlik kazanmaya devam etmektedir. Yaşam amaçları, sözü edilen bilim alanlarında araştırmalara konu olmasına rağmen işletme ve iktisat gibi sosyal alanlarda çalışan bilim insanlarınca yeterince araştırılmamıştır. Hangi disiplinden yaklaşılsa yaklaşılsın, Türkçe yazında yaşam amaçları ile ilgili birikimin yeterli olmadığı düşünülmektedir.

Yazında, bu araştırmanın amacına yönelik bir çalışmaya da rastlanamamıştır. Girişimcilik ile ilgili çalışmaların artmasına katkı sağlayacak çalışmaların, Türkiye gibi gelişmekte olan ve genç nüfusun yoğun olduğu bir ülke için öneme sahip ve yarar getirebilecek çalışmalar olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ayrıca, öğrencilerin/gençlerin ne tür yaşam amaçlarının olduğu ve belirledikleri amaçlarına nasıl yatırım yaptıkları eğitsel ve mesleki yönlendirmeler açısından önemlidir. Yaşam amaçları özgür ve net olarak belirlenmiş

ve meslek seçimi ile doğru bir şekilde ilişkilendirilmişse, mutlu ve başarılı nesillerin yetişmesi hiç de zor olmayacaktır.

Yukarıda ifade edilmeye çalışılan görüşlerin ışığında, bu çalışmanın, bilimsel bilgi birikimine ve ülke ekonomisine katkı sağlayabileceği iddia edilmektedir.

4.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Verilerin analizi için İlhan (2009) tarafından geliştirilen “Yaşam Amaçları” ölçeği (47 madde) ile araştırmacı tarafından geliştirilen “Girişimcilik” ölçeği (41 madde) kullanılmıştır. Maddeler, “beşli likert” şeklinde derecelendirilmiştir. Seçenekler, hiç önemli değil (1), önemli değil (2), kısmen önemli (3), önemli (4) ve çok önemli (5) şeklinde sıralanmaktadır.

Verilerin analizi için aritmetik ortalama, standart sapma, keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, regresyon analizi ve yol analizinden yararlanılmıştır. Söz konusu analizler, SPSS 20.0 ve LISREL 8.8 paket programları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Ölçeklerden alınan aritmetik ortalamalar şöyle değerlendirilmiştir: 1,00 \leq ortalama \leq 2,60: düşük; 2,60 < ortalama \leq 3,40: vasat; 3,40 < ortalama \leq 5,00 : yüksek

4.4. Analiz Bulguları

4.4.1. Ölçek Puanları, Geçerlilik ve Güvenilirlik

Yaşam amaçları ölçeğine ilişkin puanlar, geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları aşağıdaki Tablo 1’de yer almaktadır. Tablo 1’e göre yaşam amaçları ölçeğinin yazın bulgularını ve ölçeğin alındığı çalışmanın (İlhan, 2009) bulgularını destekler şekilde iki faktörden oluştuğu görülmektedir. Maddelerin altında toplandığı faktörler de özgün çalışma ile uyumlu bir görünümde. Ölçek toplam varyansın %50,95’ini açıklayabilmektedir. Güvenilirlik katsayısı ise 0,912’dir. KMO ve Chi-Square değerleri veri setinin keşfedici faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ölçek, geçerlilik ve güvenilirlik açısından yüksek düzeyde sonuçlar vermiştir. Ortalamalara bakıldığında, hem genel ortalamanın hem de alt ölçeklerin ortalamalarının “güçlü” kabul edilen düzeyde oldukları görülmektedir. İçsel yaşam amaçlarının ortalaması, dışsal yaşam amaçlarına göre daha yüksektir.

