

**T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ENTELEKTÜEL SERMAYENİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GAZİANTEP İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**HAZIRLAYAN
MERVE AYDIN**

GAZİANTEP – 2020

**T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ENTELEKTÜEL SERMAYENİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GAZİANTEP İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**HAZIRLAYAN
MERVE AYDIN**

**TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. İBRAHİM YILDIRIM**

GAZİANTEP – 2020

ÖNSÖZ

Araştırmanın konusu, entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Araştırmanın birinci bölümünde giriş, problem durumu, amaç ve öneme yer verilmiştir. İkinci bölümde entelektüel sermaye ve girişimcilik niyeti kavramsal açıdan irdelenmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi kapsamında araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama araçları ve verilerin analizi açıklanmıştır. Dördüncü bölümde araştırmadan elde edilen bulgular açıklanmış ve son bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Araştırma sürecim boyunca akademik bakımdan gelişmeye katkı sağlayan, desteğini ve yardımını esirgemeyen, kendime rol model edindiğim değerli danışmanım Prof. Dr. İbrahim YILDIRIM'a gösterdiği sabır, nezaket ve anlayış için sonsuz saygılarımı ve şükranlarımı sunarım.

Araştırmanın veri toplama aşamasında çalışmaya destek olan Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü'ne ve anketlere gönüllü olarak katılım gösteren değerli katılımcılara teşekkür ederim.

Yaşamım boyunca sürekli yanımda olan, verdikleri destek, gösterdikleri sevgi ve anlayış için canım aileme; ilgisi ve sevgisiyle çalışma sürecimin tamamında her konuda destekleyen ve teşvik eden sevgili eşim Mehmet AYDIN'a teşekkürü borç bilirim.

Araştırma sürecim boyunca desteklerini yakinen hissettiğim değerli ablam Bilim Uzmanı Tuğba DİKBAŞ'a ve Arş. Gör. İrfan'a teşekkür ederim. Araştırmanın bilime ve alana katkı sağlamasını temenni ederim.

Gaziantep, 2020

Merve AYDIN

ÖZET

Son yıllarda hızla gelişen ve işletmelerce önemli olan kavramlardan biri de entelektüel sermayedir. Entelektüel sermaye ile ilişkili olduğu düşünülen kavramlardan bir diğeri de girişimcilik niyetidir. Bu araştırmanın amacı, entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Araştırma nicel araştırma yöntemine göre Gaziantep 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde tekstil sektöründe çalışan ve basit olasılıklı örnekleme tekniğine göre seçilen 382 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada verilerin toplanması için 3 bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde çalışanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin sorular, ikinci bölümde "Entelektüel Sermaye Ölçeği" ve üçüncü bölümde de "Girişimcilik Niyeti Ölçeği" kullanılmıştır. Entelektüel Sermaye Ölçeği, Subramaniam ve Youndt (2005) tarafından geliştirilmiş, Özdemir ve Taşçı (2017) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan 14 ifadeli ve 7'li likert tarzı bir ölçektir. Girişimcilik Niyeti Ölçeği ise Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen Şeşen ve Basım (2012) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan 6 maddeli ve 7'li likert tarzı bir ölçektir. Veriler ile ilk olarak veri toplama araçlarının geçerlik ve güvenilirliğini ortaya koymak için 30 katılımcının yer aldığı pilot çalışma yapılmış; Keşfedici Faktör Analizi ve Doğrulamalı Faktör Analizi ile ölçme araçlarının geçerlik ve güvenilirliği sınanmış ve sonrasında asıl uygulamaya geçilmiştir. Verilerin analizinde, katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ilişkin frekans ve yüzdeler dağılımları; katılımcıların entelektüel sermaye, girişimcilik niyetleri ve boyutlarına ilişkin betimsel istatistikler ile karşılaştırmalı istatistikler ve son olarak ise entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti ile ilişkisi ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine ilişkin istatistiksel analizler verilmiştir. Araştırma sonucunda, katılımcıların entelektüel sermayelerinin girişimcilik niyeti ile ilişkili olduğu ve girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: entelektüel sermaye, girişimcilik niyeti, tekstil çalışanları.

ABSTRACT

Intellectual capital, extremely important for businesses, is one of the concepts which has developed rapidly in recent years. Another concept thought to be related to the intellectual capital is entrepreneurial intention. The purpose of this research is to investigate the effect of intellectual capital on entrepreneurial intention. The research was conducted with quantitative research and was carried out with 382 participants, selected according to the technique of simple probability sampling, working in the textile sector in 2nd Organized Industrial Zone in Gaziantep province. In the research, a questionnaire consisting of 3 sections was used. In the first section of the questionnaire, questions related to the socio-demographic characteristics of the employees, in the second section the "Intellectual Capital Scale" and in the third section the "Entrepreneurial Intention Scale" were used. Intellectual Capital Scale is a 7-point Likert-style scale with 14 statements, developed by Subramaniam and Youndt (2005) and whose Turkish validity and reliability study was conducted by Özdemir and Taşçı (2017). The Entrepreneurial Intention Scale is a 6-item and 7-point Likert-style scale developed by Linan and Chen (2009), whose Turkish validity and reliability study was conducted by Şeşen and Basım (2012). A preliminary pilot study was conducted on the data with 30 participants to reveal the validity and reliability of data collection tools at first, and the validity and reliability of the measurement tools were tested with Exploratory Factor Analysis and Confirmatory Factor Analysis secondly, and then the main application was made. In data analysis, it was given frequency and percentage distributions of sociodemographic information of the participants firstly, given descriptive statistics and comparative statistics regarding the intellectual capital with dimensions and entrepreneurial intention with dimensions of the participants secondly, and given association of intellectual capital with entrepreneurial intention and its effect on entrepreneurial intention finally. As a result of the research, it was determined that the intellectual capital of the participants was associated with entrepreneurial intention and had an effect on entrepreneurial intention.

Keywords: intellectual capital, entrepreneurial intention, textile employees.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
TABLO LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.1.1. Problem Cümlesi	3
1.1.2. Alt Problemler	3
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları	5
1.5. Araştırmanın Yöntemi	5
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	6
1.7. Araştırmanın Tanımlar	6
İKİNCİ BÖLÜM	7
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Entelektüel Sermaye Kavramı	7
2.2. Entelektüel Sermayenin Önemi	10
2.2.1. Sosyo Ekonomik Açıdan Entelektüel Sermayenin Önemi	10

2.2.2. İşletmeler Açısından Entelektüel Sermayenin Önemi	12
2.2.3. Stratejik Açısından Entelektüel Sermayenin Önemi	15
2.3. Entelektüel Sermayeyi Oluşturan Unsurlar	15
2.3.1. İnsan Sermayesi	18
2.3.2. Yapısal Sermaye	19
2.3.3. Müşteri Sermayesi	21
2.3.4. Sosyal Sermaye	23
2.4. Entelektüel Sermayenin Diğer Unsurları.....	24
2.4.1. Piyasa Varlıkları	26
2.4.2. Entelektüel Mülkiyet Varlıkları.....	26
2.4.3. İnsan Merkezli Varlıklar	26
2.4.4. Altyapı Varlıkları.....	27
2.5. Entelektüel Sermaye İle İlişkili Demografik Faktörler	27
2.6. Girişimcilik	28
2.6.1. Girişimciliğin Önemi	31
2.6.1.1. Girişimciliğin Ekonomik Önemi	31
2.6.2.2. Girişimciliğin Sosyal Alandaki Önemi	38
2.7. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	41
2.7.1. Ekonomik Faktörler	42
2.7.1.1. Miras Yoluyla Sahip Olma-Aile Geleneğini Devam Ettirme	43
2.7.1.2. Yüksek Kazanç Sağlama	43
2.7.1.3. Sosyal Bir Amacı Gerçekleştirme ve Topluma Katkı	43
2.7.2. Sosyal Faktörler	44

2.7.3. Toplum	44
2.7.3.1. Güç Mesafesi	45
2.7.3.2. Belirsizlikten Kaçınma	46
2.7.3.3. Bireysellik/ Toplulukçu (Kollektivizm)	46
2.7.3.4. Erkeklik/ Kadınlık	46
2.7.3.5. Zaman Yönelimi.....	46
2.7.4. Aile.....	47
2.7.5. Kişisel Faktörler.....	48
2.8. Girişimcilik Niyeti	50
2.8.1. Girişimcilik Niyetinin Unsurları.....	51
2.8.1.1. Girişimcilik Etkinliği Modeli.....	52
2.8.1.2. Girişimsel Niyet Modeli	52
2.8.1.3. Girişimci Niyetin Yapısal Modeli	53
2.8.1.4. Planlanmış Davranışlar Teorisi Modeli	54
2.8.1.5. Davidsson Modeli.....	55
2.9. Girişimcilik Niyetinde Etkili Olan Faktörler	56
2.9.1. Davranışa Yönelik Tutum	57
2.9.2. Öznel Norm	57
2.9.3. Algılanan Davranış Kontrolü.....	58
2.10. Girişimcilik Niyeti ve Entelektüel Sermaye İlişkisi.....	58
2.11. Konuyla İlgili Yapılmış Benzer Araştırmalar.....	61
2.11.1. Yurtiçinde Yapılmış Araştırmalar.....	61
2.11.2. Yurtdışında Yapılmış Araştırmalar	64

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	67
YÖNTEM.....	67
3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezleri	67
3.2. Evren ve Örneklem	69
3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	70
3.4. Veri Toplama Yöntemi.....	70
3.4.1. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması.....	70
3.4.2. Verilerin Analizi İçin Kullanılan İstatistiksel Yöntemler	73
3.4.3. Asıl Uygulama ve Ölçümünün Güvenilirliği	75
3.4.3.1. Entelektüel Sermaye Ölçeği	77
3.4.3.2. Girişimcilik Niyeti Ölçeği.....	81
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	84
BULGULAR VE YORUM.....	84
4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular	84
4.1.1. Cinsiyete Göre Frekans Dağılımları	84
4.1.2. Medeni Duruma Göre Frekans Dağılımları	85
4.1.3. Eğitim Durumlarına Göre Frekans Dağılımları.....	85
4.1.4. Yaş Gruplarına Göre Frekans Dağılımları	86
4.1.5. Kıdem Yıllarına Göre Frekans Dağılımları.....	86
4.1.6. Gelir Durumlarına Göre Frekans Dağılımları	87
4.2. Katılımcıların Entelektüel Sermayelerine İlişkin Bulgular	87
4.3. Katılımcıların Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Bulgular	99
4.4. Katılımcıların Entelektüel Sermayeleri İle Girişimcilik Niyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	104

4.4.1. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi.....	104
4.4.2. Değişkenler Arası Regresyon Analizi.....	104
4.5. Araştırma Hipotez Testleri Tablosu	105
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	107
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	107
5.1. Sonuç	107
5.2. Öneriler.....	112
KAYNAKÇA	114
EKLER.....	127
Ek 1. Anket Formu.....	127
Ek 2. Ölçek İzin Yazısı	130
Ek 3. Kurum İzin Belgesi.....	131

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Literatürde Bazı Entelektüel Sermaye Tanımları	9
Tablo 2. Entelektüel Sermayenin Sınıflandırılmasında Farklı Yaklaşımlar	25
Tablo 3. Ülkelerin Girişimcilik ve 2013 Yılı Yenilikçilik Endeksleri	33
Tablo 4. Küresel Rekabetçilik Endeksleri ve Girişimcilik Endeksleri	35
Tablo 5. Girişimcilik İçin Gerekli Olan Beceri Türleri	59
Tablo 6. Entelektüel Sermaye Ölçeği Ön Çalışma Faktör Yüğü ve Madde Analizi Sonuçları.....	71
Tablo 7. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Ön Çalışma Faktör Yüğü ve Madde Analizi Sonuçları ..	72
Tablo 8. Entelektüel Sermaye Ölçeği Normallik Dağılımı Sonuçları	74
Tablo 9. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Normallik Dağılımı Sonuçları	74
Tablo 10. Entelektüel Sermaye Ölçeği Güvenirlik Analizi	77
Tablo 11. Entelektüel Sermaye Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi	78
Tablo 12. Entelektüel Sermaye Ölçeği Modeli	81
Tablo 13. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Güvenirlik Analizi	81
Tablo 14. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi	82
Tablo 15. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Modeli	83
Tablo 16. Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Dağılım	84
Tablo 17. Katılımcıların Medeni Durumlarına İlişkin Dağılım	85
Tablo 18. Katılımcıların Eğitim Durumlarına İlişkin Dağılım.....	85
Tablo 19. Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Dağılım.....	86

Tablo 20. Katılımcıların Kıdem Yıllarına İlişkin Dağılım	86
Tablo 21. Katılımcıların Aylık Gelirlerine İlişkin Dağılım	87
Tablo 22. Katılımcıların Entelektüel Sermayelerine İlişkin Betimsel İstatistikler	88
Tablo 23. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin T-Testi Sonuçları	89
Tablo 24. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin T-Testi Sonuçları	90
Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	91
Tablo 26. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları	92
Tablo 27. Katılımcıların Yaşlarına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	93
Tablo 28. Katılımcıların Yaşlarına Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları	94
Tablo 29. Katılımcıların Kıdem Yılına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	95
Tablo 30. Katılımcıların Kıdem Yılına Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları.....	96
Tablo 31. Katılımcıların Aylık Gelirlerine Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	97
Tablo 32. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları.....	98
Tablo 33. Katılımcıların Girişimcilik Niyetine İlişkin Betimsel İstatistikler	99
Tablo 34. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin T-Testi Sonuçları	99
Tablo 35. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Girişimcilik Niyetine İlişkin T-Testi Sonuçları	100

Tablo 36. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	100
Tablo 37. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Girişimcilik Niyetlerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları.....	101
Tablo 38. Katılımcıların Yaşlarına Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	101
Tablo 39. Katılımcıların Yaşlarına Göre Girişimcilik Niyetlerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları	102
Tablo 40. Katılımcıların Kıdem Yılına Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	102
Tablo 41. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	103
Tablo 42. Katılımcıların Entelektüel Sermayeleri İle Girişimcilik Niyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Testi Sonuçları.....	104
Tablo 43. Katılımcıların Entelektüel Sermayelerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Testi Sonuçları.....	105
Tablo 44. Araştırmanın Ana ve Alt Hipotezlerinin Kabul/Ret Sonuçları.....	106

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. McElroy'a Göre Entelektüel Sermaye Unsurları	16
Şekil 2. Edvinsson ve Malone'a Göre Entelektüel Sermayenin Unsurları.....	17
Şekil 3. Girişimci Özellikleri.....	29
Şekil 4. Araştırmanın Modeli.....	67
Şekil 5. Entelektüel Sermaye Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	80
Şekil 6. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	83

KISALTMALAR

ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
B	:	Regresyon Katsayısı
CFI	:	Bağımsız Modele Dayanan Uyum İndeksi
CMIN	:	İlişkili Ki-Kare İndeksi
DF	:	Serbestlik Derecesi
DFA	:	Doğrulayıcı Faktör Analizi
F	:	Anova Testi Değeri
GEM	:	Küresel Girişimcilik Monitörü
KFA	:	Keşfedici Faktör Analizi
KMO	:	Kaiser-Meyer-Olkin
Max	:	Maksimum
Min	:	Minimum
N	:	Sayı
Ort	:	Ortalama
p	:	Anlamlılık Değeri
r	:	Korelasyon Testi Değeri
R²	:	Determinasyon Katsayısının Karesi
RMSEA	:	Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü
Sd	:	Serbestlik Derecesi
Sh	:	Standart Hata
Ss	:	Standart Sapma

t	:	T Testi Değeri
T	:	Tolerans Değeri
TDK	:	Türk Dil Kurumu
vb.	:	ve benzeri
vd.	:	ve diğerleri
VIF	:	Varyans Büyütme Oranı



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

İnsan, üretim ve tüketimi oluşturan ve onun devam etmesine olanak sağlayan en önemli olgudur. İnsanın olmadığı bir dünyada tüketime de üretime de gerek olmayacaktır. Nüfusun artması, teknolojinin gelişmesi, insanların farkındalık düzeylerinin artması, işletmelerin rekabet düzeyini artırmıştır. Kurumlar, yalnızca makine alımı ile başarı sağlayamayacaklarını fark etmişlerdir. İnsan faktörü tüm işletmelerin başarılı olması için en önemli faktörlerden biridir. İnsanın zekâsı ve becerileri, onların yaptıklarının da etkin ve verimli olmasını sağlayacaktır. Benzer biçimde, insanların entelektüel birikimleri yeni iş fikirlerinin üretilmesine, fırsatların fark edilmesine de olanak sağlayacaktır.

Teknolojideki gelişmeler ve rekabet, tüm sektörlerde büyük yeniliklere ve dönüşümlere yol açmış, sermaye yoğun üretim süreci yerini bilgi ve teknoloji yoğun üretim sürecine bırakmıştır. İşletmelerin gelecekte var olabilmeleri, bilgiyi üretebilmelerine ve ürettikleri bilgileri kullanılabilir bir kaynağa dönüştürebilmelerine bağlıdır. Geleneksel ekonomide şirketlerin rekabet avantajı maddi varlıklarla hesaplanırken, bilgi ekonomisinde maddi olmayan varlıklarla hesaplanmaktadır. Dolayısıyla günümüzde işletmelerde maddi değerlerin yanı sıra maddi olmayan değerlerde ön plandadır. Bilginin ve maddi olmayan değerlerin ön plana çıkması sonucunda ise entelektüel sermaye önemli hale gelmiştir (Öz, 2019:1).

Entelektüel sermaye, son zamanlarda yaygın olarak kullanılan bilgi sermayesini, bilgi organizasyonlarını, öğrenen organizasyonları, bilgi çağını, bilgi sistemlerini ve maddi olmayan varlıkları açıklamaktadır. Entelektüel sermaye, bilginin önem kazanmasından sonra meydana gelen önemli bir sonuçtur ve “örgütlerin geçmişten bugüne kadar gelen maddi olmayan varlıklarının (ticari itibar, iş bilgisi, insan sermayesi, iş süreci, patentler gibi fikri mülkiyet hakları, işletme kültürü vb.) tümünün birleşimi” olarak tanımlanmaktadır (Genç, 2018: 1).

İşletmelerin geleceğinin şekillenmesinde entelektüel sermayelerini kullanmaları önemlidir. Rekabet avantajına sahip ve büyüyerek yenilenmeyi sürdürebilen işletmelerin bu durumlarını entelektüel sermayelerini etkin bir şekilde kullanmalarına borçlu oldukları görülmektedir. Bir işletmenin gerçek değerinin belirlenebilmesinde, elinde bulundurduğu maddi varlıkların yanında, maddi olmayan varlıklar da büyük öneme sahiptir. İşletmelerin maddi varlıklarının yanında daha önemli olduğu varsayılan entelektüel sermaye, görünmeyen varlıklarının yönetimi olarak algılanan bir kavramdır (Genç, 2018: 2).

Entelektüel sermaye olarak düşünülen insan kaynağının etkili ve verimli bir biçimde kullanılması organizasyonlar için gündeme gelen konulardan biri olmuştur. Çalışanların entelektüel sermaye yapılarını geliştirmeleri organizasyona da olumlu olarak yansıtacak ve organizasyonun verimliliğinin artmasına katkı sunacaktır. Girişimcilik yeni bir organizasyon oluşturabilmek için önemli bir adım olduğundan dolayı organizasyon oluşturabilecek ve bunu sürdürebilecek insan boyutunun entelektüel sermayesini artırmaları girişimcilik için önemli bir rol oynayacaktır.

Entelektüel sermaye sadece entelektüel varlıkların yönetimi değil, aynı zamanda insan sermayesi, örgütsel sermaye ve ilişki sermayesi kavramlarını ve bu kavramların faaliyette olduğu alanları da içermektedir (Yıldız, 2010: 1).

İşletmeler için önemli bir unsur olmasına rağmen entelektüel sermayenin işletmeler tarafından farkına varılmaması, ölçümünün tam olarak belirlenememesi ve finansal tablolarda gösterilmemesi, işletmelerin temel sorunlarından biridir. Bu sorunlara çözüm üretmek amacıyla; entelektüel sermaye ile ilgili farklı sektörlerde birçok çalışma yapılmıştır (Şahin ve Alabay, 2011; Karacaer ve Aygün, 2009; Yörük ve Erdem, 2008; Bromhadkar ve diğ., 2007; Chen ve diğ., 2005; Eren ve Akpınar, 2004; Bontis ve diğ., 2000; Bontis, 1998). Bu araştırmanın amacı da entelektüel sermayenin organizasyon kurma ve yürütmede etkili olan girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini tekstil sektörü üzerinde ortaya koymaktır.

Araştırmanın birinci bölümünde problem durumu, araştırmanın amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

İkinci bölümde entelektüel sermaye ve girişimcilik niyeti kavramsal açıdan irdelenmiştir.

Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi kapsamında araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları ve verilerin analizi açıklanmıştır.

Dördüncü bölümde araştırmadan elde edilen bulgular açıklanmıştır.

Araştırmanın son bölümünde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

1.1.1. Problem Cümlesi

Literatür taramasında entelektüel sermaye ile pek çok organizasyonel yapı ve kavram ilişkilendirilmiş ve irdelenmiştir. Bu doğrultuda, bu araştırmanın problem cümlesi “entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi var mıdır?” olarak belirlenmiştir.

Bunun yanında, “entelektüel sermaye ve girişimcilik niyeti değişkenleri çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?” sorusuna da yanıt aranmıştır.

1.1.2. Alt Problemler

Araştırmanın temel problemine bağlı olarak alt problem cümleleri belirlenmiştir. Bunlar aşağıda verilmiştir:

Alt Problem Cümlesi 1: Çalışanların entelektüel sermaye yapıları ve girişimcilik niyetleri tanımlayıcı bilgileri nelerdir?