Tablo 1: Yaşam Amaçları Ölçeğine İlişkin Özet Bulgular

Ölçek maddeleri	\bar{X}	s.s.	Faktör Yükleri		Açıklanan varyans	Cronbach Alpha
			1	2		
1	4,83	0,44	0,816			
2	4,47	0,97	0,811			
3	4,60	0,63	0,808			
4	3,59	0,85	0,786			
5	4,64	0,58	0,785			
6	4,55	0,74	0,785			
7	4,75	0,43	0,775			
8	4,80	0,40	0,759			
9	3,83	0,91	0,757			
10	3,98	0,79	0,719			
11	4,14	0,76	0,715			
12	4,74	0,44	0,666			
13	4,24	0,76	0,659			
14	4,73	0,71	0,658			
15	4,80	0,40	0,627			
16	4,75	0,49	0,607			
17	4,11	0,88	0,602		34,31	0,917
18	3,54	1,04	0,597			
19	4,33	0,85	0,579			
20	3,90	0,91	0,556			
21	4,41	0,63	0,544			
22	4,71	0,46	0,527			
23	4,37	0,86	0,515			
24	4,62	0,58	0,513			
25	4,63	0,58	0,511			
26	4,48	0,55	0,474			
27	4,52	0,60	0,443			
28	4,53	0,96	0,438			
29	4,63	0,58	0,425			
30	4,36	0,70	0,424			
31	4,47	0,59	0,390			
32	4,90	0,30	0,359			
33	4,43	0,62		0,730		
34	3,88	0,82		0,709		
35	4,28	0,60		0,612		
36	4,53	0,50		0,610		
37	3,77	1,16		0,605		
38	2,99	1,21		0,604		
39	4,03	1,18		0,603		
40	4,20	1,01		0,586	16,64	0,823
41	4,16	1,02		0,551		
42	4,03	0,76		0,524		
43	4,61	0,60		0,470		
44	4,34	0,82		0,454		
45	3,63	1,05		0,441		
46	3,85	1,04		0,410		
47	4,08	1,11		0,363		
Faktör I	4,43	0,34				
Faktör II	4,05	0,53				
Genel	4,31	0,34			50,95	0,912
KMO = 0,845 App. Chi-Square = 2425,27 dF = 122 p = 0,000						

Ölçeğin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi yapılmak suretiyle de sınanmış ve keşfedici faktör analizi sonuçlarını destekleyen bulgulara erişilmiştir. Söz konusu sonuçlar aşağıdaki Tablo 2’de aktarılmaktadır.

Tablo: Yaşam Amaçları Ölçeği Model Uyum İndeksleri

	Uyum indeksleri										
	χ^2	sd	χ^2 / sd	p	AGFI	GFI	CFI	NFI	RMR	SRMR	RMSEA
İçsel yaşam amaçları	2224,08	461	4,82	0,00	0,85	0,85	0,87	0,85	0,074	0,065	0,075
Dışsal yaşam amaçları	332,71	88	3,78	0,00	0,86	0,85	0,89	0,85	0,047	0,055	0,077
Tüm ölçek	4995,38	1030	4,85	0,00	0,86	0,87	0,86	0,87	0,077	0,08	0,075

Tablo 2'ye göre yaşam amaçları ölçeği, doğrulayıcı faktör analizi açısından kabul edilebilir uyum indeksi değerleri vermektedir.

Girişimcilik ölçeğine ilişkin puanlar, geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları aşağıdaki Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3: Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Özet Bulgular

Ölçek maddeleri	\bar{X}	s.s.	Faktör Yükleri			Açıklanan varyans	Cronbach Alpha
			1	2	3		
Yaratıcılık (Faktör I)	1	4,13	0,43	0,845			
	2	4,83	0,42	0,783			
	3	4,84	0,39	0,764			
	4	4,17	0,42	0,743			
	5	4,08	0,43	0,740			
	6	4,11	0,41	0,733			
	7	4,14	0,44	0,709			
	8	4,14	0,42	0,667			
	9	4,13	0,45	0,666		23,11	0,717
	10	4,83	0,44	0,634			
	11	4,08	0,45	0,614			
	12	4,12	0,44	0,608			
	13	4,10	0,46	0,594			
	14	4,95	0,22	0,566			
	15	4,06	0,61	0,554			
	16	4,08	0,47	0,545			
	17	4,84	0,43	0,544			
	18	4,02	0,50	0,507			
Çalışma Yöntemi (Faktör II)	19	4,84	0,39	0,763			
	20	4,85	0,36	0,756			
	21	4,88	0,37	0,713			
	22	4,91	0,32	0,695			
	23	4,87	0,41	0,692			
	24	4,13	0,56	0,670			
	25	4,18	0,42	0,669		17,82	0,716
	26	4,84	0,43	0,664			
	27	4,18	0,40	0,643			
	28	4,84	0,47	0,560			
	29	4,85	0,40	0,521			
	30	4,97	0,16	0,505			
	31	4,86	0,37	0,485			
	Kişisel Tatmin (Faktör III)	32	4,87	0,41	0,726		
33		4,16	0,47	0,704			
34		4,13	0,48	0,700			
35		4,83	0,49	0,605			
36		4,83	0,42	0,599		13,15	0,784
37		4,02	0,65	0,586			
38		4,85	0,40	0,565			
39		4,16	0,45	0,545			
40		4,93	0,28	0,489			
41		4,96	0,20	0,388			
Faktör 1		4,70	0,21				
Faktör 2	4,58	0,21					
Faktör 3	4,31	0,20					
Genel	4,50	0,18			54,08	0,864	