Alt Problem Cümlesi 2: Entelektüel sermaye; çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

Alt Problem Cümlesi 3: Girişimcilik niyeti; çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

1.2. Araştırmanın Amacı

İşletmeler için önemli bir rekabet unsuru olan entelektüel sermaye işletmelerde maddi olmayan varlıklar olarak bilinir. İşletmelerde rekabet üstünlüğü maddi kaynaklardan ziyade

maddi olmayan kaynaklara yani “entelektüel sermayelerini” nasıl yönettiklerine bağlıdır. Bu nedenle günümüz bilgi yoğun işletmelerde entelektüel sermayenin önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Bu görüşler doğrultusunda entelektüel sermayenin işletmelerin performansını arttırdığı yönündeki etkisi yapılan çalışmalarla literatürde yerini almıştır (Chen vd., 2005, Tan vd., 2007).

Bu çalışmanın temel amacı entelektüel sermaye gibi kişisel bir unsurun girişimcilik niyeti ile üzerindeki etkisinin incelenmesidir.

Araştırmanın diğer bir amacı da entelektüel sermaye ve girişimcilik niyetinin katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini incelemektir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Literatürdeki çalışmalar entelektüel sermaye yapısını çeşitli sektörler ve konular üzerinde uygulamıştır. Uygulama yapılan sektörler sanayi, teknoloji, otomotiv ve bankacılık üzerinde yoğunlaşmıştır (Öz, 2019; Şahin ve Alabay, 2011; Yıldız, 2011; Karacaer ve Aygün, 2009; Yörük ve Erdem, 2008; Bromhadkar ve diğ., 2007; Şamiloğlu, 2006; Chen ve diğ., 2005; Eren ve Akpınar, 2004; Bontis ve diğ., 2000).

Ancak, entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine yer veren fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu araştırma entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine yer vermesi ve uygulama yapılan sektör bakımından önemlidir.

Ayrıca, literatürdeki bu boşluğu doldurması bakımından da önemli olduğu görülmektedir.

Tekstil genel olarak Türkiye, daha spesifik olarak Gaziantep için önemli sektörlerden biridir. Buna binaen araştırma Gaziantep ilinde yürütülmüştür. Gerek işgücü, gerekse coğrafi konumu gereği üretim konusunda oldukça başarılı olabilme potansiyeline sahip bir kenttir. Bölgedeki kalifiye eleman yetiştirilmesi amacına da hizmet eden yükseköğrenim kurumları, tarım alanlarına ve sınır kapılarına yakınlık, ara eleman bulabilme potansiyelinin varlığı, kenti ekonomik girdiler sağlayacak bir cazibe merkezi olarak düşünmeye yardımcı olabilecek

faktörlerdir. Bu bölgede girişimlerin artmasının yanı sıra bunların ihtiyaçları karşılayacak şekilde planlanması, verimli işletmelerin kurulması, mikro ve makroekonomik yapının güçlenmesi ve toplumsal refahın yükselmesi anlamına gelmektedir. Görüldüğü üzere seçilen sektör, yoğun işgücü ile üretim yapan entelektüel sermaye ve girişimcilik niyetlerinin yüksek olacağı varsayılabilecek sektördür.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesini amaçlayan bu araştırmada aşağıdaki varsayımlardan hareket edilmiştir.

- Araştırmada ulaşılan örneklem sayısının yeterli olduğu ve evreni uygun oranda temsil ettiği varsayılmıştır.
- Araştırmada yer alan katılımcıların ölçme araçlarına samimi ve gerçekçi yanıtlar verdikleri varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Verilerin toplanabilmesi için yüzyüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde çalışanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin sorular yer alırken, ikinci bölümde “Entelektüel Sermaye Ölçeği”, üçüncü bölümde de “Girişimcilik Niyeti Ölçeği” yer almaktadır.

Verilerin değerlendirilebilmesi için SPSS 22 ve AMOS istatistiksel analiz paket programlarından yararlanılmıştır. Katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Katılımcıların cinsiyet ve medeni durum ile entelektüel sermaye karşılaştırmalarında Bağımsız Örneklem T Testi; eğitim durumu, yaş, kıdem, yıllık ve aylık gelir ile entelektüel sermaye karşılaştırmalarında Tek Yönlü Anova Testi, hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi, entelektüel

sermaye ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide Pearson Korelasyon Testi; entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde ise Regresyon Testi kullanılmıştır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma kapsamında ulaşılan veriler anket formu ile sınırlıdır.
- Anket kapsamında ulaşılan veriler katılımcıların görüşleri ile sınırlıdır.
- Araştırmada ulaşılan veriler 2020 yılı Şubat-Mart ayında toplanan veriler ile sınırlıdır.

1.7. Araştırmanın Tanımlar

Araştırma konusu ile alakalı olarak araştırmada kullanılan kavramlar aşağıda açıklanmıştır.

Entelektüel Sermaye: İşletmeler için fiziksel varlığı ve finansal yapısı olmayan sahip olduğu tüm kaynaklar olarak vasıflandırılan maddi olmayan kaynaklar (Lev,2001) esasen entelektüel sermayeyi anlatmaktadır (Choong, 2009). Daou (2013) bu duruma yönelik olarak bilançoda tanımlanmamış fakat örgütün bünyesinde bulundurduğu bütün varlık ve kabiliyetleri entelektüel sermayeyi oluşturmaktadır biçiminde açıklamıştır.

Girişimcilik Niyeti: Tek başına ya da bir gruba ait olarak işletme kurma niyeti olarak tanımlanabilmektedir (Krueger, 1993).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümünde araştırmanın temel kavramları incelenmiştir. Entelektüel sermaye kavramı, entelektüel sermayenin önemi, entelektüel sermayeyi oluşturan unsurlar, girişimcilik, girişimciliğin önemi, girişimciliği etkileyen faktörler, girişimcilik niyeti, girişimcilik niyeti unsurları, girişimcilik niyetinde etkili olan faktörler, girişimcilik niyeti ve entelektüel sermaye ilişkisi ile konu ile yapılmış yurtiçi ve yurtdışındaki benzer çalışmalar ele alınmıştır.

2.1. Entelektüel Sermaye Kavramı

Günümüz dünyası, bilginin sürekli olarak arttığı, bilgi aracılığı ile yeni bilgilerin üretildiği bir dünyadır. Gerek insan beyni, gerekse bilgisayar ve iletişim teknolojileri, bilginin büyümesine, daha faydalı hale getirilmesine olanak tanımaktadırlar. Her ne kadar insan beyninin işlem yapma ve bilgiyi tasnif etme hızı yeterli olmasa da, bilgisayar destekli ve insan kontrolü altındaki sistemler, bu noktadaki açığı kapatmakta ve zaman, bilginin üretilmesi için en yüksek verimde kullanılmaktadır. Bu durum, işletmelerin, kurumların, devlet yönetimlerinin ve toplumların, dinamik bir yapıya kavuşması anlamına gelmektedir. Birey ve toplumun gündemi sürekli olarak değişmektedir ve kar amacı güden işletmeler başta olmak üzere, tüm kurumlar dikkat çekici halde kalabilmek için bu değişime ayak uydurmak durumundadırlar. Ayak uydurabilmek ise, bilgiyi elde edebilen, onu kullanabilen ve üretime sokabilen çalışanlar ile mümkündür.

Latince, ilişki anlamına gelen inter kelimesi ve bilgi anlamına gelen lectio kelimesinin birleşimi ile oluşmuş olan interlectio ve sermaye anlamına gelen capital kelimeleri, dilimize entelektüel sermaye olarak geçmiştir. Kelimelerin Latince'deki anlamlarından da anlaşılacağı üzere entelektüel sermaye; bilgi, ilişki ve sermaye kavramlarını bünyesinde barındırmaktadır. Bir başka ifade ile entelektüel sermaye, “ilişki ağlarının yönetilmesiyle kazanılan bilgi birikimleri” anlamına gelmektedir (Özilhan, 2018: 3).

Entelektüel sermayenin ne olduğunu daha iyi kavramak adına onun literatürdeki açıklamalarını da incelemek gerekmektedir. (Yıldız, 2011: 12), “Sullivan (1999)’a göre entelektüel sermaye değere dönüştürülebilir bilgi ve dört temel bileşeni içerir. Bunlar: Pazar varlıkları, insan merkezli varlıklar, entelektüel mülkiyet varlıkları ve altyapı varlıklarıdır” diye aktarmıştır. (Yıldız, 2011: 12), “Stewart (1997)’a göre daha yüksek değerlerde varlıklar üretmek için formalize edilen, yakalanan ve kaldıraç özelliği olan entelektüel materyaldir” şeklinde ifade etmiştir. Entelektüel varlık kavramını 1960’lı yıllarda ilk kullanan araştırmacılardan biri olan Hermanson, bu kavram için “kas gücünün ötesi” kavramını uygun görmüştür. Çalışanların fiziksel güçlerinin ötesindeki bir değer olan entelektüel sermaye; işletmelerin de bunu bir varlık olarak görmesi ve hatta finansal tablolara yansıtması gerektiğine vurgu yapmıştır. Çünkü entelektüel sermaye, maddi olmasa da maddi güç yaratabilecek bir kavram olarak ele alınmalıdır (Alagöz ve Özpeynirci, 2007. 169).

Bontis ve arkadaşları, entelektüel sermayenin elle tutulamayan ancak verim artıran hatta üretime olanak sağlayan kaynakların entelektüel sermayeye dahil olduğunu vurgulamışlardır (Bontis ve ark., 2000: 86). 1969 yılında John Kenneth Galbraith tarafından kullanılan, 1975 yılında Michael Kalecki, 1990’lardan başlayarak Thomas Stewart tarafından kapsamlı bir şekilde araştırılan entelektüel sermaye için Karadeniz tarafından yapılan tanımlama ise entelektüel sermayenin insan temelli, maddi olmayan ancak maddi değer katan unsurlar olduğu yönündedir (Karadeniz, 2017: 3). Aşağıdaki tablo, literatürde yer alan entelektüel sermaye tanımlamalarından bazılarını açıklamaktadır (Akkaya ve Balı, 2018: 1146):

Tablo 1. Literatürde Bazı Entelektüel Sermaye Tanımları

Yazar	Entelektüel Sermaye Tanımı
Hall (1992)	Varlıklar (örneğin; marka, ticari marka,sözleşmeler,veri tabanları) veya beceriler olarak sınıflandırılabilir,
Edvinsson ve Sullivan (1996)	Değere dönüştürülebilen bilgidir.
Brooking (1996)	Dört ana bileşenden oluşur (piyasa varlıkları, insan merkezli varlıklar, entelektüel varlıkları, altyapı).
Sveiby (1997)	Maddi olmayan varlıklar üç kategoriden oluşur (içsel yapı, dışsal yapı ve beşeri yetenekler).
Roos ve ark. (1997)	Bir düşünceye bağlı olarak insan sermayesinden oluşur. Bir düşünceden bağımsız olarak da yapısal sermayeden oluşur.
Stewart (1997)	Değeri daha yüksek olan varlıklar üretmek için alınan ve kaldıraç özelliği olan entelektüel materyaldir.
Edvinsson ve Malone (1997)	İnsan sermayesi ve yapısal sermayenin toplamıdır. Bir kuruma rekabet avantajı sağlayan kurumsal teknoloji, müşteri ilişkileri ve mesleki yetenekleri içerir.
Bontis ve ark. (1999)	Maddi olmayan kaynakları ve onların bağlantılı olduğu kaynakları sınıflandıran kavramdır.
Lev (2001)	İnovasyon, özgün örgütsel tasarımlar veya insan kaynakları uygulamaları ile üretilen gelecekte fayda sağlayacak kaynaklardır.
Marr ve Schiuma (2001)	Örgütsel faktörler (ilişkiler, insan kaynakları) ve altyapı faktörleri (fiziksel ve fiziksel olmayan) arasında ayırım yapan bilgi varlıkları temeline dayanır.

Kaynak: Marr ve ark., 2004: 554

Görüldüğü üzere entelektüel sermaye kavramı, insana dayalı bir kavramdır. İnsanların bilgi birikimi, kurduğu ilişkiler ve deneyimleri ile bir sistemi oluşturması ve onu daha etkin biçimde yönetmesi, onların entelektüel sermayelerine bağlıdır.

2.2. Entelektüel Sermayenin Önemi

Entelektüel sermaye, bilginin üretilmesi daha da önemlisi yönetilmesi ile ilgili döngüyü kapsamaktadır. Bilginin oluşumunda, verilerden enformasyona, enformasyondan bilgiye ulaşılır. Ayrıca fiilen bilginin açık ve örtülü bilgi olması da onun aktarım kolaylığı ve devamlılığı konusunda önem arz etmektedir. Bilginin yaratılması ve ortaya konulması için bilgiye ihtiyaç vardır. İnsanların yeni bilgiler keşfetmesi ve bunları tasnif ederek yaşam içinde uygulamaya başlaması onların çeşitli problemler karşısında daha farklı çözüm yolları geliştirmesine olanak tanıyacaktır. Söz konusu ekonomik faaliyetler olduğunda da durum bundan farklı değildir. Günümüzde sürekli rekabet içinde olan kuruluşların tamamı maddi yatırımlar gerçekleştirilme potansiyeline sahiptir. Bir başka deyişle aynı makineler ile aynı ürünleri üretmek mümkündür. Ancak makineleri verimli kullanmak, doğru zamanda doğru üretimi yapmak, müşterileri anlamak ve tanımak, onların isteklerini çözümlenmek, çalışanlar arasında koordinasyonu sağlamak, olası krizleri önceden görebilmek gibi vasıfların her işletmede olmaması, rekabet ortamında avantajı sağlayan asıl önemli etkidir. Bir bakıma işletmelerin rekabet edebilirliği 21.yüzyılda entelektüel sermayelerine bağlıdır demek yanıltıcı olmayacaktır. Bilgiyi üretmeyi başaran kurumlar diğer kurumlar için öncü rol oynayacaklardır (Karadeniz, 2017: 3; Osadchy ve Akhmetshin, 2015: 1014).

Sayılan bu avantajların çeşitli şekillerde sınıflandırılması mümkündür (Akkaya ve Balı, 2018: 1147):

2.2.1. Sosyo Ekonomik Açıdan Entelektüel Sermayenin Önemi

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim, insanların da daha fazla bilgilenmesini ve sorgulamasını beraberinde getirmiş, toplumları cehaletten uzaklaştırarak bilgi toplumlarına dönüştürmeye başlamıştır. Bu durum, gerek mal ve hizmet üreticilerinin gerekse tüketicilerin, bilgiye daha fazla önem vermesi anlamına gelmektedir. Bilginin getirdiği güvenilirlik, işletmelerin de gerek daha verimli çalışabilmek gerekse müşteri tatminini sağlayabilmek açısından seçtiği personele yansımaya başlamıştır. Günümüzde, çalışanlarda aranan en önemli nitelikler, bilgiyi toplayabilmesi, onu süzgeçten geçirebilmesi ve kullanabilmesidir. Tasnif edilemeyen ve faydalı amaçlar için kullanılmayan bir bilgi, kafa

karışıklığı, karar verme güçlüğü ve güvenilirliğin azalması anlamına gelmektedir. Ayrıca, bilginin etkin biçimde kullanılamaması, işletmelerin en önemli avantajlarından birini rekabeti de engelleyecektir (Alagöz ve Özpeynirci, 2007: 168). Entelektüel sermaye ve onun getirdiği bilgi; işletmelerin ve dolayısıyla işletmelerle ilişkili olan toplumun, sürekli olarak yeni bilgi üretmesi ve kullanması anlamına gelmektedir. Entelektüel sermaye bakımından güce sahip işletme ve toplumlar, kuşkusuz diğerlerine kıyasla daha fazla katma değer üretebilmekte; kültürel ve sosyal açıdan yaşayışlarını daha zengin hale getirebilmektedirler.

Maddi bir varlığın değerlendirilmesi ve ekonomik kazanca dönüştürülmesi bilgi ve deneyim ile mümkündür. Çalıştırılmayan varlıklar, gerçekleşmeyen tahminler üretimi durduracak, fiyatların da hızla artmasına, alım gücünün azalmasına neden olacaktır. Alıcı ve satıcı konumdaki birey ve kitleler, birbirleri ile etkin iletişim kuramadıkları takdirde ekonomik olarak değere sahip hiçbir faaliyet de etkin olmayacaktır. İşte bu noktada entelektüel sermayenin önemi ortaya çıkmaktadır. Gerçek ve tüzel kişilerin, kaynaklarını verimli kullanabilmeleri ve etkin bir etkileşim süreci içine girebilmelerinin temelinde fiziksel olmayan sermaye bulunmaktadır. Entelektüel sermayenin olmadığı bir piyasada ekonomik bir hareket gerçekleşmeyecek, dolayısıyla bu alan bir piyasa olmaktan çıkacaktır (Marcin, 2013: 290).

Entelektüel sermaye, endüstriyel süreçlerin sürekli gözden geçirilmesi ve daha verimli hale getirilerek karlılık ve kazancın artırılması hususunda hayati öneme sahiptir. Emegın, sermayenin, insan ve makine gücünün, girişimcilik potansiyelinin ve mal ve hizmet üretimi ile satış süreçlerine katılan her türlü unsurun yerinde ve doğru oranda kullanılması, ekonominin pozitif yönlü gelişerek toplumun yaşam düzeyini arttırması konusunda önemlidir. Tüm bunların gerçekleşebilmesi için doğru planlamaların yapılması, atılacak adımların doğru kararlar verilerek gerçekleştirilmesi şarttır. İşte bu süreç, insan deneyimi, bilgisi ve karar verebilme becerisi ile, özetle entelektüel sermaye ile mümkündür (Petty ve Guthrie, 2000: 156-157).

Fakat bu noktada entelektüel sermayenin piyasa için yarattığı tehlikelere de değinmek gerekmektedir. Bilginin toplumsal fayda için kullanılmaması, tehlikeli bir durumdur. Örneğin entelektüel sermaye sahipleri, bilgilerini, çevrelerini, ikna kabiliyetlerini ve liderlik

özelliklerini kullanarak çeşitli finansal manipülasyonları ortaya çıkarabilecek ve yatırımcıları, alıcı ve satıcıları endişeye sevk edebileceklerdir. Entelektüel sermaye sahipleri art niyetli olmaları halinde yarattıkları bu manipülasyonları kendi menfaatleri için kullanabileceklerdir. Örneğin bu sayede işletmelerine ek karlar elde etmeleri ve çok yüksek değerlerde mal veya hizmet ya da hisse satmaları mümkündür. Kuşkusuz bu durum hem piyasadaki güveni hem de alım satım dengesini zedeleyecektir.

Entelektüel sermayenin sosyal ekonomi dengelerini nasıl etkilediğini daha net anlamak için ekonomik sisteme bütüncül bakmak lazımdır. Günümüz koşullarında bilginin gerek sermaye için gerekse de hammadde, emek ve girişimcilik unsurlarının önünü geçtiği düşünülmektedir. Böylesi bir ortamda iş yaşamındaki rekabet unsuru bakımından bilginin insan kaynaklarını yönetme ve denetleme süreçlerini düzenlemesi üzerinde durulmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin tek başına geliştirilmesi, zaman içinde kazancın yok olmasına neden olacaktır. Hem toplumdaki bilgi ve becerilerin kullanımı bilgi teknolojilerinin gelişimini ve kullanım olanağını, hem de bilgi teknolojilerindeki gelişmeler toplumun düşünme biçimini, bilgi düzeyini ve bunun kullanım alanlarını değiştirmektedir. Yani değişim değişimi doğurmaktadır. Gelişen süreçlerden biri eksik kaldığı takdirde ekonomik denge de bozulacaktır. Buradan hareketle iletişim teknolojilerinin yükselmesinin işletmelerin organizasyonel yapısını yeniden düzenlemesi kaçınılmaz bir durum olarak göze çarpmaktadır. Değişim süreçleri, çalışan personel, fonksiyonel süreçler, yönetsel unsurlar, bilgi ve iletişim teknolojileri ve eğitim faaliyetleri işletmelerin tümünü etkilediği şeklinde ifade edilebilir (Özilhan, 2018: 21).

2.2.2. İşletmeler Açısından Entelektüel Sermayenin Önemi

Günümüzde bilgi, üretimden daha önemli ve değerli kabul edilmektedir. Bununla birlikte günümüzde müşteri ilişkileri, insan kaynakları, yetenek gibi kavramlar da değerlendirilmiş ve işletmelerin göz bebeği haline gelmiştir. Bilgi çağındaki teknolojik gelişmelerden kaynaklı olarak bilişim teknolojisinin gelişmesi, bilginin üretilmesinde, depolanmasında, elde edilmesinde ve yayılmasında önemli derecede etkili olmuştur. Söz konusu değişimler neticesinde entelektüel sermaye kavramı değer kazanmış ve işletmeler tarafından sık tercih

edilen bir kavram haline gelmiştir. Özellikle bugün işletmeler, sahip oldukları somut varlıklar yerine sahip oldukları entelektüel sermayeleri ile değerlendirilmektedirler. Bu durum, entelektüel sermayenin işletmenin ekonomik açıdan daha değerli hale gelmesi konusunda oldukça etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra bugün yatırımlarının büyük bir kısmını araştırma geliştirme, bilgi teknolojileri, yazılım gibi unsurlara yapan işletmelerin sayısının oldukça fazla olması da bu durumu kanıtlar nitelikte bir tablo ortaya koymaktadır. Söz konusu tablo entelektüel sermaye kavramının önemini artırmakta ve işletmeler arası rekabet gücü üzerinde de etki yaratmaktadır (Sakur, 2019: 16).

Entelektüel sermaye, işletmelerin hali hazırda var olan faaliyetlerini devam ettirmelerine yarayan ve sahip olduğu görünmeyen varlıklardır. Bir diğer ifadeyle işletmenin sahip olduğu soyut varlıklar, entelektüel sermayeyi meydana getirmektedir. Söz konusu soyut varlıklar ise günden güne değeri artan yatırımlar niteliğinde olup zamanla somut varlıkların yerini almaktadır. Bu duruma en güzel örnek, Microsoft ve Online gibi büyük şirketlerin pazar değerinin ortalama yüzde doksanının soyut varlıklardan oluşmasıdır. Entelektüel sermaye adını alan bu soyut varlıklar için piyasa değerinin 1996 yılında Microsoft'ta fiziksel değer toplamından 11,2 kat, 2000 yılının ikinci yarısında ise 13,3 kat daha fazla olduğu görülmüştür (Görmüş, 2009: 60).

Entelektüel sermayenin somut varlıkların yerini almasının temel nedeni, kuşkusuz, işletme performansına olan etkisidir. Somut ve soyut varlıklar arasındaki bu değişimin baş göstermesiyle birlikte, entelektüel sermayenin işletmelere ve performanslarına olan etkisi pek çok araştırmaya konu olmuştur. Bontis tarafından yapılan bir çalışmada entelektüel sermaye unsurlarının işletme performansına olan etkisi farklı sınıflandırma yöntemleri ile değerlendirilmeye çalışılmış ve araştırma sonucunda entelektüel sermaye unsurlarının (insan, yapısal, müşteri) birbirleri üstünde ve yapısal sermayenin de işletme performansı üstünde olumlu etkisinin olduğu anlaşılmıştır. Aynı konu için 2004 yılında Bozbura tarafından yapılmış bir çalışmada ise insan sermayesi ve ilişki sermayesi ile organizasyonların piyasa değeri arasında olumlu ve oldukça etkili bir bağlantı olduğu ve organizasyonun yapısal sermayesi ile insan ve ilişki sermayesi arasında olumlu ve etkili bir ilişki olduğu anlaşılmıştır (Yıldız, 2011: 13).

Entelektüel sermayenin işletmeler açısından önemi konusunda yapılan bir diğer araştırma da yine entelektüel sermayenin işletme başarımına olan etkisinin değerlendirilmesine yönelik olup 2004 yılında Eren ve Akpınar tarafından yapılmıştır. Söz konusu çalışma sonucunda, entelektüel sermayenin işletmenin performansını artırdığı yönündeki hipotez kabul edilmiştir. Buna ek olarak araştırma, güçlü bir bilgi işlem altyapısının da işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucunu da ortaya koymuştur (Eren ve Akpınar, 2004: 15, 16). Yapılan tüm bu çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular, entelektüel sermayenin somut varlıkların tercih edilme yönünden önüne geçmesinin sebebini açıklar niteliktedir (Yıldız, 2011: 13-14).

Bilgi, bir işletmenin sahip olabileceği en önemli ve değerli soyut varlıktır. Bilginin üretilmesi, paylaşılması ve ortak bir amaç için kullanılabilir nitelikte olması, onun ekonomik açıdan değerini de artırmıştır. Bilginin değerlendirilmesi ve işletmelerin işine yaramaya başlaması üzerine örgütler, bilginin hayati önemini farkına varmaya başlamış ve temel stratejilerini entelektüel sermaye üzerine kurmaya başlamışlardır. Entelektüel sermayenin bu denli önemli olması, onun görünür hale gelmesini ve ölçülmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu sayede işletmelerin, sahip oldukları bilgi oranında piyasa fiyatları da yükselmeye başlamıştır. Bu noktada, entelektüel sermayeye verilen önem ile işletmenin elde edeceği kar oranı arasında bir bağlantı kurmak yanlış olmayacaktır (Pamukçu ve Akarçay, 2014: 70). Günümüzde değişim hızı, ayak uydurması zor bir hale gelmiştir. Özellikle işletmeler açısından bu durum daha belirgindir. Literatürden elde edilen bilgilere göre bütün işletmelerin söz konusu değişime ayak uydurması ve bilgi toplumunun kurallarını takip etmesi gerekmektedir. Somut varlıklar, değişime ayak uydurmayı zorlaştırdığından bugün soyut varlıklar daha çok tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra insan gücünün yerini beyin gücünün alması da işletmeler için değişimi zorunlu hale getirmektedir. Bu değişime katılmak, yenilikler sunmak ve performans arttırmak için işletmeler, kendilerine en uygun sermayeyi tercih etmek durumundadırlar. Bu noktada da akıllara entelektüel sermaye gelmektedir. (Örnek ve Ayas, 2015: 93). Ayrıca entelektüel sermayenin tek avantajı da bu değildir. İşletmenin sahip olduğu logolar, haklar, patenler ve bunlar gibi pek çok değer, işletmeye güç katmaktadır.

2.2.3. Stratejik Açıdan Entelektüel Sermayenin Önemi

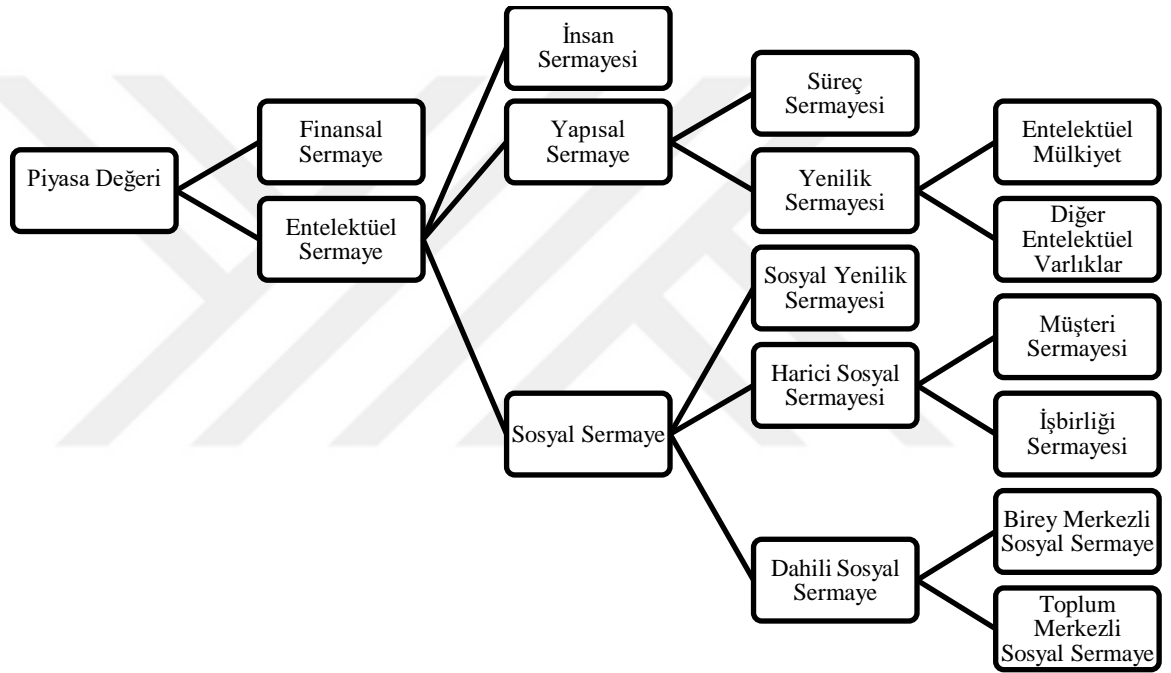
Geleneksel anlayış, işletmelerin asıl değerinin somut varlıklar üzerinden belirlendiğini ve söz konusu somut varlıkların işletme performansı ve gelecek stratejileri üzerinde etkili olduğunu savunmaktadır. Ancak bu anlayış, bugün daha farklı bir yere gelmiş ve neredeyse tam tersi bir hal almıştır. Bugün, işletmeler somut varlıklar yerine soyut varlıklara yönelmiş ve entelektüel sermayeye yatırım yapmaya başlamıştır. Bir diğer ifadeyle günümüzdeki işletmeler, araştırma ve geliştirme ya da eğitim gibi daha soyut alanlardaki yatırımlarının gelecekte kendilerine daha fazla kar getireceğine inanmakta ve bu yüzden entelektüel sermayeye yatırım yapmaktadırlar. Bunun yanı sıra işletmelerin göze çarpan bir diğer stratejileri ise, taklit edilme olasılığı düşük, özgün ve ihtiyaç olan bir ürün üretmek ve rekabet anlamında ciddi güç kazanmaktır. Bu kapsamda da entelektüel sermaye değer kazanmaktadır. Daha açık bir ifadeyle entelektüel sermaye, günümüz işletmeleri için stratejik öneme sahip bir faktördür. Soyut varlıkların taklit edilebilirliğinin düşük olması, seri bir biçimde üretilmemesi ve değerli olması gibi özellikleri sayesinde işletmeler daha kolay büyüyebilmekte, daha fazla kar elde edebilmektedirler. Entelektüel sermaye sayesinde işletmeler uygun stratejiyi uygulayabilmekte ve uzun vadeli planlamalar yapabilmektedirler (Sakur, 2019: 17).

2.3. Entelektüel Sermayeyi Oluşturan Unsurlar

Entelektüel sermayeyi oluşturan unsurlar konusunda literatürde bir görüş birliğinin olduğunu söylemek güçtür. Örneğin Edvinsson ve Malone entelektüel sermayeyi oluşturan iki unsur olduğunu söylemişlerdir. Araştırmacılara göre bunlar insan sermayesi ve yapısal sermayedir (Bontis, 2001: 45). Brooking, entelektüel sermayenin unsurları olarak piyasa varlıkları, insan odaklı varlıklar, entelektüel mülkiyet varlıkları ve altyapı varlıklarına işaret etmektedir (Alagöz ve Özpeynirci, 2007. 171). McElroy ise entelektüel sermayeyinin insan sermayesi, yapısal sermaye ve sosyal sermayeden meydana geldiği görüşündedir (McElroy, 2002: 2-3). Bu aşamada, araştırmacıların değindiği unsurların yanı sıra, entelektüel sermayenin genel unsurları açıklanacaktır.

i. MceElroy'a Göre Entelektüel Sermaye Unsurları:

Araştırmacının genel entelektüel sermaye unsurlarına yaptığı en önemli ekleme sosyal sermaye kavramıdır. Burada sosyal sermaye insan ilişkileri anlamını taşımaktadır. Ancak buradaki ilişkiler, ilişki sermayesinden farklıdır. Çıkar taşımayan ilişkilerin de bir sermaye çeşidi olduğu görüşü hâkimdir. Yazara göre sosyal sermaye, işletme içi ve işletme dışı ile sosyal yenilik sermayesi şeklinde alt gruplara ayrılmalıdır. Engelen ve Jorna ile birlikte kaleme aldığı makalesinde McElroy, sosyal sermayenin bilgi akışını sürekli kılan unsurlar arasında olduğu vurgusunu yapmaktadır (McElroy ve ark., 2006: 10).



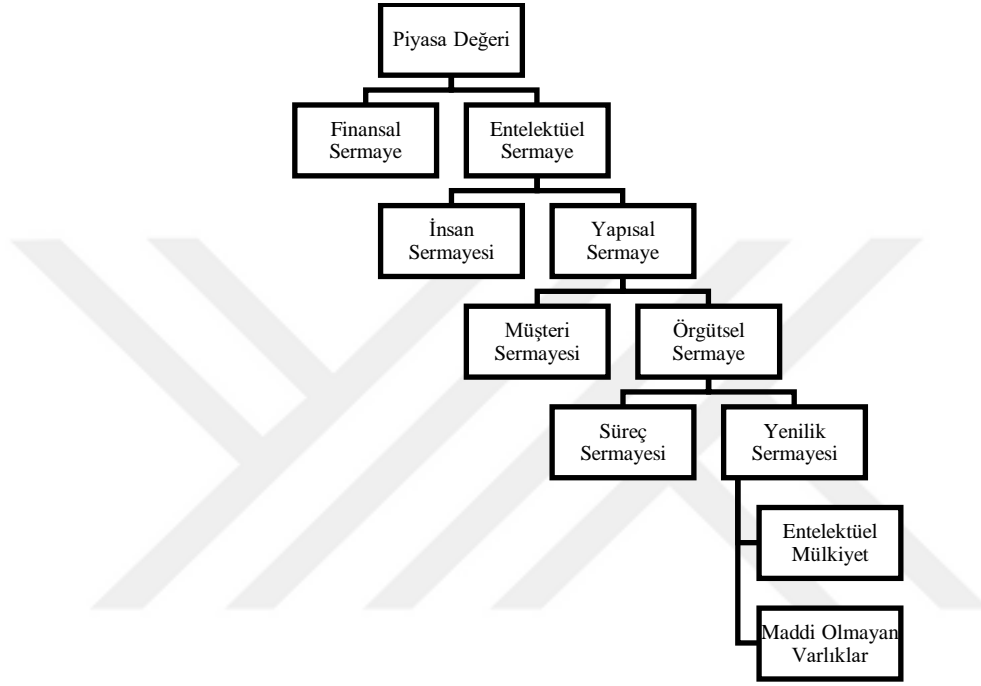
Şekil 1. McElroy'a Göre Entelektüel Sermaye Unsurları

Kaynak: McElroy, 2002: 6

ii. Edvinsson ve Malone'a Göre Entelektüel Sermaye Unsurları:

Araştırmacılara göre yapısal sermaye ve insan sermayesinin bir araya gelmesi entelektüel sermayeyi oluşturmaktadır. Entelektüel sermaye yönetimi sayesinde işletme içinde çalışanların işletmenin planlamaları ile bağ kurmaları daha mümkün hale gelmektedir.

Yönetim, çalışanların yaptıkları işler ve işletme amaçlarını ilişkilendirmeyi sağladığı takdirde, başarıyı yakalamanın daha kolay olacağını belirten yazarlar, bir şirketin piyasa değerinin oluşabilmesi için entelektüel sermayenin varlığı gibi finansal sermayenin önemine de dikkat çekmektedirler (Görmüş, 2009: 59-62).



Şekil 2. Edvinsson ve Malone’a Göre Entelektüel Sermaye Unsurları

Kaynak: McElroy, 2002: 2

Burada literatürde yer alan genel entelektüel sermaye unsurlarına da değinmekte fayda vardır. Bu sayede entelektüel sermayenin neyi ifade ettiği konusunda daha net bir bilgi sahibi olmak mümkündür.

2.3.1. İnsan Sermayesi

Entelektüel sermayenin unsurlarından biri olan insan sermayesi, uzun zamanlardan beri araştırmalara konu olmuş ve pek çok kez tanımlanmıştır. Bu kavramı ilk kez Hermanson dile getirmiş ve insanın yalnızca bedensel gücüyle değerlendirilmesinin yanlış olduğuna vurgu yapmıştır. Hermanson, insanların bedensel güçleri dışında da pek çok özelliğe sahip olduğunu ve bu özelliklerinin finansal açıdan da ifade edilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu ve bunun gibi düşünceler 1962 yılından bu yana gittikçe çoğalmış ve insan sermayesi unsurunun ortaya çıkmasına neden olmuştur (Sakur, 2019: 22).

İşletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi, kazanç sağlayabilmesi ve varlığını devam ettirebilmesi için emek faktörü vazgeçilmez bir konumdadır. İnsan figürünün olmadığı bir yerde ise emeğin varlığından söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla, insanın olmadığı bir yerde bir işletmenin sürdürülebilir olması da olanaksızdır. Bu nedenle her işletme devamlılığını sağlamak ve faaliyetlerini yürütebilmek için insan barındırmak ve insan sermayesinden yararlanmak zorundadır. Söz konusu çalışanların meydana getirdiği kaynak “insan kaynağı”, eğitim, bilgi, yetenek gibi özelliklerinin meydana getirdiği değerlere ise “insan sermayesi” denmektedir (Suyadal, 2019: 13).

Entelektüel sermayenin unsurlarından en önemlisi olarak kabul edilen insan sermayesi hakkında yapılmış bazı tanımlamalar dikkate alındığında insan sermayesinin, personellerin tecrübeleri, becerileri, yetkinlikleri, bilgi birikimleri ve güçlerinin bir karışımını oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İnsan sermayesini entelektüel sermayeyi oluşturan diğer unsurlardan ayıran en önemli özellik, işletmenin mülkleri arasında girmemesidir. Bu nedenle insan sermayesi bir işletmeden kolaylıkla kopabilmekte ve bu da işletmeler için büyük bir risk oluşturmaktadır (Sakur, 2019: 23).

Günümüzde işletmeler arasında var olan ve git gide artan rekabet ortamı dikkate alındığında, insan sermayesinin daha da önem kazandığı görülmektedir. Her işletme rakiplerinden bir adım daha öne çıkabilmek ve pazarda daha aktif olabilmek için diğerlerinden daha donanımlı, tecrübeli ve bilgi sahibi çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Bu da, insan sermayesinin gücü anlamına gelmektedir. Ancak insan sermayesi yapısı gereği

somut ve gözle görülür nitelikte olmadığından, bu değerin gücünün öğrenilmesini zorlaştırmaktadır (Kalyoncu, 2019: 48).

2.3.2. Yapısal Sermaye

İşletmeler, diğer işletmeler ile aralarında olan rekabeti avantaja dönüştürmek ve elde edilen kar oranını artırmak amacıyla, zamanla marka, patent ve bilgi teknolojileri gibi unsurları da kapsamaya başlamıştır. Yapısal sermaye, işletmeleri ayakta tutan bir iskelet niteliğinde olup ticaret gibi işletmenin sürekliliğini sağlayan faaliyetleri de içine almaktadır. Yapısal sermayede üretim süreci kendini yenileyebilmekte ve diğer işletmelerle paylaşım yapılabilmektedir. Özetle yapısal sermaye, işletmenin sahip olduğu patent, marka, lisans, veri tabanı gibi varlıklarını temsil etmektedir. İşletmede çalışan personeller evlerine gittiğinde işletmede kalan bütün varlıklar olarak da değerlendirilen yapısal sermaye, örgüt kültürü gibi zamanla kazanılmış çoğu faktörü organize etmekte ve geliştirmektedir. Bunun yanı sıra işletme, sahip olduğu yapısal sermayeyi iyi şekilde kullanmalıdır. Söz konusu sermayenin iyi bir stratejiyle kullanılmaması, işletmenin yapısal sermayenin doğuracağı avantajlardan ve olanaklardan faydalanamayacağı anlamına gelmektedir. “İşletmenin sahip olduğu yegane sermaye” olarak da ifade edilen yapısal sermaye, işletmelerin içinde bulunduğu pazardaki ihtiyaçları karşılmasına ve diğer işletmelerle rekabet edebilmesine yardımcı olmaktadır. Yapısal sermaye, işletme tarafından satın alınabilen ve satılabilen; işletmeye maddi anlamda bir gelir kazandırabilen soyut varlıklardır (Kaya, 2017: 15).

İşletmenin işlerini daha kolay bir şekilde yapabilmesi ve personellerin becerilerini en iyi şekilde ifade edebilmeleri için tasarlanmış olan yapısal sermaye, doğru kullanıldığı takdirde işletme içerisinde oluşabilecek sorunların çözülmesi konusunda oldukça etkilidir. Ancak yapısal sermayenin tüm bu faydaları sağlayabilmesi için, yapısal sermaye unsurlarının çalışanların performanslarını sergileyebilmeleri için uygun bir ortam oluşturuyor olması ve yeteri değeri görmesi gerekmektedir (Yılmaz, 2015: 40).

Aşağıdaki tabloda yapısal sermayenin unsurları yer almaktadır (Fidanbaş, 2017: 14).

<i>Entelektüel Mülkiyet Unsurları</i>	<i>Alt Yapı Unsurları</i>
<i>Patentler</i>	<i>Yönetim Felsefesi</i>
<i>Telif Hakları</i>	<i>Örgüt Kültürü</i>
<i>Dizayn Hakları</i>	<i>Yönetim Süreçleri</i>
<i>Ticari Sırlar</i>	<i>Bilgi Sistemleri</i>
<i>Ticari Amblemler</i>	<i>Ağ Sistemleri</i>
<i>Hizmetle ilgili amblemler</i>	<i>Finansal İşlemler</i>

Kaynak: Fidanbaş, 2017: 14.

Yukarıdaki tabloda ifade edilen entelektüel mülkiyet unsurları aşağıda daha ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır (Fidanbaş, 2017: 14):

i. Patentler:

Bireysel bir kişi ya da kurumsal bir işletme tarafından ilk kez ortaya çıkarılan buluşların devlet tarafından güvence altına alınması ve o buluşun sahibine belirli haklar tanınması anlamına gelen patent, entelektüel mülkiyet unsurları arasında yer almaktadır. Patentlerin verilmesindeki temel hedef, buluş sahiplerinin haklarının korunması ve ilk kez bulunan herhangi bir şeyin bir başkası tarafından taklit edilmesini önlemektir.

ii. Telif Hakları:

Biri ya da birilerinin sanat eserleri ve düşünceleri üzerindeki haklarının sürekliliğini sağlamak amacıyla ortaya çıkan haklardır. Belli bir süreyi temsil eden bu haklar sayesinde kişiler, eserlerini kiralama, satma ya da başkasına devretme hakkına sahip olmaktadır.

iii. Ticari Sırlar:

Söz konusu sırlar gerçek bir sır niteliğinde olup, yalnızca işletmeyi ilgilendirmektedir. Bu sırlar piyasadaki başka hiçbir şahıs veya kurum tarafından bilinmemektedir.

iv. Ticari Marka:

Marka, bir işletmenin pazara sunduğu mal veya hizmetlerin bir başka firmanın pazara sunduğu mal ve hizmetler ile karıştırılmaması için kullandığı ve bir değeri olan isim, sembol ve logolardır.