KMO = 0,794 App. Chi-Square = 3322,67 dF = 175 p = 0,000

Tablo 3'e göre girişimcilik ölçeğinin üç faktörden oluştuğu görülmektedir. Bu faktörler, yaratıcılık, çalışma yöntemi ve kişisel tatmin olarak adlandırılmıştır. Ölçek toplam varyansın %54,08'ini açıklayabilmektedir. Güvenilirlik katsayısı ise 0,864'tür. KMO ve Chi-Square değerleri, veri setinin keşfedici faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ölçek, geçerlilik ve güvenilirlik açısından yüksek düzeyde sonuçlar vermiştir. Ortalamalara bakıldığında, hem genel ortalamanın hem de alt ölçeklerin ortalamalarının “güçlü” kabul edilen düzeyde oldukları görülmektedir. Alt faktörlerin ortalamaları sırasıyla yaratıcılık, çalışma yöntemi ve kişisel tatmin şeklindedir.

Ölçeğin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi yapılmak suretiyle de sınanmış ve keşfedici faktör analizi sonuçlarını destekleyen bulgulara erişilmiştir. Söz konusu sonuçlar aşağıdaki Tablo 4'de aktarılmaktadır.

Tablo 4: Girişimcilik Ölçeği Model Uyum İndeksleri

	Uyum indeksleri										
	χ^2	sd	χ^2 / sd	p	AGFI	GFI	CFI	NFI	RMR	SRMR	RMSEA
Yaratıcılık	522.49	131	3,99	0,00	0.87	0.87	0.87	0.85	0.043	0.044	0.079
Çalışma yöntemi	244.12	62	3,94	0,00	0.85	0.86	0.86	0.85	0.033	0.055	0,078
Kişisel tatmin	147.66	33	4,47	0,00	0.87	0.90	0.89	0.86	0.048	0.044	0,077
Tüm ölçek	3818,92	777	4,91	0,00	0.87	0.85	0.88	0.85	0.034	0.020	0.069

4.4.2. Yaşam Amaçları ile Girişimcilik Arasındaki İlişki

Yaşam amaçları ile girişimcilik arasındaki ilişki, çoklu regresyon ve yol analizleri yapılarak incelenmiştir. İlk olarak çoklu regresyon analizi yapılmış; çeşitli modeller test edilmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçları aşağıdaki Tablo 5'te görülmektedir.

İlk modelde, yaşam amaçları toplam puanı bağımsız değişken ve girişimcilik toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarının girişimciliğin yaklaşık %11'ini açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır.

İkinci modelde, yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin toplam puanları bağımsız değişken ve girişimcilik toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin girişimciliğin yaklaşık %10'unu açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır. Modelde, içsel yaşam amaçlarının girişimcilik üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olduğu; buna karşın dışsal yaşam amaçlarının girişimcilik üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 5: Regresyon Analizi Sonuçları