2.3.3. Müşteri Sermayesi

İşletmeler varlıklarını koruyabilmeleri için bir gelir elde etmeli, yani müşterisini elinde tutması gerekmektedir. Müşterileri kazanmak ve varlıklarını korumak için o kitleyi anlayabilmeleri ve onlara hitap etmeleri gerekmektedir. Burada müşteri sermayesi devreye girmektedir. Müşteri sermayesinin temelini bir organizasyonda pazarlama ve müşteri ilişkileriyle oluşan bilgiler oluşturmaktadır. Müşteri sermayesi, ilgili işletmenin müşteri kazanması ve o müşteriyi devamlı kılmak için oluşturulan yol, yöntem ve zamanı kapsamaktadır. Müşterinin varlığını sürekli kılmak için memnuniyetinin ve sadakatinin, işletmenin yararına tanıtımın, marka olarak değerinin sağlanması gerekmektedir. Bunun gibi olgular; işletmenin, işbirliği gibi olumlu anlaşmalar ile desteklenebilir (Özbek, 2016: 58-59).

Müşteri sermayesi, insan sermayesinden ziyade dış bir unsurdur, mülk tam olarak işletmeye geçmemektedir. Müşteri sermayesindeki en önemli fonksiyon ise işletmenin markasının değeri, işletmenin diğer işletmelerle yapmış olduğu iş birlikleri ve dağıtım kanallarından oluşmaktadır (Yükser, 2017: 58-59).

Müşteri sermayesini oluşturan asıl etkenlerin şu şekilde sıralanması mümkündür (Aslanoğlu ve Zor, 2006: 155):

- i. Markalar,
- ii. Müşteriler,

- iii. Müşteri sadakati,
- iv. İşletme adı,
- v. Dağıtım kanalları,
- vi. İşle ilgili işbirliği,
- vii. Lisans anlaşmaları,
- viii. İstenilen nitelikteki sözleşmeler,
- ix. Franchising anlaşmaları.

Müşteri de tıpkı insan sermayesindeki gibi işletmeden istediği zaman ayrılabilme yetkisine sahiptir. Entelektüel sermayenin yönetimi bakımından müşteri sermayesi de insan sermayesi gibi, işletmenin sistemine entegre edilmesi ve buradan da yapısal sermayeye dönüştürülmesi gerekmektedir (Özbek, 2016:58).

Müşteri sermayesi iç ve dış çevreyle olan ilişkileri güçlendirip işletmeye değer katacak, müşteri sadakati oluşturacak, firmanın ününü sağlayacak olgularla ilgilenmektedir (Akmeşe 2006: 23). (Odabaşoğlu, 2016: 10), “Thomas Stewart ise bu kavramı bir kuruluşun iş yaptığı insanlarla olan ilişkilerinin değeri” diye açıklamıştır.

Müşteri sermayesi, entelektüel sermaye mülkiyete dönüşüp iş birliği ilişkilerindeki değeri ve gelecekteki iç-dış çevrenin işletme ile iş yapmaya devam etme imkânıdır. Böylece işletmenin şu anki varlığını sürdürebilmesiyle diğer işletmelerle olan rekabetinin devam edebilmesi ve o işletmelerle başa çıkabilmesi için iç ve dış çevreyle iyi iletişim kurmasını, bu sayede de elde ettiği bilgiyi faydalı bir biçimde kullanmasını sağlamaktadır (Odabaşoğlu, 2016: 10).

Entelektüel sermayenin unsurları arasındaki netliği koruması açısından, teorik bilgi birikimi ile yetenek gibi etmenleri değer kazanması için bir araya getiren insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi bileşen yetkinlikleri arasında olan farkın da belirlenmesi gerekmektedir. Bu farkın belirlenmesi sermayenin daha verimli kullanılmasına olanak sağlamaktadır (Ekim, 2017: 39).

2.3.4. Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye, insanlar arasındaki karşılıklı bağlantıya odaklanan, insan davranışlarını da içeren toplum çalışmalarının önemli bir unsuru olan bir kavramdır. Entelektüel sermaye yapıları içerisinde de önemli bir yere sahiptir. Şirketler açısından kurumsallaşmış bilgi ve deneyimler, iş rutinleri ve alışkanlıkları, el kitapları, patent hakları, yapı ve oluşumları sosyal sermaye içerisinde değerlendirilmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 243; Mohamed, 2019: 19).

Sosyal sermaye bir işletmenin müşteriler, tedarikçiler, ortaklar, kuruluşlar, rakipler ve toplum ile olan ilişkilerini ele almakta ve işletmenin çevresi ile olan ilişkisini düzenlemektedir. Entelektüel sermayenin insan sermayesi ve yapısal sermaye bu yönüyle sosyal sermayeye hizmet etmektedir. Entelektüel sermayenin gelişimi insan sermayesi ile başlamakta, buradan sosyal sermayeye doğru evrilmekte ve son olarak yapısal sermayenin oluşturulmasına doğru gelişim göstermektedir. Organizasyonlardaki insan sermayesi yapısal ve sosyal sermayeyi artıran unsurların başında gelmektedir (Şenel, 2019: 28).

Sosyal sermaye belli yönleriyle müşteri sermayesinden ve ilişki sermayesinden farklılaşmaktadır. İşletme ile işletme müşterileri arasında olan ilişki müşteri sermayesini açıklarken; işletme dışında olan, menfaat topluluğu ilgili olan ilişkiyi ilişki sermayesi olarak açıklamak mümkündür. Sosyal sermaye ise menfaat özelliği taşımayan tüm kişi veya topluluğu kapsayacak genişliktedir (Akkaya ve Balı, 2018:1149).

Sosyal sermaye düzenli bir entelektüel sermaye unsuru olmayıp kolaylaştırıcı role sahip bir entelektüel sermaye unsuru olarak görülmektedir. Sosyal sermaye kavram olarak bireylerin ya da organizasyonların ağ bağlantılarının ötesinde bir kavramdır ve ilişkiler, işbirliği ve etkileşimleri kolaylaştıracak kuralları içerisinde barındırmaktadır (Subramaniam ve Youndt, 2005: 452; Mohamed, 2019: 19).

Sosyal sermaye kısa süre içerisinde ekonomik sermayeye dönüştürülemeyen, kurulması ve sürekliliğinin sağlanması belli süre alan, ciddi anlamda efor sarf edilmesi gereken sermaye unsurudur. Bu transformasyonun gerçekleşebilmesi için belirli bir sürenin geçmiş olması gerekir (Ağcasulu, 2017: 118-119).

2.4. Entelektüel Sermayenin Diğer Unsurları

Bilindiği üzere entelektüel sermaye yapılan araştırmalar ışığında şekillenmiş ve bu nedenle net bir tanıma kavuşamamıştır. Benzer şekilde entelektüel sermayeyi oluşturan unsurlar da çeşitli araştırmalar ve tanımlamalar ışığında pek çok kez şekillenmiştir. Söz konusu araştırmalar sonucunda ortaya çıkan farkların temel nedeni, araştırma yapılan ana ve alt disiplinlerin özellikleridir. Bir diğer ifadeyle entelektüel sermaye; yönetim ve organizasyon, pazarlama, girişimcilik, insan kaynakları gibi farklı perspektiflerden bakılarak ifade edilen ve son derece geniş bir kavram olması nedeniyle farklı yaklaşımlara sahiptir. Bu durum tarih boyunca bu şekilde devam etmiştir. Aşağıdaki tablo, entelektüel sermaye unsurlarının farklı zamanlarda farklı araştırmacılar tarafından farklı biçimlerde sınıflandırıldığını ortaya koymaktadır (Suyadal, 2019: 12)

Tablo 2. Entelektüel Sermayenin Sınıflandırılmasında Farklı Yaklaşımlar

Araştırmacı (Yıl)	Ülke	Sınıflandırma
Edvinsson ve Malone (1997)	İsveç	İnsan Sermayesi Yapısal Sermaye
Bontis (1998)	Kanada	İnsan Sermayesi Yapısal Sermaye Müşteri Sermayesi
Stewart (1997)	ABD	İnsan Sermayesi Yapısal Sermaye Müşteri Sermayesi
Saint-Onge (1996)	Kanada	İnsan Sermayesi Yapısal Sermaye İlişkisel Sermaye
Sveiby (1997)	Avustralya	Çalışan Yetkinliği İçsel Yapı Dışsal Yapı
Van Buren (1999)	ABD	İnsan Sermayesi Yenilik Sermayesi Süreç Sermayesi Müşteri Sermayesi
Roos vd. (1998)	İngiltere	İnsan Sermayesi Yapısal Sermaye İlişkisel Sermaye
O'Donnell ve O'Regan (2000)	İrlanda	İnsanlar İçsel Yapı Dışsal Yapı

Kaynak: Tseng ve Goo, 2005: 191.

Bugün entelektüel sermaye unsurlarının ifade edilmesi konusunda net bir çizgi olmasa da araştırmalar entelektüel sermaye unsurlarını genellikle insan sermayesi, örgütsel sermaye ve ilişki sermayesi olarak sınıflara ayırmıştır. Bu çalışmada da entelektüel sermaye unsurları örgütsel(yapısal) sermaye, insan sermayesi ve ilişki(müşteri) sermayesi olarak üç

farklı başlık altında incelenmiştir (Suyadal, 2019: 13). Ancak literatüre bakıldığında, piyasa varlıkları, entelektüel mülkiyet varlıkları, altyapı varlıkları ve insan merkezli varlıkların da entelektüel sermayeyi oluşturan bileşenler arasında olduklarına ilişkin bilgilere rastlanacaktır (Yükser, 2017: 60):

2.4.1. Piyasa Varlıkları

Hizmet, ürün ve kurumsal markalar, müşteriler, müşteri sadakati, servis noktaları, işbirlikçiler, franchise anlaşmaları ve lisans anlaşmaları piyasa varlıklarıdır. İşletmelerin insanların gözündeki değeri, müşterilerin ve iş ortaklarının güveni, akılda kalıcılık gibi faktörler piyasa varlıkları sayesinde mümkündür. Piyasa varlıkları, örgütlere bilgi sağlanması ve elde edilen bilgilerin kullanılacağı yeni bilgilerin geliştirilmesi konusunda yardımcıdır. İşletmelerin gerçekleştireceği girişimlerde, rekabet üstünlüğü sağlanması konusunda da bu güven ve ilişkiler ağı bulunmaktadır.

2.4.2. Entelektüel Mülkiyet Varlıkları

Entelektüel mülkiyet varlıkları patent, telif hakları, tasarım hakaları, ticari sırlar, teknik bilgiler, ticari markalar ve hizmet markaları gibi değerlerdir. Kullanımı işletmeye özgü olan bu kavramlar, rekabet avantajını da beraberinde getirmektedir. Ayrıca, entelektüel mülkiyet varlıkları, entelektüel sermayenin doğru kullanıldığının da bir göstergesi olarak kabul edilebileceklerdir.

2.4.3. İnsan Merkezli Varlıklar

İnsan merkezli varlıklar kişinin eğitimi, mesleki yeterlilikleri, iş ile alakalı bilgi ve yetkinlikleri, mesleki değerlendirmeleri ve becerileridir. Çalışanların deneyimleri, eğitimleri, mesleklerine olan bağlılıklarını, iş doyumlarını ve meslek içinde üretken olma istekliliklerini,

verimlilik ve motivasyonlarını belirlemektedir. Tıpkı makinelerin gücü ve verimliliği gibi, insanlar tarafından kurulan sistemlerin ve insan iş gücünün getirdiği faydanın da temeli, insan merkezli varlıklardır demek yanıltıcı olmayacaktır.

2.4.4. Altyapı Varlıkları

Altyapı varlıklarına örnek olarak yönetim felsefesi, kurumsal kültür, yönetim süreci, bilişim, teknolojik sistemler, şebeke sistemleri, finansal ilişkiler gösterilebilecektir. İnsanların bilgi edinmesi ve bunu kullanması için, örgüt içinde onara fırsatların sunulması gerekmektedir. Bu sayede entelektüel sermayenin kullanılması ve zenginleştirilmesi de mümkün olacaktır.

Entelektüel sermayenin, bir işletmede faaliyet göstermekte olan çalışan kimselere dair etmenlerden, işletmenin kapsadığı ve işletmeye değer katan diğer etmenlerden, müşteriler ve tedarikçiler gibi ilgili taraflara dair ilişkisel etmenlerden meydana geldiğini görmek mümkündür (Özbek, 2016: 40).

2.5. Entelektüel Sermaye İle İlişkili Demografik Faktörler

Entelektüel sermaye üzerinde cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve kıdem etkilidir.

Cinsiyet: Demografik özellikler içerisinde cinsiyetin entelektüel sermayeyi ve işletmeyi etkilediği belirlenmiştir. Bu etkinin de genellikle pozitif olduğu düşünülmektedir (Uyaroğlu, 2019).

Yaş: Genç çalışanların tecrübe eksikliği, daha ileri yaşı olanların ise fiziksel ve duygusal eksiklikleri entelektüel sermaye üzerinde fark yaratmaktadır. Entelektüel sermayenin en iyi olduğu durum genç yaş ve orta yaş olarak kabul edilmektedir (Uyaroğlu, 2019).

Medeni Durum; Medeni durum demografik değişkeni entelektüel sermayeyi etkileyebilmektedir.

Eğitim Durumu; Bireylerin eğitim düzeyleri, mesleki yeterlilikleri ve bilgi paylaşımları ile ortaya koydukları değer entelektüel sermayenin değerini artırmaktadır (Uyaroğlu, 2019).

Kıdem; Kıdemleri yüksek olan kişilerin mesleki donanımlarının daha yüksek olacağı ve entelektüel sermaye üzerinde etkili olduğu ortaya konmaktadır (Uyaroğlu, 2019).

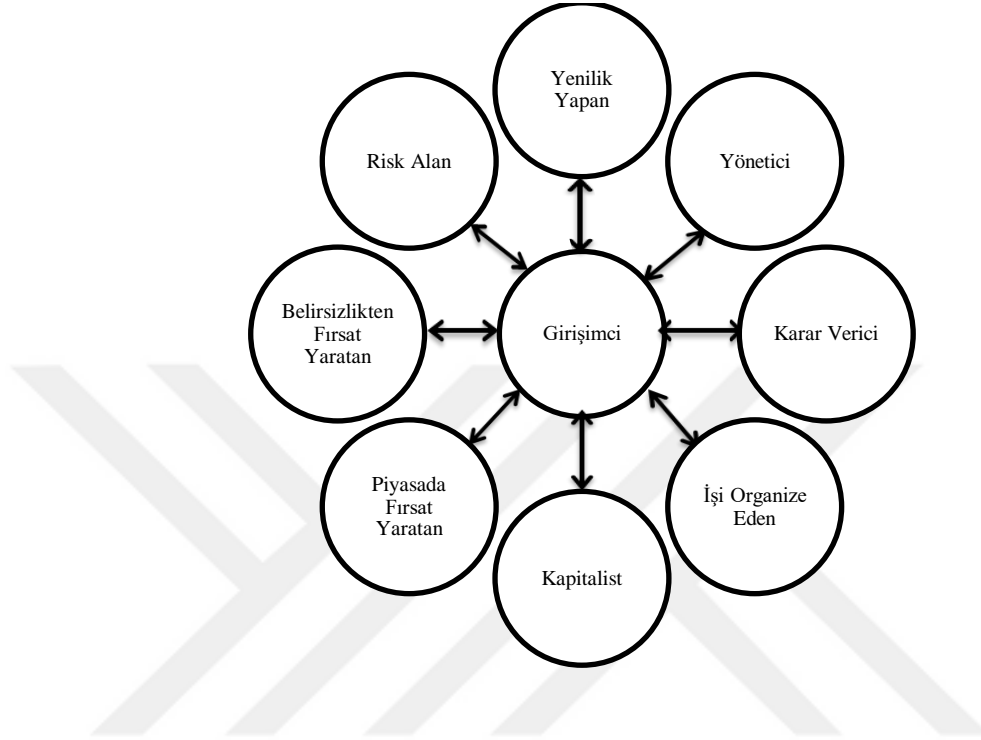
2.6. Girişimcilik

Girişim, Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre; bir işe girişme, teşebbüs olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2005). Girişimin gerçekleşebilmesi için önceden tasarlanması gerekmektedir. Bunun için bilgi, emek ve paraya ihtiyaç olduğu için sermaye, yeni olduğu için ise fikre gereksinim duyan bir aktivite olduğunu söylemek mümkündür. O halde bir girişim söz konusu olduğunda, bunu gerçekleştirecek kişi veya kişilerin, bu gereksinimleri karşılaması lazımdır yorumu yapılabilecektir.

Girişimcilik için aslında bir yaşam biçimi demek mümkündür (Mungan, 2013: 4). Bir olgu olarak girişimcilik yetenek ve yaratıcılıkla yakın ilişkili, yenilik ve bilgi üretim üretim süreçleriyle de bağlantılıdır ve toplumsal kalitenin artması noktasında işlevlere sahiptir. Girişimcilik düş gücünün ortaya konması, yaratıcılık, sorumluluk, düşüncelerin organize edilmesi, karar verme süreçleri ve kişi ve kuruluşlarla iletişim kurmayı içinde barındıran bir kavramdır (Yüceol, 2018: 5).

Girişimcilik kavramını literatüre kazandıran isim Richard Cantillon'dur. 18. Yüzyılda bu kavramı tanımlayan Cantillon, bir girişimcinin henüz kesinleşmemiş bir fiyatla satmak üzere üretim faktörlerini ve hizmetlerini satın alan ve bunlardan yola çıkarak katma değer yaratmak için üretimde bulunan kişi olduğunu söylemiştir (Önce ve ark., 2014: 1). Adından da anlaşılacağı üzere girişimci, girişim gerçekleştiren kimsedir ve yaptığı faaliyet girişimciliktir. Hem girişim hem de girişimcilik kavramlarından yola çıkarak, girişimci için

bir tanımlama yapmak mümkün olacaktır. O halde, girişimcinin, ekonomik ve sosyal açıdan gereksinim duyulan, yenilik getiren kişi (Güner, 2010: 14 ve Corner ve Ho, 2010: 635) olduğu yorumunu yapmak mümkündür.



Şekil 3. Girişimci Özellikleri

Kaynak: Güner, 2010: 14.

Girişimci, üretime ilişkin etmenleri toplumdaki bireylerin ihtiyaçlarına uygun olarak ürün ve hizmet üretme sürecine dönüştüren ve bunu başarılı bir şekilde yerine getiren kişiyi anlatmaktadır. Girişimcinin asıl amacı kar elde etmektir. Bu kişilerin yaptıkları faaliyetler iktisadi ve sosyal faydaları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle bir girişimci için piyasada üretim için gerekli olan faktörleri organize ederek üretim yapan ve bunu yöneten kişi olarak da söz etmek mümkündür.

Girişimciliğin ne olduğu aslında toplumun yapısı ve teknolojinin gelişimi ile değişmektedir. Bu sebeple girişimi net olarak açıklamak da mümkün değildir. İnsan, var olduğundan bu yana yeni bir şeyleri oluşturma çabası içine girdiğinden, girişimcilik aslında

tarikh boyunca süregelen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada girişimciliğin anlamının günümüze dek nasıl şekillendiğini incelemek, kavramın ne olduğunun ifade edilebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Ercan ve Gökdeniz, girişimciliğin insanların doğasında var olduğu ancak günümüze ulaşan şekillenme sürecinin insanların yerleşik hayata geçerek birbirleri ile alış veriş yapmaya başlaması ile birlikte başladığını ifade etmektedirler. İhtiyaçlarını karşılamak durumunda olan insan, önce değiş tokuş edeceği ürünlerin ne olduğuna karar vermiş, bunları üretmeye başlamış, ardından yine ihtiyaçlarını karşılamak ve maddi kazanç sağlamak için insanların ihtiyaçlarının neler olduğunu da analiz etmeyi öğrenmiştir. Yazının icat edilmesi ve tarihi çağların başlamasıyla, ticaret başka bir boyut kazanarak kıtalara kadar uzanmaya başlamıştır. Bu durum rekabeti de beraberinde getirmiştir. İnsanlar, ürünlerinin ve hizmetlerinin tercih edilebilmesi için yenilikleri işlerine yansıtmak durumunda kalmışlardır. İlk çağ uygarlığı Fenikeliler meydana getirdikleri özel girişimlerle ön Asya'da sömürgeler oluşturup (Trablus, Sayda, Sur ve Kartaca) orta ve uzak doğu mallarını Akdeniz'deki şehirlere ulaştırmışlardır. Eski Yunan site devletlerinde ise, girişim ve girişimcilik konusunda herhangi bir çaba gösterilmediği bilinmektedir. Bu toplum çoğunlukla tarım ile ilgilenmiştir. Yunan topraklarında ticaret yapan girişimciler çoğunlukla yabancılar olmuş, bu durum yabancıların kısa sürede zenginleşmeleri ile sonuçlanmıştır. İyonyalılar da, Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz sahilleri boyunca ticaret ile uğraşarak zenginleşmişlerdir. Hatta onlara bu zenginlik şehir devleti uygulamasını ve dünyadaki ilk demokrasiyi armağan olarak sunmuştur. Bunun sonuçlarından biri olarak da özgür düşünce ortamı oluşmuş, bilim ve sanat gelişme göstermiş; Herodot, Hipokrat, Tukidides gibi bugün bile hala yâd edilen bilim insanların yetişmesi mümkün olmuştur (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 60). Buradan hareketle, girişimcilik hem yenilik, hem ihtiyaçları analiz ederek insanları ticari ürünler sunmak hem de bilimin gelişmesi anlamlarını bir arada taşımaktadır demek mümkündür.

Girişimciliğe önem veren toplumların kısa sürede hem ekonomik hem de kültürel bakımdan geliştikleri ve hatta bunların yaşadıkları alanların cazibe merkezlerine dönüşerek değer kazandıkları görülmektedir. İpek yolunun oluşturulması buna verilebilecek en büyük örnekler arasındadır. Girişimci özelliğe sahip olan topluluklar, kendi sınırlarında kalmayıp

hem dış dünyayı keşfederek yeni bilgileri elde etmiş hem de zenginleşmeyi başarmışlardır (Çelik, 2006: 468-469).

2.6.1. Girişimciliğin Önemi

Son yıllarda özellikle sosyal bilimler sahasında girişimcilik önemli bir yere sahiptir. Özellikle küreselleşmenin getirdiği rekabet, girişimcilik konusundaki araştırmaların ve isteklendirmelerin de artmasına sebebiyet vermektedir. Girişimcilik için gelişimin, kalkınmanın, araştırmanın, üretimin, istihdamın ve eğitimin temelidir demek yanıltıcı olmayacaktır. Kuşkusuz bu sebeple ülkeler de, girişimcilik konusunu gündemlerine almışlar (Yüceol, 2018: 5) ve onun öneminin neler olduğu konusundaki araştırmalarını genişletmeye başlamışlardır.

Girişimciliğin ne olduğunun daha net anlaşılabilmesi ve özellikle girişimcilik konusunun neden bu kadar önemli olduğunun kavranabilmesi açısından, onun tarihsel gelişimine ve tarih boyunca ortaya çıkarttığı faydalara bakmak yerinde olacaktır. Özünde, insanın bilinçlenmesi ile başlayan girişimcilik faaliyetleri için, avcılık ve toplayıcılık toplumuna geçiş döneminde ortaya çıkmaya başlamıştır demek mümkündür. Üretmek ve ihtiyaçlarını karşılamak durumunda olan insan, bunu gerçekleştirmek için neler yapabileceği konusunda düşünmeye başlamış ve yeni şeyler denemiştir. Özellikle madenlerin kullanılmaya başlanması, bu konuda uzman olan kişilerin de oluşmasına neden olmuş, insanlar ürettiklerini diğerleri ile değiş tokuş etmeye başlamış ve ilkel iş yerleri ortaya çıkmıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 60).

2.6.1.1. Girişimciliğin Ekonomik Önemi

Ülkelerin kalkınması konusunda girişimcilik çabalarının yeri oldukça önemlidir. Girişimler, yeni iş alanları, çalışılacak iş yerleri, fikir, mal ve hizmet üretimi, rekabet getirmektedir ve bu sayede ekonominin güçlü olması için gereken alt yapının en önemli parçalarıdır. Girişimler sayesinde bilim, sanat ve teknoloji alanındaki çalışmalar artmakta, bunlarda yenilikler gerçekleşmekte ve yenilikler için kullanım alanları oluşmaktadır.

Kuşkusuz bunlar daha fazla performans, verimlilik, karlılık, istikrar ve kazanç anlamını da beraberinde getiren olaylardır (Önce ve ark., 2014: 2).

Girişimcilerin ve girişimciliğin ekonomik alanda gerçekleştirdikleri etkileri şu başlıklar altında özetlemek mümkündür (Önce ve ark., 2014: 3-8):

i. Girişimler yeni ürünler ve yeni üretim süreçleri ile pazara giriş yaparlar:

Ekonominin istikrarlı biçimde pozitif yönde büyüebilmesi, ekonomiyi oluşturan unsurlarda yeniliklerin yapılması ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle aslında girişimcilik doğrudan yeniliği ekonomiye kazandırmaktadır ve kalkınmayı etkilemektedir. Bir pazarda girişimcilik düzeyi arttıkça yenilenme ve rekabet düzeyinde de artış meydana gelecektir. Girişimcilik sayesinde ekonomiye dinamizm getiren yeni ürün veya teknoloji geliştirme faaliyetleri de gerçekleşmiş olmaktadır. Girişimcilik faaliyetleri ile yeni bir pazar bulunabilmekte, yeni ürünler ya da var olan ürün ve hizmetlerin üretimi için yeni yöntemler bulunabilmektedir. Bunun yanı sıra girişimcilik sayısı arttıkça bir sektördeki tekelleşme azalmakta ve bu durum ekonomik dengenin korunmasına da katkı sağlamaktadır. Tekelleşmenin azalması yeni kaynakların bulunmasını da zorunlu hale getiren bir durumdur. Kaynak farklılığı, ülkelerde toplumsal faydaları da beraberinde getiren ve yeni girişimlerin de önünü açan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Gerni ve ark., 2013: 762).

Tablo 3. Ülkelerin Girişimcilik ve 2013 Yılı Yenilikçilik Endeksleri

Ülkeler	Yenilikçi Endeksi	Yenilikçilik Sırası (142 Ülke Arasından)	Girişimcilik Endeksi (70 Ülke Arasında)
Gelişmiş Ülkeler			
ABD	60.3	5	12.7
Kanada	57.6	11	12.2
İsrail	56.0	14	10.0
Portekiz	45.1	34	8.2
Gelişmekte Olan Ülkeler			
Şili	40.6	46	24.3
Kolombiya	37.4	60	23.7
Peru	36	69	23.4
Panama	31.8	86	20.6
Türkiye	36.0	68	*
Az Gelişmiş Ülkeler			
Uganda	31.2	89	25.2
Angola	23.5	135	22.2
Zambiya	26.8	118	39.9
İran	27.3	113	12.3
Hindistan	36.2	66	9.9
Cezayir	23.1	138	4.9

Kaynak: Önce ve ark., 2014: 3.

Tablo 3, girişimcilik ve yenilik arasındaki ilişkiyi doğrudan ortaya koymaktadır. Tabloda görüldüğü üzere, en fazla girişimcilik görülen ülkelerde, yenilikçilik endeksi de doğrudan artış göstermektedir. Örneğin gelişmiş ülkeler arasında olan ABD'nin girişimcilik endeksi, diğer ülkelere oranla daha fazladır (12,7) ve bu durum onu yenilikçilik endeksi konumunda da lider hale getirmektedir. Yine gelişmekte olan ülkelere bakıldığında 24,3 ile en fazla girişimcilik endeksine sahip olan ülke Şili'nin, yenilikçilik endeksinin de en yüksek oranda olduğu görülecektir. Ülkelerin girişimci sayıları arttıkça ortaya çıkarttıkları yeniliklerin artması onların yeni üretim merkezlerine dönüşmesi anlamına da gelecektir. Bu sebeple uluslararası rekabet için girişimciliğin desteklenmesi önemlidir. Ancak, ülkelerde girişimcilik endeksi ile yenilikçilik endeksi arasında doğrudan bir ilişki olmasına rağmen yenilikçiliği arttıran farklı koşulların olduğu yorumu yapılabilecektir. Örneğin Şili'nin girişimcilik endeksi ABD'ninkinden fazla olmasına karşın bu ülkenin yenilikçilik endeksi yine ABD'ye oranla çok daha düşüktür. Bu durum, ülkenin gelişmişliği, ekonomik gücü,

entelektüel sermayesi gibi diğer unsurların da yenilikçilik endeksi üzerinde etkisi olduğunu akla getirmektedir.

ii. Girişimcilik rekabetin oluşmasındaki en önemli faktördür:

Rekabet faktörü, istihdam oluşturabilme, piyasa şartlarında varlığını devam ettirme yeteneğini sürdürme ve kaliteli ürün ve hizmet üretme yoluyla ekonomiye katkı sağlama düşüncesini beraberinde getirmektedir. Benzer şekilde, piyasadaki rekabet ile bir döğü oluşmakta; buna bağlı olarak da işletmeler mal ve hizmet kullanıcılarının ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla daha kaliteli ürünler üretmekle verimliliği artırma niyetinde olmaktadır. Bu durum da piyasa koşullarında rekabetin daha da artmasını sağlamaktadır. Sözü edilen bu durum kaliteli, uygun fiyatlarda ve çeşitliliğe sahip ürün ya da mal üretimi ile tüketicilere fayda sağlamakta, ekonomiye de değer katmaktadır. Girişimciler, piyasa süreçlerinde rekabete ilişkin baskı oluşturmakta ve diğer ürün ya da hizmet üretenlerin verimliliklerinin geliştirilmesi ve yenilikler oluşturmasını zorunlu kılmaktadır. Bu sayede toplumda hem yeni istihdam alanları oluşmakta hem de üretilen mal ve hizmetlerin kaliteleri artmaktadır. Rekabet, enflasyonun azalması ve alım gücünün artması hususunda da en önemli faktörler arasında sayılmaktadır (Güner, 2010: 63).

Tablo 4. Küresel Rekabetçilik Endeksleri ve Girişimcilik Endeksleri

Ülkeler	Küresel Rekabetçilik Endeksi	Rekabetçilik Sırası (148 Ülke Arasında)	Girişimcilik Endeksi (GEM 2013)
Gelişmiş Ülkeler			
ABD	5,48	5,00	12,70
Kanada	5,20	14,00	12,20
Singapur	5,61	2,00	10,70
İsrail	4,94	27,00	10,00
Hollanda	5,42	8,00	9,30
İrlanda	4,92	28,00	8,20
Portekiz	4,40	51,00	8,20
İsviçre	5,67	1,00	8,20
İsveç	5,48	6,00	8,20
Çek Cumhuriyeti	4,43	46,00	7,30
Yunanistan	3,93	91,00	5,50
Almanya	5,51	4,00	5,00
İtalya	4,41	49,00	3,40
Gelişmekte Olan Ülkeler			
Şili	4,61	34,00	24,30
Kolombiya	4,19	69,00	23,70
Peru	4,25	61,00	23,40
Panama	4,50	40,00	23,60
Türkiye	4,45	44,00	*
Gelişmemiş Ülkeler			
Uganda	3,45	129,00	25,20
Angola	3,15	142,00	22,20
Zambiya	3,86	93,00	39,90
İran	4,07	82,00	12,30
Hindistan	4,28	60,00	9,90
Cezayir	3,79	100,00	4,90

Kaynak: Önce ve ark., 2014: 4.

Devletlerin küresel pazarda rekabet edebilirlikleri, onların girişimcilik endeksleri ile yakından ilişkilidir ve Tablo 4 bunu açıklamaktadır. Örneğin ABD'nin dünya çapında en yüksek rekabetçilik endeksine sahip olmasının temelinde onun girişimcilik konusundaki becerisi bulunmaktadır. Yine en düşük girişimcilik endekslerinden birine sahip olan Cezayir'e bakıldığında, dünya rekabetçilik sıralamasında en geride olduğu görülecektir.

iii. Girişimcilik ile toplumun istek ve ihtiyaçları da yeniden şekillenmektedir:

Girişimcilik unsuru bir ülkenin ekonomik açıdan değişmesine neden olmakla birlikte, o ülkedeki toplumun arzu, talep ve ihtiyaçlarını da bir değişim içerisine sokmaktadır. Bu nedenle girişimciliğin temel alındığı araştırmalar günden güne girişimciliğin toplum boyutuna daha fazla yer ayırmaya başlamışlardır. Girişimcilik, tarih boyunca içinde bulunduğu topluma yeni değerler katan bir unsur olarak görülmüştür. Toplumdaki girişimci kesimin sosyal ve politik gücünün önem kazandığı bu noktada, toplum içinde girişimci olmayan diğer kesimler de dahil olmak üzere pek çok yenilik ortaya çıktığı ve bu yeniliklerin herkesi etkilediği göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra girişimciler, olağan toplumdan farklı olmaları nedeniyle kolay kabul görmemekte, dolayısıyla da ortaya çıkarttıkları ailevi, grupsal ve toplumsal ortam ve dinamikler kuşkusuz sosyolojik araştırmanın odak noktalarını oluşturmaktadırlar. Buna ek olarak girişimcilerin getirdiği yenilikler bazı toplumlarda kabul edilirken bazı toplumlarda itilmektedir. Bu da, her iki durum için de bir değişiklik anlamına gelmektedir. Girişimciler bir toplumun ihtiyaçlarını karşılayabileceği için, girişimcilik unsurunun toplumun istek ve ihtiyaçlarını etkilediği kabul edilmektedir. Bunun dışında girişimcilik, yeniliğe teşvik eden ve toplumsal değişimi getiren bir faktördür. Tüm bu unsurlar dikkate alındığında girişimcilik ile toplum kavramları arasında bir paralellik olduğu ortaya çıkmaktadır (Aytaç, 2006: 140).

iv. Girişimcilerin gelirleri ile çabaları arasında güçlü bir bağ olduğundan dolayı oldukça süre ve verimli çalışırlar:

Girişimciler, çeşitli riskler ile sürekli olarak karşı karşıya kalmaktadırlar ve bunlar karşısında alınan önlemler, toplumların kriz öncesinde ve anında ne tür tepkiler verebileceği konusunda bilgi biriktirmesine yardımcı olmaktadır (Aytaç, 2006: 140).

v. Girişimcilik istihdam yaratmada önemlidir:

Rekabet ortamının doğası istihdam oluşturabilme, istihdamı artırma, piyasa koşullarında ayakta kalabilme ve nitelikli ürün ortaya çıkarma amacıyla ekonomiye destek sunmaktadır. Buna ek olarak rekabet ortamının oluşması ile verimliliğin artması bir döngü yaratmakta ve bu döngü istihdamı etkileyen bir niteliğe bürünmektedir. Rekabet ortamının ortaya çıkması sonucunda işletmeler, pazarda daha fazla ses getirebilmek ve tüketicilerinin arzularını karşılayabilmek adına daha hızlı, bol ve verimli ürün üretme çabasına girmektedir. Bu kapsamda yürütülen araştırma geliştirme çalışmaları, yeni buluşlar ve projeler, o ülkedeki

istihdam oranını da etkilemektedir. İşletmenin büyümesinin söz konusu olduğu durumlarda ülkedeki işsiz sayısında da bir değişim yaşanmaktadır. Bütün bu gelişmeler ülkedeki ekonominin canlı kalmasını sağlamaktadır (Güner ve Korkmaz, 2011: 45).

Girişimcilik ve istihdam kavramları kapsamında yapılan araştırmalar, bu iki unsurun birbirinin tamamlayıcısı olduğunu ve gelişmiş ülkelerde girişimcilik ile büyüme arasında bir paralellik olduğunu ortaya koymaktadır. İşsizliğin çok olduğu bir ülkede yeni firmaların kurulması ya da yeni iş alanlarının ortaya çıkması, o ülkedeki işsizliğin azalmasına, bir diğer ifadeyle istihdamın artmasına neden olmaktadır. Girişimcilik faktörünün baskın olduğu ülkelerde görülen bu durum, girişimcilik faktörünün istihdam üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Girişimcilik ve istihdam faktörleri Türkiye penceresinden yorumlandığında, işsizlik nedeniyle mağdur olan kimselerin büyük bir kesiminin kendi işlerini kurmaya yeltendikleri görülmektedir. Yapılan araştırmalar, son yıllarda yeni kurulan şirketlerin sayısında ciddi bir artış olduğunu ortaya koymaktadır. Buna ek olarak girişimci kimselerin de işgücü yaratma ve yeni iş yaratma fonksiyonunun önemi ile büyüklüğü, istatistiki araştırmalar sonucunda ortaya çıkmaktadır. Özet olarak toplumdaki KOBİ'lerin artması, istihdamın artmasına ve dolayısıyla ülkedeki işsizlik ve işsizlik kaynaklı sorunların da azalmasına vesile olmaktadır.

vi. Girişimcilik ve yeni endüstriler arasında doğrudan bir ilişki mevcuttur:

Her girişim ile yeni ihtiyaçlar doğmakta ve toplumun ihtiyaçları karşılanmaktadır. Girişimciler kendi müşterilerine mal ve hizmet satışı yaparlarken diğer endüstrilerin de müşterileri konumunda olmaktadır. Bununla birlikte, girişimcilik ile ortaya çıkarılan yeni ürün ve hizmetler, yeni üretim alanları anlamına gelmektedir. Bu yönü ile girişimcilik endüstriyellemeye de pozitif yönlü itici güç oluşturmaktadır (Aytaç, 2006: 140).

vii. Girişimcilik refah düzeyinin yükselmesinde etkilidir.

vii. Girişimcilik özelliği taşıyan bireyler bölgeler arasında gelişmişlik farklarını ortadan kaldırmada etkilidir.

2.6.2.2. Girişimciliğin Sosyal Alandaki Önemi

Girişimciler, başarılı olabilmek, bu başarılarını devam ettirebilmek, pazarda uygun bir konuma gelmek ve bu konumda sabit kalmak zorundadırlar. Bu nedenle girişimcilik uzun zamandır iktisadi alanda incelenmiştir ancak son zamanlarda araştırmacılar girişimcilik faaliyetlerini sosyal alanda da incelemeye başlamışlardır. Girişimcilik kavramının sosyal yönü tarih boyunca özellikle Amerika Birleşik Devletleri, Norveç, İsveç ve İngiltere gibi birtakım ülkelerde iktisadi ve sosyolojik yönden tahlil edilmiştir. Söz konusu kavramın sosyal boyutta ele alındığı araştırmalarda “gelişmekte olan ülkeler için de, girişimcinin performansı ekonominin yükselmesi ve değer kazanması ile girişimciliğe olan ilginin artması görülmektedir” cümlesi ön plana gelmektedir. Bunun yanı sıra ülkelerdeki girişimcilik oranı ile sosyokültürel durum bir paralellik içerisindedir. Toplumların bilgi toplumu haline gelmeye başlamaları ile birlikte girişimci kişilerin daha sakin, bilgi odaklı, bilgi ışığında hareket eden ve düşüncelerini bilgi ışığında ifade eden, inovatif düşüncelere sahip olmaları beklenmektedir. Bu durum, girişimciliğin sosyal alandaki önemini anlatmaktadır (Aracıoğlu ve ark., 2016: 12).

Girişimcilik kavramına ülkedeki işsizlik penceresinden bakıldığında, girişimciliğin ülkedeki işsizlik oranı üzerinde oldukça etkili olduğu görülmektedir. Türkiye üzerinden örnek verilecek olursa, Türkiye nüfusunun git gide artması ve işsizlik rakamlarının da git gide yükselmesi dikkate alınmalıdır. Bunun yanı sıra işgücünde de, yeterli olmayan seviyede bir artış söz konusudur. Uzmanlar, işgücündeki bu artışın önümüzdeki yirmi yıl boyunca devam edeceğini söylemektedir. Buna ek olarak Türkiye’de tarımla uğraşan kimseler nüfusun üçte birini oluşturmaktadır. Ancak bu oranda da git gide bir azalma söz konusudur. Günümüzde Türkiye’de işsizliğin önüne geçilebilmesi ve bu konuda bir kriz oluşmaması için her yıl ciddi oranda iş yaratmak gerekmektedir. Yeni işlerin yaratılamaması ve istihdamın sağlanamaması halinde işsizlik ülkede çok daha ciddi bir sorun haline gelecektir. Bu noktada girişimcilik, oldukça önemli bir kavram haline gelmektedir. Girişimci sayısının arttığı bir ülkede işsizlik rakamlarında da düşüş olması muhtemeldir (Güner, 2010: 64).

Değer yaratmada önemli bir yeri olan girişimcilik; risk alabilmekten, kendine güvenmekten, ekonomik faktörlerden olan politiklikten, yasallıktan, kültürel faktörlükten ve bir yöneticinin sahip olması gereken özelliklerden oluşmaktadır (Güven, 2015: 35).

Girişimcilik, ekonomik katkının haricinde sosyal ve kültürel bakımdan da anlam taşıdığından dolayı girişimci kişinin özellikleri ele alındığında psikolojik olarak davranışları ve düşüncelerinden ziyade buldukları sosyo ekonomik çevrenin de bir ürünü olarak değerlendirilmiş olmaktadır. Girişimci kişinin sahip olduğu özellikler ile ilgili farklı yorumlar bulunmaktadır. Bu özellikler kişiye doğuştan gelebileceği gibi yaşadığı çevre, bulunduğu ortamlar gibi farklılık gösterebilen kişiye bağlı faktörlerle sonradan kazanılabilmektedir (Yüceol, 2018: 21).

Girişimci kişinin fikri düşünce olmaktan çıkıp uygulama sürecine geçmiş olduğu adım olan karar verme sürecinde, bu kararın oluşmasında rol alan çeşitli etkenlerin tespiti ve açıklaması bu süreçte önemli bir adım olmaktadır. Girişimci kişinin iş kurmaya yöneldiğinde ‘‘Neden?’’ sorusuna verdikleri cevap ileride kat edecekleri yolun temelini oluşturmaktadır. Girişimci olma kavramı, itme ve çekme (push and pull) adı altında veya bireyin sahip olduğu kişisel özelliklerle açıklanmaya çalışılmaktadır. Yapılmış olan araştırmaların birçoğunda yapılmak istenen yeni bir girişimin itme ya da çekme faktörüyle oluştuğu gibi kişinin sahip olduğu yaşam, bulunduğu ortam, geçmiş yaşantısı, kişinin doğuştan gelen özellikleri gibi faktörlerle de ortaya çıkabilmektedir. Bazı kişiler girişimciliğin içerisindeyken işinde yaşadığı tatminsizlik, kariyer çıkmazı, sahip olduğu işini kaybetme gibi faktörlerden dolayı geri çekilirken, bazı kişiler ise ileri eğitim düzeyi veya sahip olabileceği iş fırsatları gibi faktörlerle girişimciliğe doğru ilerleyebilmektedir (Yüceol, 2018: 21).

İnsanlar geçerli birçok nedenle girişimci olmak isteyebilmektedirler. Bunlar kar elde etme isteği, bir kişiye veya bir şirkete bağlı olmadan kendi işini kurup bağımsız olma isteği ve kendi öz tatmini sağlama isteği olarak sıralanabilmektedir (Tulunay, 2010: 54).