	Değişken	B	Standart Hata B	β	T	p	İkili r	Kısmi r
Model 1	Sabit	3,718	,201		18,486	,000		
	Yaşam Amaçları	,182	,047	,338	3,902	,000	,338	,338
	R = 0,338 R² = 0,107 F (1, 118) = 15227,1 p = ,000							
Girişimcilik = 3,718 + 0182*Yaşam Amaçları								
Model 2	Sabit	3,707	,210		17,640	,000		
	İçsel Y.A.	,130	,051	,243	2,532	,013	,309	,228
	Dışsal Y.A.	,053	,033	,154	1,599	,113	,258	,146
R = 0,339 R² = 0,100 F (2, 117) = 7586 p = ,001								
Girişimcilik = 3,707 + 0,130*İçsel Y.A. + 0,053*Dışsal Y.A.								
Model 3	Sabit	3,561	,232		15,369	,000		
	Yaşam Amaçları	,175	,054	,288	3,267	,001	,288	,288
	R = 0,288 R² = 0,075 F (1, 118) = 10,676 p = ,001							
Yaratıcılık = 3,561 + 0175*Yaşam Amaçları								
Model 4	Sabit	3,548	,242		14,658	,000		
	İçsel Y.A.	,126	,059	,208	2,127	,036	,264	,193
	Dışsal Y.A.	,052	,039	,132	1,345	,181	,220	,123
R = 0,290 R² = 0,068 F (2, 117) = 5,3586 p = ,006								
Yaratıcılık = 3,548 + 0,126*İçsel Y.A. + 0,052*Dışsal Y.A.								
Model 5	Sabit	3,905	,232		16,866	,000		
	Yaşam Amaçları	,186	,054	,304	3,466	,001	,304	,304
	R = 0,304 R² = 0,085 F (1, 118) = 12,015 p = ,001							
Çalışma Yöntemi = 3,905 + 0186*Yaşam Amaçları								
Model 6	Sabit	3,889	,242		16,069	,000		
	İçsel Y.A.	,138	,059	,228	2,339	,021	,282	,211
	Dışsal Y.A.	,050	,039	,127	1,299	,196	,224	,119
R = 0,304 R² = 0,077 F (2, 117) = 5,959 p = ,003								
Çalışma Yöntemi = 3,889 + 0,138*İçsel Y.A. + 0,050*Dışsal Y.A.								
Model 7	Sabit	3,768	,233		16,164	,000		
	Yaşam Amaçları	,187	,054	,305	3,475	,001	,305	,305
	R = 0,305 R² = 0,085 F (1, 118) = 12,076 p = ,001							
Kişisel Tatmin = 3,768 + 0187*Yaşam Amaçları								
Model 8	Sabit	3,768	,244		15,466	,000		
	İçsel Y.A.	,127	,060	,207	2,127	,036	,272	,193
	Dışsal Y.A.	,061	,039	,153	1,567	,120	,241	,143
R = 0,305 R² = 0,078 F (2, 117) = 6,000 p = ,003								
Kişisel Tatmin = 3,768 + 0,127*İçsel Y.A. + 0,061*Dışsal Y.A.								

Üçüncü modelde, yaşam amaçları toplam puanı bağımsız değişken ve girişimciliğin yaratıcılık faktörünün toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarının yaratıcılığın yaklaşık %8'ini açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır.

Dördüncü modelde, yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin toplam puanları bağımsız değişken ve girişimciliğin yaratıcılık faktörünün toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin girişimciliğin yaklaşık %7'sini açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır. Modelde, içsel yaşam amaçlarının

yaratıcılık üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olduğu; buna karşın dışsal yaşam amaçlarının yaratıcılık üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olmadığı belirlenmiştir.

Beşinci modelde, yaşam amaçları toplam puanı bağımsız değişken ve girişimciliğin çalışma yöntemi faktörünün toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarının yaratıcılığın yaklaşık %9'unu açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır.

Altıncı modelde, yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin toplam puanları bağımsız değişken ve girişimciliğin çalışma yöntemi faktörünün toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin girişimciliğin yaklaşık %8'ini açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır. Modelde, içsel yaşam amaçlarının çalışma yöntemi üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olduğu; buna karşın dışsal yaşam amaçlarının çalışma yöntemi üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olmadığı belirlenmiştir.

Yedinci modelde, yaşam amaçları toplam puanı bağımsız değişken ve girişimciliğin kişisel tatmin faktörünün toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarının yaratıcılığın yaklaşık %8'ini açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır.