Sıralanan bu üç grup biraz daha ayrıntılı incelendiğinde, insanları girişimciliğe iten başka nedenler de olmaktadır. Bu nedenler (Tulunay, 2010: 54):

- i. Kendi kurmuş olduğu işinde patron olmak, kendinden yetkin kişilerden emir almamak ve sahip olduğu yeteneklerini kendine özgü bir şekilde kullanmaktır.
- ii. Bireyin kendi ticari düşüncesini yürürlüğe koymaktır.

- iii. Bireyin kendi istediği işte çalışmaktır.
- iv. Üñ salmak, markalaşmak, değer kazanmaktır.
- v. Kar elde ederek, refah bir hayat sürmektir.
- vi. Piyasadaki boşluktan faydalanıp, diğer insanların fark etmediği işleri keşfedip fırsattan faydalanmaktır.

Hisrich'e göre bu nedenlerden farklı olarak, girişimci kişi için girişimde olan başlangıç, bir diğer alt kararlar almayı gerektirmektedir. Bu kararlar (Tulunay, 2010: 55):

- i. Kişinin şu anda sahip olduğu yaşamı terk etmek veya geliştirmektir.
- ii. Kişinin girişimci duygusunun ağır basması ve yeterli arzusu olduğunu fark etmesidir.
- iii. İ ve diş etmenlerin girişimcilikte yeterli imkan sağladığına karar vermektir.

Girişimciliğe teşvik amacıyla kamu politikalarının nasıl uygulanabileceğini anlamak için Audretsch ve arkadaşları girişimciliğin belirleyicilerini analiz edecek bir ereve oluşturmuştur. Bu ereve de girişimciliğin derecesinin bölge ve ũkelere göre değiştiğini göstermek ve girişimcilerin faaliyet miktarlarını artırmak için kamu politikasının uygulanabilir farklı yollarını belirlemektedir (Ertan, 2017: 13).

Girişimcilik, ekonomik piyasalardan psikolojik, sosyal, kũltürel ve politik alanlar arasında birçok etkene göre değişkenlik gösterebilmektedir. Tek bir faktör, girişimciliği anlamaya yeterli olmayabilir. şöyle ki psikoloji alanı, girişimci kişinin psikolojik olarak motivasyonuna, kişilik özelliklerine ve potansiyel girişimcilerle ilgilenmektedir. Sosyoloji, girişimcilerin ortak (arka) planını incelemektedir (Ertan, 2017: 13).

Girişimciliğin yoğunlukta olduğu ũkelerde kaynakların sektörler arasındaki dengeli paylaşımı, ũlkenin rekabetçi bir yapıya sahip olmasına da neden olabilmektedir. Küreselleşen endüstriler ve ekonomiler bakımından işletme yapılanmasında ve ũlke ekonomisinde son zamanlarda önem kazanan faktörlerden biri de girişimcilik olmuştur. ũlke ekonomisine büyük

ölçüde fayda sağlayan girişimciliğin, potansiyel üretim gücünde de önemli rolü bulunmaktadır. Birçok riski ve belirsizliği göz önüne alan girişimcinin, yatırımından kar elde edebilmekten ve değer kazanabilmekten ziyade; vizyon, liderlik, tutku gibi niteliklere de sahip olmayı göz önüne almaktadırlar (Uçkun ve Girginer, 2012: 98).

Ekonomik çerçeve içerisinde küçük-orta-büyük işletmelerin kendi aralarındaki ve uluslararası düzeydeki rekabetleri de girişimcilik olarak sayılabilmektedir. Bu sebeple ülkeler girişimciliğin önündeki engelleri kaldırmayı amaçlayarak bu sektörde girişimcilere önemli avantajlar sağlayacaktır. Günümüzdeki işletmelerin, bilgi ve teknolojiyle küresel rekabet ortamından, yeniliklerden ve değişimden uzak durması mümkün olmayacaktır. Girişimcilikte iş yeri kurma veya var olan iş yerini geliştirmede yer almakta olan yenilik getirme, ölçülebilirlik ve uyum sağlama faaliyetlerinde, yenilik getirme sektör için önemli bir yere sahip olmaktadır (Uçkun ve Girginer, 2012: 99).

2.7. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimciliği etkileyen birçok faktör olmasına rağmen genel olarak bu faktörler beş ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar:

- Ekonomik faktörler
- Sosyal faktörler
- Toplum faktörler
- Aile faktörler
- Kişisel faktörler şeklindedir.

2.7.1. Ekonomik Faktörler

Girişimcilik isteği genelde aileden devralınmaktadır. Bu isteği ise ekonomik ve sosyal süreçler etkilemektedir. Bu sürecin oluşmasında ailenin yapısı, ailenin mesleği, kişinin eğitimi, kişinin ve ailenin gelir seviyesi girişimcilikte önemli bir rol oynamaktadır. Öncelikle babanın eğitilmiş, yüksek gelirli, meslek sahibi biri olması çocuklarının da o yöne doğru ilerlemesinde imkân sağlamasında önemli bir unsur olmaktadır (Yüceol, 2018: 32-33).

Kişinin sahip olduğu gelir düzeyi, girişimcilikte alacağı risklerin de oranını belirlemektedir. Gelir düzeyi yüksek olan birey daha riskli işlere yatırım yapabilmektedir. Lakin gelir düzeyi kısıtlı olan bireyin gelirini riske atması, gelirini yatırıma dönüştürme eğilimi zor bir karar olmaktadır. Böylece yüksek gelire sahip olmayan bireyin yatırım yapacak girişimde bulunması sık rastlanan bir durum olmayacaktır (Yüceol, 2018: 33).

Atlantik'teki her iki yakada da finansmana erişim, girişimciliğin belirlenmesinde önemli bir unsurdur. Stiglitz ve Weiss'in (1981) anahtar teorisine olan katkısı, bir işletmenin kredi rantına tabi olma eğiliminin firma boyutuna tarafsız olmadığı görülmektedir (Ertan, 2017: 22).

Firmanın sahip olduğu değer azalmaya başladığında, nakit kısıtlamaları kaçınılmaz hale gelmektedir. Stiglitz ve Weiss, kredi piyasasında istisnai olarak dikkat çekmiş, faiz oranının piyasayı dengede tutmakta etkin bir rolü olmadığını belirtmişlerdir. Bu faiz oranlarının, sadece sermaye bakımından değil bununla birlikte borç alanlarındaki riskleri de etkilediği görülmektedir (Ertan, 2017: 22).

Birey veya kurum, çeşitli sebeplerle işletme sahibi olmak istemektedirler. Bunlardan bir kısmı kişiye kalmış olan miras ile işletme sahibi olurken, bir kısmı bir amaç doğrultusunda işletme sahibi olmak istemekte ve bu amaç uğruna çalışmaktadır (Tulunay, 2010: 65).

Kişinin işletme kurmasında etkili olan faktör devamında girişimciliği de etkilemektedir. Kişi işletmeye miras yoluyla sahip olabilmekte ve aile geleneğini devam etmek isteyebilmektedir. Kar elde etmek isteyip refah bir hayat sürmek isteyebilmekte ve topluma katkı sağlamak isteyebilmektedir (Tulunay, 2010: 65).

Girişimcilikte kişinin atılmak istediği herhangi bir sektörde faiz oranları artınca, aldığı risk de artmaktadır. Petersen ve Rajan, “Küçük ve genç sivil toplum kuruluşları, bur tür bir kredi rantlaması ile yüz yüze gelebilirler.” diye belirtmişlerdir. Diamond ise belirli bir krediyle ilişkili risk, ilişkinin süresiyle doğrudan etkilendiğini belirtmiştir (Ertan, 2017: 23).

2.7.1.1. Miras Yoluyla Sahip Olma-Aile Geleneğini Devam Ettirme

İşletmelerin yalnızca kişinin girişimciliği ile kurulmadığı, aile mesleği olarak babadan kalma bir miras da olabileceği bilinmektedir. İşletmeyi kuran birey, hayatını kaybettiğinde emeklerinin boşa gitmesini istemeyeceği için kendinden sonraki nesillere kendi işletmesini miras bırakıp işletmenin faaliyette kalmasını sağlayabilmektedir. Böylece bazı bireyler kendi istekleri dışında aile mirasıyla girişimci olabilmektedirler (Tulunay, 2010: 65).

2.7.1.2. Yüksek Kazanç Sağlama

Girişimcilerin bir diğer nedeni de sahip oldukları hayatın refah seviyesini artırmak, hayalini kurdukları hayatı yaşayabilmektir. Böylece sahip olduğu ya da olacağı işletmede kar elde ederek kendine ve ailesine daha iyi bir ortam sunabilmek için risk alıp girişimci olabilmektedirler (Tulunay, 2010: 66).

2.7.1.3. Sosyal Bir Amacı Gerçekleştirme ve Topluma Katkı

Yüksek kazanç sağlamak ve kar elde etmekten ziyade bazı bireyler veya kuruluşlar sosyal bir amacı gerçekleştirmek için girişimci olabilmektedirler. Eğitim hizmetlerinin gereğince yapılması veya ihtiyacı olan bölgenin geliştirilmesi bu gibi durumlar içerisinde dir. Böylece devlet veya büyük iş adamları bu gibi durumlar için işletmeler kurabilmektedirler (Tulunay, 2010: 66).

2.7.2. Sosyal Faktörler

Girişimcilik, toplumu dolaylı bir şekilde veya doğrudan etkileyen sosyal bir faktördür. Bu nedenle sosyal olaylar girişimciliğe karşı olan bakış açısını etkileyebilmektedir. Toplumda, girişimci potansiyeline sahip kişilerin desteklenmesi, insanları girişimciliğe teşvik edilmesi bakımından sosyal faktörler içerisinde sayılabilmektedir (Yüceol, 2018: 23).

Girişimler insanlar tarafından ve yine insanlar için gerçekleştirilen eylemlerdir. Bu nedenle girişimci bireyin sahip olduğu insan sermayesi, onun başarısını doğrudan etkileyecektir. Liebowitz ve Wright, sosyal faktörler arasında insanın varlığına dikkat çekmektedirler. Bir kimsenin başarılı bir girişim gerçekleştirmesi için, kas gücünün ötesindeki kaynaklarını da doğru kullanması gerektiğine vurgu yapmaktadırlar. Girişimin gerçekleşeceği ortamdaki sosyal kabul ve girişimcinin işi gerçekleştirmesine olanak tanıyacak insan sermayesinin varlığı oldukça önemlidir (Liebowitz ve Wright, 1999: 100).

2.7.3. Toplum

Kişinin girişimci olmaya atılması kişinin kendi özelliklerinden dolayı mı yoksa toplumun etkisiyle mi olduğu uzun süre tartışılmış ve birçok araştırmaya konu olmuştur. Kişinin kendi özelliklerinden dolayı girişimciliğe atıldığını savunanlar insan psikolojisi üzerine yoğunlaşarak araştırma yapmışlardır. Toplum etkisini savunanlar ise girişimcinin sosyal, politik, ekonomik, ekonomik ve teknolojik çevresinin etkilerini kendilerine araştırma konusu edinmişlerdir. Toplumsal etkiyi savunan araştırmacılar kişinin girişimci olmasındaki etken faktörlerin ortaya çıkmasında kişinin yaşadığı ülkedeki hükümet politikalarının, pazar mekanizmalarının ve ekonomik güdülemelerinin etkili olduğunu savunmuşlardır. Ayrıca toplumdaki değişikliklerin kişiyi girişimciliğe itebildiğini veya girişimciliğinin azalmasına ve engellenmesine yol açabildiğini belirtmişlerdir. Diğer bir ifadeyle toplumdaki değişiklikler kişiyi girişimciliğe itebilmekte veya girişimcilikten çekebilmektedir (Güven, 2015: 43-44).

İnsanlar girişimcilikle işletme sahibi olup kar elde etmek isteyebilirler. Bireylerdeki bu istek, markalaşıp değer sahibi olmaktan ziyade, daha fazla kazanma ve sermaye sahibi olma arzusundan dolayı olabilmektedir. Ancak böyle kesin bir yargıya varılamayacağı gibi

kişi, toplumda itibar kazanıp değer sahibi olmak isteyebilmektedir. Bu sebeple sosyal statüde iyi bir seviyeye gelmek için girişimci olmaya yönelen bireylerin de olduğu bilinmektedir. Sosyal statünün içerisinde kendi işinin patronu olup kendinden yetkin kişilerden emir almama isteği de sayılabilmektedir. Kişinin kendi kararları doğrultusunda hareket etmesi, ticari anlamda yaratıcılığını kullanabilmesi kişiyi girişimciliğe iten faktörlerin içerisinde olabilmektedir. Bireyin kendi kararları doğrultusunda hareket etmesi ve kendi işinin patronu olup çalışma hedefini seçmesi, toplum içerisinde kabul edilmektedir (Yüceol, 2018: 23).

Girişimcilikte toplumun birey üzerindeki etkisinde en önemli faktörün, bireyin bulunduğu toplumun kültürü olduğu kabul görülmektedir. Bir diğer ifadeyle bireyler birbirlerinin düşünce ve değerlerinden etkilenerek benzer değer yargıları oluşturabilmektedir. Bu değer yargıları ailede kuşaktan kuşağa aktarılabilir. Bireyin içerisinde bulunduğu ortam, girişimciliğin temel özelliklerini içeriyorsa, bireyler bu özelliklerden daha çabuk etkilenip kavrayabilmektedir (Tulunay, 2010: 59-60).

Hofstede toplum kültürünün girişimcilik üzerindeki etkisini araştırmış ve kültürün girişimci birey üzerinde etkili olduğuna karar vermiştir. Birey üzerinde etkili olduğunu savunan Hofstede, tanımladığı beş boyutu şu şekilde sıralamıştır (Güven, 2015: 43-44, Yüceol, 2018: 24 ve Tulunay, 2010: 59).

2.7.3.1. Güç Mesafesi

Kültür içerisindeki güç mesafesi, toplumdaki eşitsizlik olarak bağdaştırılabilir. Her toplumda olduğu gibi toplumun bir kesimi diğerlerine oranla daha fazla güce sahip olmaktadır. Buradan varılabileceği gibi toplumun bu kesimi diğerlerine göre daha saygın bireylerdir ve toplumun geri kalan kısmı bu bireyleri kendilerine örnek almaktadırlar. Toplum içerisindeki güç mesafesi ise toplumların eşitsizlik düzeyleri ile ilgili olmaktadır. Her toplumda görüldüğü üzere yönetenler ve yönetilenler diye iki grup bulunmaktadır. Yöneten grup bu alanlarını daha da genişletme eğilimindeyken, yönetilen grup ise bu alanı daraltma eğilimi göstermektedirler. Bu durumda ise bir çatışma ortamı bulunmaktadır (Güven, 2015: 43).

2.7.3.2. Belirsizlikten Kaçınma

Belirsizlikten kaçınma, bir kültürdeki üyelerin belirsiz veya belli olmayan durumlardan kaynaklanan korku, endişe, stres yaratan belirsizlik gibi durumlar olarak ifade edilebilmektedir. Kimi kültürel değerlerin teşvik görmesi ise riskli durumlara karşı girişimsel riske yönelimi kolaylaştırmaktadır (Güven, 2015: 43).

2.7.3.3. Bireysellik/ Toplulukçu (Kollektivizm)

Bireyin veya grubun çıkarlarının önemsemeleri, özgürlüklerine önem vermeleri, dışa dönük olmaları ile toplulukçu kültürlere göre daha yaratıcı olmaları beklenmektedir. Bireysel kültürdeki hedefler, toplulukçu kültürlerin aksine kitlesel hedef ve iş birliği olan eylemlere öncelik vermemektedir. Bireyci kültürde, topluluk kültürlerindeki gibi bilgi alışverişi fazla olmadığından dolayı kurumsal alanlardaki girişimler pek yaygın olmamaktadır. Toplulukçu kurumlar, kurumsal alanlardaki yatırımlara daha yatkın olduklarından dolayı girişimciliklerini tetikleyecek değeri bulma imkânları bireyci kültüre göre daha fazla olmaktadır (Güven, 2015: 44).

2.7.3.4. Erkeklik/ Kadınlık

Açık bir şekilde farklılaşarak erkek kültürünün yaygın olduğu toplumlarda girişimcilikte önemli bir etmen olan çalışkanlık vurgulu bir değer olarak öne çıkmaktadır. Erkek kültürünün yaygın olduğu toplumlar daha girişken, kararlı adımlarla ilerleyen bireylerden oluşurken, kadın kültürünün yaygın olduğu toplumlar ise daha pasif ve öne çıkmaktan kaçınan bireylerden oluşmaktadır (Güven, 2015: 44).

2.7.3.5. Zaman Yönelimi

Bir ülkenin ihtiyaçlarını uzun ya da kısa dönem tatmin arasındaki değişikliğe göre ortaya koyulabilmektedir. Buradan ulaşılabileceği gibi zaman yönelimi, bir toplumun kültürünü kısa dönem mi uzun dönem mi tatmin eder konusuyla ilgili olmaktadır (Güven, 2015: 44).

Sonuç olarak, kişinin girişimci olmasındaki yaygın etmenlerden biri de kişinin özellikleri ve psikolojisinden ziyade, bulunduğu toplum da doğrudan ve dolaylı olarak etki edebilmektedir. Diğer bir ifadeyle kişinin girişimini engelleyebilecek veya girişimci olmasını destekleyebilecek unsurlar arasında kişinin inancı, bireysel özellikleri de etkileyebilmektedir.

2.7.4. Aile

Aile, kişinin dünyaya geldiği andan itibaren içinde bulunduğu toplumdaki en küçük grup olan sosyal bir örgüt olarak tanımlanabilir. Kişiler istem dışı olsa dahi aileyi örnek almakta ve davranışlarını o doğrultuda sergilemektedirler. Kişiler, aileden aldıkları haricinde doğuştan gelen özellikler ve sosyal çevre ile düşünce ve davranış olarak şekillenebilmektedirler. Bütün bunlara bakıldığında ise kişinin gelişimindeki en önemli faktör ailenin etkilerinden oluşmaktadır (Yüceol, 2018: 24).

Kişinin ileride girişimci olup olmayacağını belirleyen önemli faktörlerden birisi de aile yapısından oluşmaktadır. Ailenin, çocuğunu yanlış veya doğru herhangi bir faaliyette desteklemesi, çocuğun ileride risk alabilme cesaretini tetiklemektedir. Zira yanlış yapmaması konusunda sürekli uyarılan çocuk, özgüven eksikliğinden dolayı risk alabilme eğiliminde bulunmaktan kaçınarak pasif bir birey olarak hayatını sürdürmesine neden olabilmektedir. Eleştirmeden veya yanlış yapmasıyla çocuğu korkutmayan aile, çocuğa ileride girişimci olma konusunda risk alabilme motivasyonunu veren başlıca faktörler arasında gelmektedir. Çocuğu motive edip teşvik eden ailenin çocuğun sadece eğitim şekli değil hayata olan bakış açısı da değişebilmektedir (Yüceol, 2018: 24).

Kişiyi doğduğu andan itibaren etkileyen ailenin görgüsü, eğitim düzeyi, ekonomik durumu kişiyi hayatı boyunca etkilediği bilinmektedir. Aile, çocuğu destekleyip çocuğun yaratıcılığını geliştirebileceği alanlara yöneltmesi çocuğun ileride girişimci olmasını etkileyebilmektedir. Ailenin çocuk üzerindeki etkisi ailede örnek alınacak kişi ve aile desteğinden oluşmaktadır. Aile rol modelinde, ailesi girişimci olan bireylerin ileride de kendilerinin girişimci olma olasılıklarının yüksek olmasıdır. Kişinin, aile büyüklerinden en çok da babasından etkilendiği araştırılmıştır. Buradan varılabileceği gibi aile büyüklerinde girişimci olan bireyin ileride kendisinin de girişimci olmasında büyük etkisi olmaktadır. Diğer

bir ifadeyle ailenin girişimci yapıyada olması, özellikle de babanın kendi işine sahip olması kişinin girişimci duygusunu tetikleyecek mühim bir faktör olmaktadır (Güven, 2015: 40-41).

Çocukların aile içerisindeki doğum sırasına bakıldığında kadın girişimciler ailenin ilk çocuğu veya tek çocuğu olmaktadır. Aile içerisinde ilk çocuk veya tek çocuk olmak, anne ve babanın çocuğa verdikleri ilginin fazla olmasından dolayı çocuk üzerinde kendine güvenmeyi sağlamaktadır. Anne ve babanın sahip oldukları mesleklere göre çocuğun da ebeveynlerini örnek alarak girişimci olmaya yöneldiklerine dair araştırmalar yapılmıştır (Tulunay, 2010: 59).

2.7.5. Kişisel Faktörler

Sosyal faktörler ile birlikte psikolojik faktörler de girişimciliği etkileyebilmektedir. Bireyler kendi yaratıcılığını kullanarak kendi işinin patronu olmak, kendinden yetkin kişilerden emir almamak, daha fazla kar elde etmek ve kişisel tatmin sağlamak için girişimciliğe atılabilmektedirler (Tulunay, 2010: 60).