Sekizinci modelde, yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin toplam puanları bağımsız değişken ve girişimciliğin kişisel tatmin faktörünün toplam puanı bağımlı değişken olarak yer almıştır. Modelin bir bütün olarak manidar olduğu ve yaşam amaçlarını oluşturan faktörlerin girişimciliğin yaklaşık %8'ini açıklayabildiği görülmüştür. Çoklu korelasyon katsayısına göre ilişkinin pozitif ve zayıf olduğu anlaşılmıştır. Modelde, içsel yaşam amaçlarının kişisel tatmin üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olduğu; buna karşın dışsal yaşam amaçlarının kişisel üzerindeki belirleyici etkisinin manidar olmadığı belirlenmiştir.

Çoklu regresyon analizinden sonra yol analizi yapılarak Model 1 test edilmiş ve aşağıdaki tablo ve şekillerde görülen sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 6: Yol Analizi Model Uyum İndeksleri

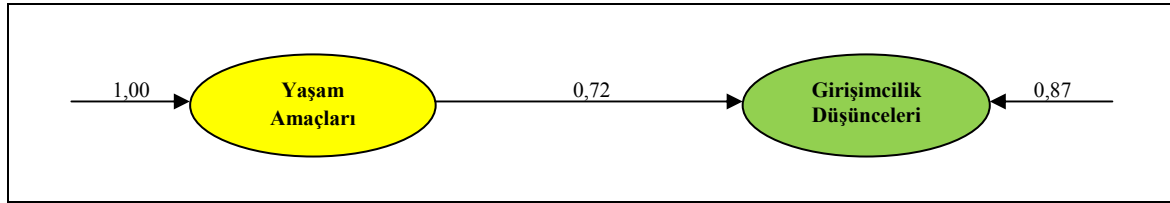
	Uyum indeksleri										
	χ^2	sd	χ^2 / sd	p	AGFI	GFI	CFI	NFI	RMR	SRMR	RMSEA
Model 1	705,38	145	4,86	0,00	0,86	0,86	0,87	0,86	0,037	0,012	0,070

Tablo 6'ya göre modelin kabul edilebilir uyum indeksi değerlerini sağladığı görülmektedir. Aşağıdaki Tablo 7 ve Şekil 1'de yapısal modele ilişkin katsayılar yer almaktadır.

Tablo 7: Yaşam Amaçları Girişimcilik İlişkisine Dair Yol Diyagramı Değerleri

Yapısal İlişki	Yol Katsayısı (r)	r ²	Hata Varyansı	t değeri
Yaşam Amaçları → Girişimcilik	0,72	0,52	0,48	7,89
Yapısal Eşitlik Modeli				
Girişimcilik = Yaşam Amaçları*0,72				

Aşağıdaki Şekil 1 ise Tablo 6 ve 7'de aktarılan değerlerle tanımlanan yapısal ilişkinin yol diyagramını ifade etmektedir.



Şekil 1: Yaşam Amaçları Girişimcilik İlişkisine Ait Yapısal Yol Diyagramı

Yukarıda aktarılan çoklu regresyon analizi ve yol analizi sonuçları birlikte değerlendirildiğinde şu kanılara varılmıştır: Yaşam amaçları girişimcilik düşüncesinin manidar belirleyicilerindedir. Hem “İçsel yaşam amaçları ile girişimcilik düşünceleri arasında manidar bir ilişki vardır” şeklindeki H₁ hipotezi hem de “Dışsal yaşam amaçları ile girişimcilik düşünceleri arasında manidar bir ilişki yoktur” şeklindeki H₂ hipotezi desteklenmiştir.

5. SONUÇ

Çalışmanın öz görevi, uzun vadede, Türkiye'nin sahip olduğu girişimci sayısının artmasına katkı sağlamaktır. Girişimci sayısının sınırlı kalması, bugünün sorunu değildir. Yüzyıllardan beri süregelen; dinin yorumlanması, kültür, devletin idare tarzı, aile yapısı ve eğitim sistemi gibi birçok kaynaktan gelen olumsuz etkiler; girişimci nüfusun yaygınlaşmasını sınırlandırmıştır. Bu çalışma ile bunun önüne geçmek elbette mümkün olamayacaktır. Bu konu ile ilgilenen çalışmalar da yazında yer almaktadır. Bu çalışma ise yaşam amaçları gibi farklı bir açıdan konuya yaklaşarak; farkındalık oluşturmaya ve yazına *girişimcilik – yaşam amaçları* etkileşimine odaklanan çalışmaların eklenmesine öncül olmaya adaydır. Bu şekilde, dolaylı olarak ve uzun vadede öz görevine hizmet edebileceği düşünülmektedir.

Girişimcilik, bireysel ya da toplumsal tatmin için durgunluğu (ataleti) harekete dönüştürmek üzere sorumluluk üstlenme ve öncü olma, anlamındadır. Yaşam amaçları ise yaşamın anlamını bulmasına öncülük etmekte ve yaşam sürecinin yöneldiği (yönlendirildiği) sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Yaşam amacı (amaçları), meslek seçiminde de kendini göstermektedir. Anamlı bir yaşam amacı olmayan veya yaşam amacı hiç olmayan bireyin, meslek seçiminde yanlış yapma ve yaşam enerjisini eksiltme olasılığı ciddi anlamda yüksek olacaktır. Bu olasılığın gerçekleşmemesi, yaşam amaçlarının bilinçli değerlendirmelerin sonucu olarak belirlenmesine bağlıdır.

Bu görüşlerden temel alan çalışmada, “yaşam amaçları girişimcilik düşüncelerinin belirleyicisi midir?” sorusuna cevap aranmıştır. Soruya bağlı olarak, “içsel yaşam amaçları ile girişimcilik düşünceleri arasında manidar bir ilişki vardır” ve “dışsal yaşam amaçları ile girişimcilik düşünceleri arasında manidar bir ilişki yoktur” şeklindeki hipotezler sınanmıştır. Elde edilen bulgular, yaşam amaçlarının girişimcilik düşüncelerinin manidar belirleyicilerinden biri olduğunu göstermiştir. Söz konusu belirleyicilik etkisi, pozitif olmakla birlikte zayıf düzeydedir. İçsel yaşam amaçları, girişimciliğin ve tüm alt faktörlerinin manidar bir belirleyicisi olarak öne çıkmıştır. Dışsal yaşam amaçları ise hem girişimcilik üzerinde hem de tüm alt boyutları üzerinde manidar olmayan belirleyici etkiye sahiptir. Tüm sonuçlar, çalışmanın, yazın taraması sonucunda oluşan beklentilerini desteklemektedir.

Araştırma, bir takım sınırlılıkları da içermektedir. Bunlar; bir üniversiteden ve üniversite içerisinde tek birimden örnek alınmasıdır. Buna göre genellenebilirliği genişletmek ve sonuçların daha geçerli ve daha güvenilir olmasını sağlayabilmek için ilerleyen dönemlerde yapılacak araştırmalar için şunlar önerilebilir:

- ✓ Farklı üniversitelerden örnekler alan araştırmalar yapılmalıdır.
- ✓ İlköğretim ve lise öğrencilerine yönelik araştırmalar yapılmalıdır.
- ✓ Analizlerde; yaş, cinsiyet, bölüm, gelir düzeyi, ebeveynlerin eğitim düzeyleri, ailenin gelir düzeyi gibi değişkenler de dikkate alınmalıdır.
- ✓ Türkiye gibi meslek seçiminin çoğunlukla rastgele olduğu diğer bir ifadeyle tesadüflere bırakıldığı bir ülkede benzer şekilde yaşam amaçlarının da bilinçli bir temele dayandığı söylenemez. Bu nedenle, yaşam amaçlarının belirlenmesi, bunun meslek seçimi ve girişimcilik gibi davranışlara etkisinin ne olduğu, anket gibi cevaplayıcıları sınırlandırıcı yöntem yerine derinlemesine mülakatlarla ölçülmelidir. Bu şekilde nitel yaklaşımla elde edilen verilerin, geniş örnekler üzerinde nicel yaklaşımlarla sınanmasına dayanan çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AIDIS, R. (25.11.2012). *Entrepreneurship and Economic Transition*. Erişim adresi: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=385420
- AKAT, İ., BUDAK, G. ve BUDAK, G. (2002). *İşletme Yönetimi*. İzmir: Barış Yayınları.
- Amaç. (14.11.2012). Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük. Erişim adresi: <http://tdkterim.gov.tr/bts/>
- ANOKHİN S. and SCHULZE, W.S. (2009). Entrepreneurship, innovation, and corruption. *Journal of Business Venturing*. 24(5), 465-476.
- ARIKAN, S. (2002). *Girişimcilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- ASTIN, A. and NICHOLS, R. (1964). Life goals and vocational choice. *Journal of Applied Psychology*, 48(1), 50-58.
- AYTAÇ, Ö. ve İLHAN, S. Girişimcilik ve girişimci kültür: sosyolojik bir perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 18, 101-120.
- BROWN, D. (2002). The role of work cultural values in occupational choice, satisfaction and success: A theoretical statement. *Journal of Counseling and Development*. 80(1), 48-57.
- CEYLAN, A. ve DEMİRCAN, N. (2001). *Girişimciliği Etkileyen Faktörler ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma. İçinde: IX. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı (827-840)*. İstanbul.
- ÇALIŞKUR, A., DEMİRHAN, A. ve BOZKURT, S. (2012). Değerlerin belirli meslek alanları ve demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 17(1), 219-236.
- ÇONKAR, K. ve İLTER, B. (2004). Ülke kalkınmasında girişimcilik ve entelektüel sermaye boyutu. İçinde: *Türk Dünyaları Araştırması Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Kırgızistan.
- DEMİREL, E.T. (2003). *Girişimcilik kültürü (yayınlanmamış yüksek lisans tezi)*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DEMİREL, H. G., DEMİREL, E. T., & DÜŞÜKCAN, M. (2012). *Yaşam amaçları ve meslek seçimi: Üniversite Öğrencileri Örneği. İçinde: 1. Ulusal Ünye İ.İ.B.F İşletmecilik Sempozyumu Bildiriler Kitabı (325-336)*. Ünye – ORDU.
- EMMONS, R.A. (1986). Personal strivings: An approach to personality and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51, 1058–1068.
- EMMONS, R.A. (1999). *The psychology of ultimate concerns: Motivation and spirituality in personality*. New York: The Guilford Press.
- EREN, E. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- ERYILMAZ, A. (2012). Pozitif Psikoterapi Bağlamında Yaşam Amaçları Belirleme Ölçeğinin Üniversite Öğrencileri Üzerinde Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*. 15(3), 166-174.
- ERYILMAZ, A. ve AYPAY, A. (2011a). Ergenlerin derse katılmaya motive olmaları ile öznel iyi oluşları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsani Bilimler Dergisi*. 8(1), 1219-1233.
- ERYILMAZ, A. ve AYPAY, A. (2011b). Lise öğrencilerinde derse katılmaya motive olma ile yaşam amaçları belirleme arasındaki ilişkiler. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 12(3), 149-158.
- FILLIS, I. and RENTSCHLER, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*. 18(1), 49-81.
- GARCIA-RUIZ, J.L. and TONINELLI, P.M. (2010). *The Determinants of Entrepreneurship: Leadership, Culture, Institutions*. London: Pickering & Chatto.