Demografik ve sosyal faktörlerden ziyade, psikolojik faktörler kişinin düşünce yapısıyla doğrudan ilgili olmaktadır. Girişimci olabilmeyi tayin eden unsurların başında kontrol odaklılığı gelmektedir. Kontrol odaklılığı, bireyin farklı durumlarda davranışlarına nasıl yön verdiğiyle ilgili araştırmalar yapılarak ortaya konulmuştur. Rotter adlı bir araştırmacının 1966'da yaptığı çalışmayla literatürde bir kavram olarak yerini almıştır. Brockhaus ve Horwitz, kontrol odaklılığını, bireyin hayatında meydana gelen istemli veya istem dışı olayları algılaması durumu olarak ifade etmişlerdir. İçsel kontrol odaklılığı olan bireyler daha çok risk alıp daha etken hareket edebilmektedirler. Çünkü bu bireyler almış oldukları riskler ve vermiş oldukları kararlarla hayatlarına yön verebileceklerini düşünmektedirler. Dışsal kontrol odaklılığı yüksek olan kişiler ise hayatlarında gerçekleşen olaylar karşısında daha pasif konumda olduklarını düşünmektedirler. Bu kişiler hayatlarını yönlendirme konusunda daha az etken konumda olduklarını düşündüklerinden dolayı risk alma eğilimine pek fazla yaklaşmamaktadırlar (Yüceol, 2018: 25-26).

Genellikle kendi becerilerinden haberdar olan girişimcilerin diğer girişimcileri de tanıma olasılığı yüksektir. Ayrıca bu kişilerin sektördeki boşluktan faydalanarak girişimciliğe atılmalarındaki aldıkları riskin başarısız olma ihtimali pek görülmemektedir. Girişimcinin almış olduğu riskin oranları genellikle çaba, sermaye, istek, bilgi ve tecrübe gibi unsurlara bağlı olmaktadır. Bu özelliklere sahip kişilerin girişimci olmasının altında yatan sebeplerden birisi de başka birinden emir almama ve kendi işini kurma olabilmektedir. Bu nedenle yaratıcılıklarını konuşturabilecek yeni alanlara yönelmeleri büyük bir olasılıktır. Kendisinin bir ortamda, işletmesinin ise piyasada akla ilk gelen olmasını istemektedir. Başarısız olan işletmelerin altında yatan asıl sebepler, bireyin hızlı ve girişken olmaması olarak sayılabilmektedir. Bir diğer ifadeyle kendine güveni az, risk almaktan korkan, yeniliklere uyum sağlama gücü az olan girişimcilerin işlerinde başarılı olması pek beklenmemektedir. 1950 yılları civarında araştırmacılar, insanların girişimci olup olamayacağına dair çalışmalar yapmışlardır. Kişinin kendi ve eğitim, tecrübe gibi özelliklerinin 1980 ve 1990'lı yıllarda girişimcilikteki başarısını etkilediği belirlenmiştir. Birbirlerinden farklı olan her girişimcinin düşünce ve davranışlarının da özgün olduğu gözlemlenmiştir (Yüceol, 2018: 27-28).

Burada kişileri girişimciliğe yönelten bazı psikolojik faktörleri de incelemekte fayda vardır. Bunlar (Tulunay, 2010: 61-65):

Başarı, Güç ve Bağlılık Motivasyonu: Motivasyon, kişinin kendi isteği doğrultusunda bir amaç için çaba göstermesi olarak tanımlanabilmektedir. Kişinin gösterdiği bu motivasyon ikiye ayrılmaktadır. Başarı motivasyonunu ilk olarak Murray adlı bir araştırmacının yayımladığı bilinmektedir. Murray'ın tanımına göre başarı motivasyonu, fiziki kaynakları, beşeri kaynakları ve fikirleri bir araya getirerek başarıyı amaçlama duygusudur.

Kendini Gerçekleştirme: Maslow, insanların, ihtiyaçlarının tatmin olması için sürekli arayış içinde olan varlıklar olarak tanımlamaktadır. Tatmin edilmiş olan ihtiyaçların ise artık insan üzerinde etkisi kalmamaktadır. Maslow bu ihtiyaçları beşe ayırmıştır.

Temel ihtiyaçlar; yeme, içme, nefes alma, barınma, uyuma gibi kişinin hayatta kalmasını sağlayacak ihtiyaçları kapsamaktadır.

Güvenlik ihtiyacı; kişinin fiziksel ve psikolojik bakımdan kişinin sağlıklı bir biçimde hayatını sürdürme ihtiyaçlarını kapsamaktadır.

Sosyal ihtiyaçlar; insanların toplum içerisinde bağ kurma, sevgi kazanma gibi ihtiyaçlarını kapsamaktadır.

Saygı ihtiyacı; kişinin kendine saygı duyması gibi sosyal çevreden de saygı beklemesi yani değer kazanma ihtiyaçlarını kapsamaktadır.

Kendini gerçekleştirme ihtiyacı; kişinin kendi yeteneklerini, eğitimini, tecrübesini, bilgisini kullanma arzusu gibi ihtiyaçlarını kapsamaktadır.

2.8. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik, kişinin sosyal konum, kültürel durum, içinde bulunduğu toplum ve kişinin kişilik özelliklerine göre şekillenen, başarısı da bunlar ile doğrudan ilişkili bir kavramdır. Bireyin girişimci olmak için kendi içinde duyduğu istek, çevresel ve bireysel faktörlerden etkilenmektedir. Girişimcilik niyeti, bireylerin istediği ya da hayal ettiği fikirlerini iş kurma yönünde harekete geçirmesi ve bu amaçla gerekli eylemleri yerine getirmesi olarak açıklanabilir. Buna bağlı olarak girişimcilik niyeti girişimcilerin iş planı ortaya koyması, bunu yapılandırması ve uygulamasını içeren zihinsel süreçlere atıfta bulunmaktadır. Bu yüzden girişimcilik niyetinin açıklanmasında bireyleri iş kurma ve girişimcilik konusunda yüreklendiren unsurların da olması gerekmektedir. Girişimcilik gerçekleştirme konusunda istek duyma ve bunun başarılı biçimde devam etmesi için çaba harcama, girişimcilik niyeti olarak kısaca nitelendirilebilecektir (Şeşen ve Basım, 2012: 22).

Girişimcilik niyeti üzerinde bireysel unsurların, demografik unsurların ve çevresel unsurların etkisi olmakla beraber girişimciliğe yönelik deneyimlerin de etkisi bulunmaktadır. Bu konuda var olan çalışmalara göre, ilk olarak girişimcilik bir niyet ile başlamakta; bununla birlikte içsel bir istek ve irade ile meydana çıkmaktadır. Girişimcilik niyetinde, bireysel tutumların, öznel normlar ve değerlendirmelerin ve algılanan kontrol gibi faktörlerin etkisi mevcuttur. Girişimcilik niyetini artıran faktörler olarak ailenin sahip olduğu tutum ve

davranışlar ve içinde bulunduğu kültürel öğeler de etkili olan yapılardır. Girişimciler düşüncelerini uygulama noktasında karar verme süreçlerine uygun olarak davranırlar ve buna göre gelişme gösterirler. Bu karar verme aşamalarından en önemlilerinden birini girişimcilik niyeti oluşturmaktadır (Duygulu, 2008: 100). Niyet ise bireyin içsel anlamda geleceğe ilişkin zihinsel analiz etme, karar verme ve yeni bir konum elde etme sürecini tanımlamaktadır (Sezer, 2013: 51). Niyet üzerinde etkili olan yaklaşım olarak planlı davranış kuramı gündeme gelmektedir. Girişimcilik için gerekli etkinlik ve eylemlerin de bilinçli davranış kapsamında değerlendirildiği göze çarpmaktadır.

2.8.1. Girişimcilik Niyetinin Unsurları

Literatürde girişimcilik niyetinin unsurlarını açıklamada çok sayıda model bulunmaktadır. Bireyler ve onların davranışları arasındaki ilişkiyi açıklayan girişimcilik niyeti unsurları olgusunu açıklamak için önemli bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Krueger vd. (2000: 415) de niyet modellerinin girişimciliğe yönelik anlayışı ve öngörü yeteneğini artırmak için büyük bir fırsat sunduğunu ifade etmektedir.

Literatürde çeşitli araştırmacıların kullandıkları modeller bir arada ele alındığında, girişimcilik niyetinin unsurlarını oluşturan birçok model bulunduğu görülmektedir (Uslan, 2019: 30; Bozkurt, 2014: 29; Tung, 2011: 83- 84). Bu modeller:

- Girişimcilik Etkinliği Modeli
- Girişimsel Niyet Modeli
- Girişimci Niyetin Yapısal Modeli
- Planlanmış Davranışlar Teorisi Modeli
- Davidsson Modeli

2.8.1.1. Girişimcilik Etkinliği Modeli

Shapero ve Sokol tarafından 1982 yılında girişimcilik niyetini inceleyen girişimcilik etkinliği modeli geliştirilmiştir. Shapero'nun girişimcilik etkinliği modeline göre, girişimci niyet; algılanan arzu edilebilirlik, algılanan fizibilite ve hareket etme eğilimi ile ifade edilmektedir. Bu unsurlar şu şekilde tanımlanabilir (Malebana, 2016: 367; Zhang vd., 2014: 626; Oosterlinck, 2016: 20):

Algılanan arzu edilebilirlik, bireyin işlerini ortaya koyma konusuna ne kadar eğilimli olduğunu ifade etmektedir.

Algılanan fizibilite, bireyin bir girişim faaliyetine başlayabileceğini düşünmesidir. Bu faktör temel olarak öz-yeterliliği yansıtmaktadır.

Hareket etme eğilimi, bireyin almış olduğu kararlara göre hareket etme isteği ve kontrol algıları tarafından yönlendirilmektedir.

Girişimci niyetinin oluşum sürecinin çok yönlü olduğunu gösteren Shapero modeli, girişimciliğin bulunma potansiyelini analiz etmektedir. Bireyin, girişimciliğe eğiliminin, öz-yeterliliğinin ve kontrol algılarının girişimcilik niyetinin oluşmasını sağladığı varsayılan modelde, potansiyel girişimcilerin hareket etme eğiliminin girişimcilik niyetini garanti altına aldığı varsayılmaktadır (Uysal ve Güney, 2016: 31-32).

2.8.1.2. Girişimsel Niyet Modeli

Bird'ün (1988) tarafından geliştirilen ve daha sonra Boyd ve Vozikis (1994) tarafından revize edilen girişimcilik niyet modeli literatürde sıklıkla değerlendirilen başka bir modeldir. Bird (1988) modeli, "Bir hedefe ulaşmak için bir kişinin dikkatini belirli bir nesne veya yola yönlendiren bir zihin durumu" olarak iddia edilmektedir. Model, bir girişim başlatmak için plan oluşturmaz ya da organizasyonda başarılı olmaya dair stratejik bir harita sağlamaz. Girişimciliğe yönelik davranışsal analizin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Girişimcilerin organizasyonları nasıl oluşturup sürdürdüğü ve dönüştürdüğünü açıklamaya yöneliktir. Bu model, girişimcilerin bir işletmeyi başlatması ve yönetmesi için yol gösterici niteliktedir. Bu

sebeple, girişimciliğin stratejik yönetimden ayırt edilmesini açıklamaya yardımcı olan sorulara yönelmektedir (Bird, 1988: 442).

Girişimsel Niyet Modeli girişimcilere, iş kurma ve yönetme konusunda yol göstermekte ve girişimcilik niyetini üçe ayırarak incelemektedir (Tung, 2011: 76; Bird, 1988: 451). İlk olarak, girişimcilik ve stratejik yönetim arasındaki farkları belirtmekte ve girişim geliştirmeyi psikolojik açıdan değerlendirmektedir. İkinci olarak, modelde öne sürülen hipotezler, girişimci niyetlerin organizasyonel yönelimine, hayatta kalma, büyüme, liderlik, gelişim ve organizasyon teorisiyle tutarlı olacak şekilde çalışılması üzerinde etkisine olanak sağlamaktadır. Üçüncü olarak organizasyonların oluşturulması, yapılandırılması ve sürdürülmesinin girişimcilerin düşünce ve deneyimleri sonucunda şekillendiğini belirtmektedir. Bu model aracılığıyla girişimci organizasyon ve teorilerin, öncelerini ve yapılarını oluşturan, içe yönelik ve sosyal örgütler değerlendirilebilir.

Bird, girişimcilik niyetinin kişisel faktörlerden ve sosyal, politik, ekonomik bağlamsal faktörlerden etkilendiğini ifade etmektedir. Girişimcilik niyetinin, bireylerin hem kişisel hem de bağlamsal faktörlerden etkilenmesine bağlı olarak şekillendiğini ifade eden bu model; kişisel faktörlerin bireyde hedefe yönelik akılcı davranış ve vizyon oluşmasını sağladığını iddia etmektedir (Boyd ve Vozikis, 1994: 65).

Bird'ün modeli Boyd ve Vozikis (1994: 68-69) tarafından sonradan öz-yeterlik unsuru da içerisine eklenerek gözden geçirilmiştir. Öz-yeterlilik, bilişsel süreç olarak niyetin nasıl oluştuğu hakkında bilgi vermektedir. Revize edilen ve düzenlenen modele göre, yeni bir girişim ortaya koyma konusundaki tutumlar ve algılar, düşünsel süreçlerden geçmekte ve potansiyel girişimcinin davranışsal niyetlerini etkilemektedir. Bu modelde, öz-yeterlik, girişimcilik niyeti ve girişimcilik eylemleri arasındaki ilişkinin bir süreci ve ürünüdür (Boyd ve Vozikis, 1994: 65).

2.8.1.3. Girişimci Niyetin Yapısal Modeli

Luthje ve Franke tarafından girişimcilik üzerinde tutumun etkisini içeren yapısal bir girişim modeli geliştirilmiştir. Bu modelde, bireyin özelliklerinin girişimci tutumunu etkileyiç

yeni bir iş oluşturma niyetini dolaylı yoldan etkilediği kabul edilmektedir. Ayrıca, bu model bağlamsal faktörlerin etkisini de vurgulamaktadır. Araştırmacılar modeli geliştirmek üzere gerçekleştirdikleri kapsamlı literatür taraması ve girişimcilikle ilişkili araştırmalar sonucunda, kişisel özellik alanına giren “risk alma eğilimi” ve “kontrol odağını“ yapısal model ile bütünleştirmişlerdir. Girişimcilik alanında yapılan araştırmalarda, risk alma eğilimi ve kontrol odağı, “kişiliğin” bir parçası olarak sıkça göz önünde bulundurulmuştur (Luthje ve Franke, 2003: 138).

Girişimci Niyetin Yapısal Modeli, risk alma eğilimi, kontrol odağı, çevresel destek ve engeller olmak üzere girişim başlatma eğilimini tahmin etmek için dört unsura vurgu yapmaktadır. Bu unsurların girişimcilik davranışları üzerinde nedensel bir etki yarattığı düşünülmektedir. Bu model, tutumlar, genel kişilik özellikleri ile özel girişimcilik davranışı arasındaki ilişkinin sonucu olarak değerlendirilmektedir (Luthje ve Franke, 2003: 138).

2.8.1.4. Planlanmış Davranışlar Teorisi Modeli

1971 tarihinde Ajzen tarafından geliştirilen Planlanmış Davranışlar Teorisi, girişimcilik niyetinin unsuru olarak literatürde sıkça dile getirilmiş bir teoridir. Bu model, girişimcilik niyetinde tutumlar ile davranışlar arasındaki bağlantıyı güçlendirmiştir. Model, girişimcilik niyetini belirlemede faydalanılan davranış ve inanç teorisi olarak kabul edilmiştir (Top, 2011: 270; Schlaegel ve Koenig, 2014: 298; Uslan, 2019: 36).

Planlanmış Davranışlar Teorisi girişimcilik alanında sürekli uygulanan niyet modelleri arasında değerlendirilmektedir. İnsan davranışlarını ele almada popüler ve etkili bir kavramsal yaklaşım sunmaktadır. İnsanların girişimcilik konusunda akılcı seçimler yaptığını, bu yönde niyetlerinin olduğunu ve bunların davranışların yapılmasına sebep olduğunu savunmaktadır. Girişimcilik niyetinin yanı sıra girişimcilik etkinlikleri için de bu model başarılı bir şekilde uygulanabilmektedir. Bireylerin girişimcilik niyeti davranışlarını başarabilmede niyetin, davranışa yönelik tutumların, öznel norm ve unsurların ve bireylerin algıladıkları davranış kontrollerinin rolünü vurgulamaktadır (Maes vd., 2014: 785; Bozkurt, 2014: 30; Ajike vd., 2015: 122; Oosterlinck vd., 2016: 18).

Modele göre; bir davranışın olumlu bir şekilde algılanması (kişisel tutum), o davranışın hayata geçirilme ihtimalini oldukça yükseltir. Ayrıca bireyin mühim bulunduğu kişilerin, öznel norm etkisi olumlu yönde ise bu faktör bireyin davranışı gerçekleştirmeye doğru hareket ettirecektir. Sonuç olarak bireyin algısı ortaya çıkan davranış üzerinde kontrol sahibi olduğu yönünde ise davranışın gerçekleşmesini oldukça yüksek düzeyde isteklendirecektir (Kalkan, 2011: 193).

Niyet modelleri arasında, sadece bu model girişimcilik niyetini etkileyen faktörleri toplumsal düzeye genişletmektedir. Bu geniş perspektif girişimci niyetinin nasıl oluştuğuna dair daha net bir tablo sunmaktadır. Teori girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik niyetini araştırmak için ayrıntılı bir çerçeve sunmaktadır. Teori aracılığıyla girişimcilik eğitiminin, bir veya daha fazla etkeni etkileyerek niyeti nasıl etkilediği incelenebilmektedir (Tung, 2011: 89).

Araştırma sonuçları modelin sadece bireyin iradi kontrolü altında olan eylemlere değil, aynı zamanda üçüncü tarafların kararlarını içeren eylemlere de uygulanabileceğini teyit etmektedir ve sonuçlar davranışı anlamak için yararlı bir kavramsal merceğe olduğunu göstermektedir (Leroy vd., 2015: 410) Özetle, teorinin öğrencilerin girişimci niyetini incelemek için diğer modellerden üstün olduğunu birçok çalışma sonucu göstermektedir. Teori diğer modellere kıyasla girişimci niyetinin oluşumu hakkında daha ayrıntılı bilgi sağlamaktadır.

2.8.1.5. Davidsson Modeli

Davidsson tarafından 1995'te bireylerin niyetlerini etkileyen ekonomik psikolojik model literatürde yayımlanmıştır. Davidsson (1995: 4) modelini geliştirirken, Bird, Shapero ve Sokol modellerini ve bu modelleri geliştiren literatürdeki araştırma bulgularını bütünleştirmiş, yeni girişimcilerin veya mevcut girişimcilerin özelliklerine yönelik görgül araştırma sonuçlarını incelemiştir. İşletmenin oluşumu ve büyüme oranlarını, psikolojik teorileri ve temel ekonomik teorileri hesaba katmıştır (Davidsson, 1995: 4).

Davidsson'un Ekonomik-Psikolojik Modelinde, özgeçmişin hem genel tutumları hem de alan tutumlarını etkilediği varsayılmaktadır. Bu faktörler şunlardır (Davidsson, 1995: 5-8):

- *Niyet*: Yeni bir girişimde bulunma süreci, belirli bir zamana özgü olarak planlanmaktadır ve niyet, girişimi eyleme dönüştürme etkinliğinde bulunma isteğidir.
- *İnanç*: Bireyin, girişimci kariyerin kendisi için uygun bir alternatif olduğuna inanması ve niyetin büyük bir belirleyicisi konumundadır.
- *Mevcut İstihdam Durumu*: Çeşitli araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda, mevcut istihdam durumu ve girişimcilik arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.
- *Genel Tutumlar*: Bireyin psikolojik yatkınlıklarını belirtmektedir.
- *Bilgi Alanı Tutumları*: Girişimci adayı için girişimciliğin uygunluğuna yönelik inanç ve beklentileri tanımlamaktadır.
- *Özgeçmiş*: Genel tutumlar ile bilgi alanı tutumların oluşmasını ve farklılaşmasını sağlayan unsurlardır.

Bireyin özgeçmişi, girişimciliğe yönelik psikolojik eğilimleri ve inançları girişimcilik niyetinin oluşmasında etkili unsurları oluşturmaktadır. Benzer şekilde, bireyin mevcut istihdam durumu girişimcilik niyetini güçlendirmektedir.

2.9. Girişimcilik Niyetinde Etkili Olan Faktörler

Girişimcilik niyetinde etkili olan faktörler davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü olarak açıklanabilir (Uslan, 2019: 38-39).

2.9.1. Davranışa Yönelik Tutum

Kişinin girişimci olma konusunda hissettiği olumlu veya olumsuz kişisel değerlendirme derecesi kişisel tutumu ifade etmektedir. Yalnızca hissiyat olarak değil, aynı zamanda mantıklı fikirleri de kapsar. Tutum, belirli bir bilginin yararlılığına karşı olumlu ya da olumsuz bir algıdır ve söz konusu davranışa yönelik olumlu veya olumsuz değerlendirmeye yönelik verilen yanıttır. Davranışa yönelik tutum, bireyin girişimciliği veya davranışın cazibesinin pozitif ya da negatif kişisel değerlendirme derecesidir. Bireyin sahip olduğu davranışın, bireyin lehine veya aleyhine yönelik olduğu algısını ifade etmektedir. Kişisel bir faktör olarak tanımlanmaktadır (Kalkan, 2011: 194; Top, 2011: 272; Bozkurt, 2014: 30; Ajike vd., 2015: 123; Uslan, 2019: 38).

Girişimcilik davranışına yönelik tutum, girişimci olma konusunda bireyin pozitif veya negatif bir kişisel değerlendirme derecesine sahip olduğunu ifade eder. Davranışa yönelik tutum; kendine güven ve kendini ispatlama, zengin olma ve meydan okumaya yöneliktir (Linan ve Chen, 2009: 596; Yüzüak, 2010: 31).