- GRABEL, T., PYKA, A. and HANUSCH, H. (2003). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. *Industry and Innovation*. 10(4), 493-514.
- GÜNEY, S. ve ÇETİN, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü. Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 21(1),
- HARRISON, R.T. and LEITCH, C.M. (1994). Entrepreneurship and leadership: the implications for education and development. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. 6(2), 111-125.
- HEBERT, R.F. and LINK, A.N. (2006). The entrepreneur as innovator. *Journal of Technology Transfer*. 31(5), 589-597.
- HISRICH, R.D. and PETERS, M.P. (2002). *Entrepreneurship*. USA: Mc Graw - Hill Irwin.
- İLHAN, T. (2009). *Üniversite öğrencilerinin benlik uyumu modeli yaşam amaçları, temel psikolojik ihtiyaçlar ve öznel iyi oluş (yayınlanmamış doktora tezi)*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- KASSER, T. and AHUVIA, A. (2002). Materialistic values and well-being in business students. *European Journal of Social Psychology*. 32, 137-146.
- KASSER, T. and RYAN, R. M. (2001). Be careful what you wish for: Optimal functioning and relative attainment of intrinsic and extrinsic goals. In: P. SCHMUCK and K.M. SHELDON, (Eds.), *Life goals and well-being: Towards a positive psychology of human striving* (pp. 68-84). Ashland, OH, US: Hogrefe & Huber Publishers.
- KASSER, T., RYAN, R.M., ZAX, M. and SAMEROFF, A.J. (1995). The relations of maternal and social environments to late adolescents' materialistic and prosocial values. *Developmental Psychology*. 31(6), 907-914.
- KAZGAN, G. (2004). *İktisadi düşünce veya politik iktisadın evrimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- KOCA, A.İ. (2009). *Üniversite öğrencilerinin değerleri ve bireysel özellikleri ile kariyer tercihleri arasındaki ilişki: çukurova üniversitesi'nde bir araştırma (yayınlanmamış yüksek lisans tezi)*. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KUVAN, H. (2007). *Türk girişimcilerinin yaşam ve çalışma değerleri malatya’lı girişimciler üzerine bir araştırma (yayınlanmamış doktora tezi)*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- LITTLE, B.R. (1983). Personal projects: A rationale and method for investigation. *Environment and Behavior*. 15, 273-290.
- MARKUS, H.R., and NURIUS, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist*. 41, 954-969.
- MOHAMAD, M., ABDRAZAK, A. and MUTIU, S.(2011). Meaning in life among muslim students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30.
- MÜFTÜOĞLU, T. ve DURUKAN, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ’ler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- ÖZKUL, A.S. (2007). *Yaşam ve çalışma değerlerini etkileyen faktörler: sdü öğrencileri üzerine bir araştırma (yayınlanmamış yüksek lisans tezi)*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- PESESCHKIAN, N. (1996). *Positive family therapy: the family as therapist*. New Delhi: Sterling Publishers.
- PÖHLMANN, K. (2001). Agency- and communion-orientation in life goals: Impacts on goal pursuit strategies and psychological well-being. In: P. SCHMUCK and K.M. SHELDON, (Eds.), *Life goals and well-being: Towards a positive psychology of human striving* (pp. 68-84). Ashland, OH, US: Hogrefe & Huber Publishers.
- RAND, A.(2006). *Bencilliğin erdemi*. (Çeviren: N. KANDEMİR). İstanbul: Plato Yayınları.

- SARNSWANG, S. (1995). *Work Values and Job Satisfaction of Academic Deans in Thailand's Universities (unpublished phd. dissertation)*. Colombia: University of Missouri.
- SCHWARTZ, S.H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology*. 48(1), 23-47.
- SCIASCIA, S. and DE VITA, R. (25.11.2012). *The Development of Entrepreneurship Research*. Erişim adresi: <http://www.biblio.liuc.it/liucpap/pdf/146.pdf>
- SHELDON, K.M. (2005). Positive value change during college: Normative trends and individual differences. *Journal of Research in Personality*. 39, 209-223.
- SØRENSEN, B.M. (2008). 'Behold, i am making all things new': the entrepreneur as savior in the age of creativity. *Scandinavian Journal of Management*. 24(2), 85-93.
- SWIERCZ, P.M. and SHARON, R.L. (2002). Entrepreneurial leadership in high-tech firms: a field study. *Leadership & Organization Development*. 23(7), 380 – 389.
- ŞAHİN, İ., ZORALOĞLU, Y.R. ve ŞAHİN FIRAT, N. (2011). Üniversite öğrencilerinin yaşam amaçları, eğitsel hedefleri, üniversite öğreniminden beklentileri ve memnuniyet durumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi [Educational Administration: Theory and Practice]*, 17(3), 429-452.
- TİTİZ, T. (1998). *Genç Girişimcilere Öneriler*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- TOP, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Türkiye'de Girişimcilik*. (2002). İstanbul: TÜSİAD, Yayın No: 12.
- VANSTEENKISTE, M., LENS, W., EDWARD, L. and DECI, E.L. (2006). Intrinsic versus extrinsic goal contents in self-determination theory: Another look at the quality of academic motivation. *Educational Psychologist*. 41(1), 19–31.
- VECCHIO, R.P. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*. 13(2), 303-327.
- WICKHAM, P.A. (1998). *Strategie Entrepreneurship*. USA: Pitman Publishing.
- WONG, P.K., HO, Y.P. and AUTIO, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from gem data. *Small Business Economics*. 24(3), 335-350.