2.9.2. Öznel Norm

Öznel normlar, davranışın yerine getirilmesi ya da getirilmemesi için algılanan sosyal baskıyı ölçer. Bu sosyal baskı, belirli grupların belirli bir davranışı onaylama ya da onaylamamalarına veya bireylerin ya da grupların aynı davranışta bulunup bulunmadığına dair inançlarının bir sonucu olarak ortaya çıkar. Öznel norm, girişimcilik eylemini gerçekleştirmek için sosyal baskının kişisel değerlendirilmesine dayanır. Sosyal baskı, aile, arkadaşlar, iş arkadaşları ve toplum da dâhil olmak üzere davranışa verilen desteğin tahmini ve etkisidir. Öznel norm özellikle, girişimci adayının sosyal çevresinde ki “referans insanların”, girişimci adayının bir girişimci olma kararını onaylama algısını işaret eder. Bireyin öznel norm algısı üzerinde referanslar, değerler ve teşvikler, girişimcilik niyetini duygusal açıdan etkileyici bir role sahiptir (Linan ve Chen, 2009: 596; Top, 2011: 274; Malebana, 2016: 368; Ross, 2017: 1182).

2.9.3. Algılanan Davranış Kontrolü

Algılanan davranış kontrolü, girişimci olmada varsayılan kontrol ve yapılabilirlik ile ilgili bir unsurdur. Algılanan fizibilite ve etkinliğe benzer bir kavramdır. Sadece muktedir olma duygusunu değil, ayrıca davranışın kontrol edilebilirliği algısını da içerir (Kalkan, 2011: 195; Bozkurt, 2014: 31).

Bireylerin sahip oldukları kaynak ve fırsatlar ne kadar fazla olursa, bekledikleri engeller ne kadar az olursa, davranış üzerinde algılanan davranışsal kontrol algısı da o derecede büyük olacaktır. Karar verme, yaratıcılık, problem çözme, yöntemi bilmek ve liderlik gibi kişisel özellikleri etkileyen içsel kontrol öğeleri ile finansal kaynak, girişim ortamı ve devlet desteği gibi değişkenlik gösteren dışsal kontrol öğeleri davranışa etki etmektedir ve algılanan davranışsal kontrolü oluşturmaktadır (Yüzüak, 2010: 32; Top, 2011: 275).

2.10. Girişimcilik Niyeti ve Entelektüel Sermaye İlişkisi

Girişim, insanların gerçekleştirdiği aktivitelerdir ve bireyin çeşitli özellikleri, girişimde bulunma isteği ya da girişimi üzerinde oldukça önemlidir. Girişimcileri diğer insanlardan ayırt eden en önemli unsurlardan biri başarı isteği ve motivasyonuna sahip olmalarıdır. Diğer özellikleri de özgürlüğü önemli gören, hesaplı biçimde risk alan, kontrol etme isteği fazla olan, yeri geldiğinde inisiyatif alabilen, azimli ve kararlı bir duruşa sahip ve işinde başarıyı önceleyen bireyler olmalarıdır. Ayrıca, girişimciler çalışkan ve etkili iletişim kurabilen kişilerdir (Mungan, 2013: 4). Bu nedenle entelektüel sermaye olgusunun odağındaki “kişi”, demografik özellikleri ya da kişilik özellikleri bakımından incelenmeli ve bunların girişimcilik davranışına nasıl etki ettiğine bakılmalıdır.

Bir bireyin, girişimci olabilmesi ve bu alanda başarı sağlayabilmesi için çeşitli özelliklere sahip olması gerektiği açıktır. Bireyin, yönetsel, bireysel ve teknik konulardaki becerileri, onun girişimcilik kararını etkileyecektir. Bu becerilerin olması gerekliliği, girişimciliği diğer yönetsel süreçlerden de ayırmaktadır. Girişimcilik için sahip olunması gereken beceriler Tablo 5’ te verilmiştir (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 68).

Tablo 5. Girişimcilik Gerekli Olan Beceri Türleri

Teknik Beceriler	Yönetsel Beceriler	Kişisel Beceriler
Sözlü iletişim	Hedefleri belirleme	İçsel denetim
Çevresel gözlem	Karar verme	Risk alma
Teknik yönetim bilgisi	İnsan ilişkileri	İnovasyon yapma
Teknoloji	Pazarlama	Değişimi yönetmek
Kişiler arası ilişki(interpersonal)	Finans	Kararlı olma
Dinleyici olma	Muhasebe	Öngörü (vizyon) sahibi olma
Örgütleme	Yönetim	Değişimi tesis etmek
Ağ kurabilme	Kontrol	
Yönetim türü	Problem çözme	
Usta (yetiştirici) olma	Girişim	
Takım oyuncusu olma	Yönetim geliştirme	

Kaynak: Ercan ve Gökdeniz, 2009: 68

Tablo 5'e göre, bireyin ya da insan gruplarının, başarılı bir girişimci olabilmeleri, onların insanların ihtiyaçlarını doğru analiz ederek, rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri; bunlar da bilgi birikiminin varlığı ve bilgiyi kullanabilme becerisiyle, özetle entelektüel sermaye ile yakından ilişkilidir. Doğru planlamanın yapılmadığı, deneyimlerin doğru kanallarda kullanılmadığı bir girişimcilik teşebbüsünde, uzun süreli bir başarıdan söz etmek oldukça güçtür. Yine, hesaplamanın doğru yapılmadığı, bilginin, insan ilişkilerinin, yönetimsel farkındalıkların var olmadığı bir ortamda atılan ekonomik adımların finansal kayıpları getirmesi şaşırtıcı olmayacaktır. İster yeni bir iş kolu oluşturulsun, ister var olan bir iş için yelpaze genişletilsin, her türlü girişim öncesinde, değişimi tahsis edebilme, kararlı olma, değişime yön verebilme, içsel denetimi gerçekleştirebilme gibi beceriler gerekmektedir.

Bu beceriler, entelektüel birikime sahip olmanın da anahtarı olan becerilerdir demek yanlış olmayacaktır.

Bilgi ekonomisi olarak adlandırılan süreçte bilgi kavramı ve entelektüel sermaye kavramı birlikte değerlendirilmeye başlanmıştır. Üretimi önceleyen ekonomik yapılarda somut varlıklar ön planda olurken; bilgi ekonomisinde entelektüel sermaye ve bağlantılı olarak bilgi, kabiliyet ve teknoloji gibi unsurlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Bunları kapsayan entelektüel sermaye işletmelerin rekabeti konusunda onları bir adım öne çıkaran ve işletme performansını artıran bir etmen olarak gelişme göstermektedir. Bu nedenle bilgi, kabiliyet ve teknolojiyi içeren entelektüel sermaye ile işletmeler bilgiyi kullanma ve değerlendirme konusunda rakiplerinde üstün bir konuma gelebilmektedir.

İşletmelerin entelektüel sermaye ve donanımları ile rekabet konusunda onları öne çıkartacak süreçleri geliştirmeye yönelik olarak uygun varlık ya da fonlarını yönetebilme becerilerine sahip olmaları önemlidir. Bu konuda çalışanlar kaynaklar ve sahip olduğu kabiliyetler ile girişimcilik özelliklerini artırabilmektedirler. Entelektüel sermaye, bireylere bilgiyi kullanarak kaynakları, yetenekleri, keşfetme ve yaratma süreçleri bireysel ya da örgütsel olarak girişimde bulunabilme kabiliyetini ve başarısını arttırmaktadır (Gürkan ve Çakmak, 2016: 2843-2844).

Ya-Hui Hsu ve Fang, 2009 yılında yaptıkları çalışmada, yeni ürün geliştirme performansı, yönetsel süreçler ve entelektüel sermaye ilişkisini incelemiştir. Elde edilen bulgulara göre, insan ilişkileri sermayesi ve insan sermayesi bileşkesi olan entelektüel sermaye, ihtiyaç olanı fark etmek ve bu ihtiyacı karşılayacak sistemler geliştirmek konusunda oldukça önemli bir faktördür. İnsanların ne istediğinin fark edilmesi ve bunu nasıl istediklerinin anlaşılması, doğru ilişkilerin kurulması ve toplumdan elde edilen bilgilerin “yeni olanı” oluşturmak için kullanılması lazımdır. Ayrıca yeninin oluşturulması ve sunulması sürecindeki girişimin başarılı olabilmesi de yine insan beyninin performansı ile ilişkilidir. Bir başka deyişle, araştırmacılar girişim için entelektüel sermayenin varlığının altını çizmektedirler (Ya-HuiHsu ve Fang, 2009: 676).

Yine 2009 yılında G. Scott Erickson ve Helen N. Rothberg, bir işletmenin yönetsel süreçlerinde başarı elde edebilmesi ve pazarda rekabet becerisi kazanabilmesi için entelektüel

sermaye bakımından güçlü olması gerektiğini belirtmişlerdir. Yazarlar, entelektüel sermaye bakımından daha zengin olan işletmelerin, diğer işletmelerin görmekte zorlandıkları fırsatları daha iyi görebileceklerinden bahsetmektedirler. Yine, entelektüel sermayenin var olduğu bir organizasyonda, yönetsel süreçlerin denetlenmesinin ve insan ilişkilerinin daha başarılı kurulmasının da, diğerlerine göre daha mümkün olduğu görüşünü ileri sürmüşlerdir (Erickson ve Rothberg, 2009: 159).

Gürkan ve Çakmak; girişimciliğin mevcut bilginin kullanılması ve yeni bilgilerin keşfedilmesi yeteneği ile ilişkili olduğunu söylemektedirler. Girişimler, elde dilen bilgilerin ve deneyimlerin kullanılmasına olanak tanıyan aktivitelerdir. Bireysel olarak yapılacak olan bir girişimde de, örgütsel olanında da entelektüel sermayenin önemi oldukça büyüktür. Entelektüel sermayeye yatırım yapılması, öğrenmenin de hızlanması ve bilgi üretiminin geliştirilmesi anlamına gelmektedir (Gürkan ve Çakmak, 2016: 2843).

2.11. Konuyla İlgili Yapılmış Benzer Araştırmalar

Bu bölümde yurtiçi ve yurtdışı yapılmış olan entelektüel sermaye ve girişimcilik niyeti araştırmalarına yer verilmiştir.

2.11.1. Yurtiçinde Yapılmış Araştırmalar

Entelektüel sermaye ile ilişkili yurtiçinde yapılan çalışmalar literatür doğrultusunda özetlenip aşağıda verilmiştir.

Zerenler, Hasiloğlu ve Sezgin (2008), Türk otomotiv şirketlerinde entelektüel sermayenin inovasyon üzerindeki etkisini incelemişler ve sermaye türlerinin yenilikçi performansla pozitif olarak ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Yıldız (2010) İMKB'ye bağlı 8 özel sermayeli bankanın 421 yöneticisi ile görüşerek yaptığı çalışmada bankaların entelektüel sermayesini ve entelektüel sermayenin banka performansı üzerinde olan etkilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda entelektüel sermaye unsurlarının önem sırası müşteri sermayesi, yapısal sermaye ve insan sermayesi olarak

bulunmuştur. Ayrıca entelektüel sermayenin bankaların objektif ve subjektif performansını da pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir ve yaş, tecrübe, çalışma süreci ve pozisyon değişkenlerine göre entelektüel sermaye unsurları anlamlı farklılık göstermiştir.

Odabaşoğlu (2016), çalışmasında bilgi, teknoloji ve inovatif düşüncülerin oldukça yaygın olarak kullanıldığı ve müşteri odaklı hareket eden havayolu işletmelerinin entelektüel sermaye durumları ile entelektüel sermayenin finansal performansa olan etkisinin ne olduğunu incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre işletme verimliliği ile entelektüel sermaye unsurlarından biri olan yapısal sermaye arasında negatif yönde ilişki olduğu sonucuna varılırken insan sermayesi ile istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. İşletmelerin karlılığı ve entelektüel sermaye unsurları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Suna ve Yıldırım (2017) çalışmalarında sosyal sermayeyi oluşturan kavramlardan biri olan sosyal ağ kullanımının otel işletmeleri için müşteri temin etme yollarından biri olduğunu saptayabilmek amacıyla Gaziantep'te bulunan otel işletmelerinin yöneticileri ile görüşülmüştür. Çalışma sonucunda sosyal ağların müşteri teminine etkisinin olduğu saptanmıştır.

Ağcasulu (2017) yaptığı araştırmada, sosyal sermayenin bireysel ve kolektif yönleri üzerinde durarak diğer sermaye türlerinden farklılıklarını incelemiştir.

Ay ve Çelik (2017) duyguların örgütün çıkarları için yönetilebilmesi ve kişide olması gereken örgütsel duygu erginliğinin örgütsel sermayeye dönüşebilmesinin önemini çalışmalarında incelemişlerdir.

Altan ve Özpehlivan (2019) yaptıkları çalışmada, bilişim sektöründe entelektüel sermaye ve yenilik yönlülük olan olguların iş tatmini üzerinde olan etkisini saptamayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda entelektüel sermaye, yenilik yönlülük ve iş tatmininin birbirleri ile arasında düşük ve orta düzeyde değişen anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. İşletme rekabet ortamının önemli kaynak pozisyonlarından olan entelektüel sermaye ve yenilik yönlülük davranışların, çalışan tatmin düzeyinde artış sağlaması beklenen bir durum olduğu bulunmuştur.

Atan ve Tunçer (2019) yaptıkları araştırmada İSO'ya kayıtlı firmaların entelektüel sermayenin işletme performansına olan etkilerini incelemiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda entelektüel sermaye unsurlarının işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Girişimcilik niyeti ile ilişkili yurtiçinde yapılan çalışmalar literatür doğrultusunda özetlenip aşağıda verilmiştir.

Avşar (2007) Çukurova Üniversitesi'nde yapmış olduğu araştırmada, geliri yüksek ailelerden gelen öğrencilerde, toplam girişimcilik özelliklerinin daha çok olduğunu tespit etmiştir.

Balaban ve Özdemir (2008) tarafından Sakarya Üniversitesi İşletme bölümü öğrencileri üzerinde çalışma yapılmıştır. Ulaşılan bulgular sonucunda öğrencilerin almış oldukları girişimcilik eğitiminin girişimci olma durumunu keşfetme sürecini hızlandırdığı ve kabiliyetlerini daha iyi duruma getirip başarılı olabilmeye şansını artırabilmesine yardım edebildiği bulunmuştur.

Şeşen ve Basım (2012)'in dört farklı üniversitenin spor fakültesinde eğitim alan 185 öğrenci ile yapılan anket sonuçlarına göre; erkeklerin kızlara göre girişimcilik niyetleri daha yüksek olduğu, aile geliri fazla olan öğrencilerin az olanlara oranla fazla girişimcilik niyetine sahip oldukları saptanmıştır.

Uluyol (2013)'un Gölbaşı Meslek Yüksekokulu öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışma finans ve girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin girişimciliğe olan yatkınlıklarının saptanması üzerinedir. Araştırma sonucunda öğrencilerin girişimciliğe olan yatkınlıklarının yüksek seviyede olduğu ancak finans ve girişimcilik dersi alan ve almayanlar ile girişimcilik yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur.

Gül ve Seyrek (2017)'in Gaziantep Üniversitesi'ne bağlı farklı fakültelerde eğitim gören 400 öğrenci üzerinde yaptıkları çalışmada finansal okuryazarlık düzeyleri ve girişimcilik niyetleri arasındaki ilişki araştırılmak istenmiştir. Ulaşılan bulgular sonucunda öğrencilerin girişimcilik niyetinin cinsiyete, fakülteye göre farklılık gösterdiği, finansal okuryazarlık düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna

varılmıştır. Bu sonuçlarla beraber öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik niyetlerinde etkili olmadığı bulunmuştur.

2.11.2. Yurtdışında Yapılmış Araştırmalar

Entelektüel sermaye ile ilişkili yurtdışında yapılan çalışmalar literatür doğrultusunda özetlenip aşağıda verilmiştir.

Daum (2001), entelektüel sermaye üzerindeki yatırım işlemlerinin gelişmiş ülkelerdeki ekonomik etkinliklere etkisini araştırmış, ancak kullanılan klasik muhasebe sistemleri, maddi olmayan yatırımlar üzerinde yatırımların getirisini ölçmek için araçlar sunmamıştır. Dolayısıyla, gerçek katma değere yol açan süreçlere yönelik yöntemler ve uygun araçlar yoluyla performans değerlendirmesi için hesap yönetimi noktasında önemli bir ihtiyaç ortaya çıkmıştır.

Youndt, Subramaniam ve Snell (2004), insan kaynakları yönetimi, bilgi teknolojileri ve Ar-Ge'ye yapılan yatırımların 208 örgütte entelektüel sermayenin kurulmasına ve büyümesini sağladığını değerlendirmişlerdir. Sadece küçük ölçekli ve yüksek performanslı organizasyonların daha yüksek insan sermayesi, sosyal sermaye ve örgütsel sermayeye sahip olduğu ve bunların çoğunun sadece entelektüel sermaye bileşenlerine odaklandığı ve kötü performans gösteren kurumların düşük düzeyli entelektüel sermaye bileşenlerine sahip oldukları bulunmuştur.

Goh (2005), 2001-2003 yılları arasında Malezya'da faaliyet gösteren yerli ve yabancı bankaların entelektüel sermaye performansını belirlemeye çalışmıştır. Sonuçlar, entelektüel sermayenin çeşitli bankacılık hizmetlerinde ana değer yaratma kaynağı olduğunu ve Malezya'da faaliyet gösteren bankaların daha yüksek getirilerle sonuçlanan insan sermayesi verimliliğini kullandığını göstermiştir.

Zeghal ve Maaloul (2010), genel olarak ve borsada bir organizasyonun finansal performansı üzerindeki etkilerini gösteren entelektüel sermaye büyüme gerçekleri olarak katma değerini incelemişlerdir. Yüksek teknoloji, geleneksel ve hizmet sektörlerini içerecek şekilde üç sanayi sektörüne ait İngiliz şirketlerini araştırmışlardır. Bulgular, entelektüel

sermaye-borsa değeri ilişkisinin teknoloji şirketleri için çok güçlü olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, sonuçlar, istihdam edilen sermayenin özellikle mali durumunu göstermek için merkezi bir belirleyici olduğunu gösterirken, katma değerli entelektüel sermayenin bu konuya ilişkin kararlar almak için karar alıcılar açısından faydalı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Chang ve Hsieh (2011), katma değerli entelektüel sermayeyi kullanarak Tayvan'daki yarı iletken sanayide yaptıkları çalışmada entelektüel sermayenin katma değer rolünü incelemişlerdir. Sonuçlar, şirketlerin Ar-Ge harcamaları, işlemsel performansı, piyasa performansı ve finansal kazanımları arasında önemli ölçüde pozitif ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Hormiga, Batista-Canino ve Sanchez-Medina (2011), maddi olmayan varlıklar arasındaki ilişkiyi ve bunun yeni örgütler için önemini incelemişlerdir. Yeni kurulan işletmeler için insan sermayesinin kritik olduğunu ortaya koymuşlardır.

Parpandel (2013), entelektüel sermayenin inovasyonu teşvik etmek için önemli bir yöntem olduğu sonucu ve rekabet avantajı yaratmak için önemli bir kaynak olduğu sonucunu doğrulamıştır. İnsan kaynaklarının etkinliği, bireylerin zeklarına, sezgilerine ve yaratıcılığına bağlıdır. Özellikle literatür çalışmaları kitle iletişim konusundaki makaleleri ve saha raporları gibi çeşitli bilgi kaynaklarının kullanılmasıyla, örgütler bilgi tabanlarını oluşturmak için maddi ve maddi olmayan kaynaklara güvenmelidir.

Prester, Podrug ve Darabos (2016), yapısal eşitlik modellemesi kullanarak dört bileşenli entelektüel sermaye modelini test etmek için bir model önermişlerdir. Örneklemi 890 şirketi içermektedir. Sonuçlar modelin güçlü biçimde doğrulandığını göstermiştir. Bu durum, entelektüel sermayenin önemli bileşenleri olarak dışsal sosyal sermaye, insan sermayesi, içsel sosyal sermaye ve yapısal sermayeye duyulan ihtiyaı ve inovasyon üzerindeki etkilerini vurgulamıştır.

Agostini, Nosella ve Filippini (2017), farklı entelektüel sermaye alanlarında farklı glere sahip KOBİ grupları arasında inovasyon incelemesinde önemli farklılıklar saptanmıştır. Seçilen rneklemdeki KOBİ'lerde, radikal ve aşamalı bileşenleri sayesinde entelektüel sermayenin güçlü olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla, güçlü entelektüel sermayeye

sahip olmak KOBİ'lerin radikal ve aşamalı inovasyon üretme kapasitelerinin artırılmasına katkı sağlamaktadır.

Girişimcilik niyeti ile ilişkili yurtdışında yapılan çalışmalar literatür doğrultusunda özetlenip aşağıda verilmiştir.

Wang ve Wong (2004)'un Singapur Ulusal Üniversitesi'nde bilgisayar, fen ve mühendislik alanlarında eğitim alan öğrencilere girişimcilikle alakalı yaptıkları çalışmada cinsiyet, ailenin iş deneyimi ve eğitim seviyelerinin girişimciliği etkilediği; ailenin gelir düzeyi, etnik köken ve vatandaşlık gibi unsurların girişimcilik üzerinde etkisinin olmadığı saptanmıştır. Ayrıca erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla fazla girişimci oldukları bulunmuştur.

Kristiansen ve Indarti (2004)'in Norveç ve Endonezyalı öğrenciler üzerine yaptıkları araştırmada, iki ülkenin erkek öğrencilerinin kızlara göre daha yüksek girişimcilik niyetine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Keat ve arkadaşlarının (2011) Malezya Üniversite'nde yapmış oldukları araştırmaya göre, üniversite öğrencilerinin almış oldukları girişimcilik eğitimi faktörü ile demografik, aile şirketine sahip olma faktörlerinin girişimcilik eğilimini etkilediği ve aralarında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

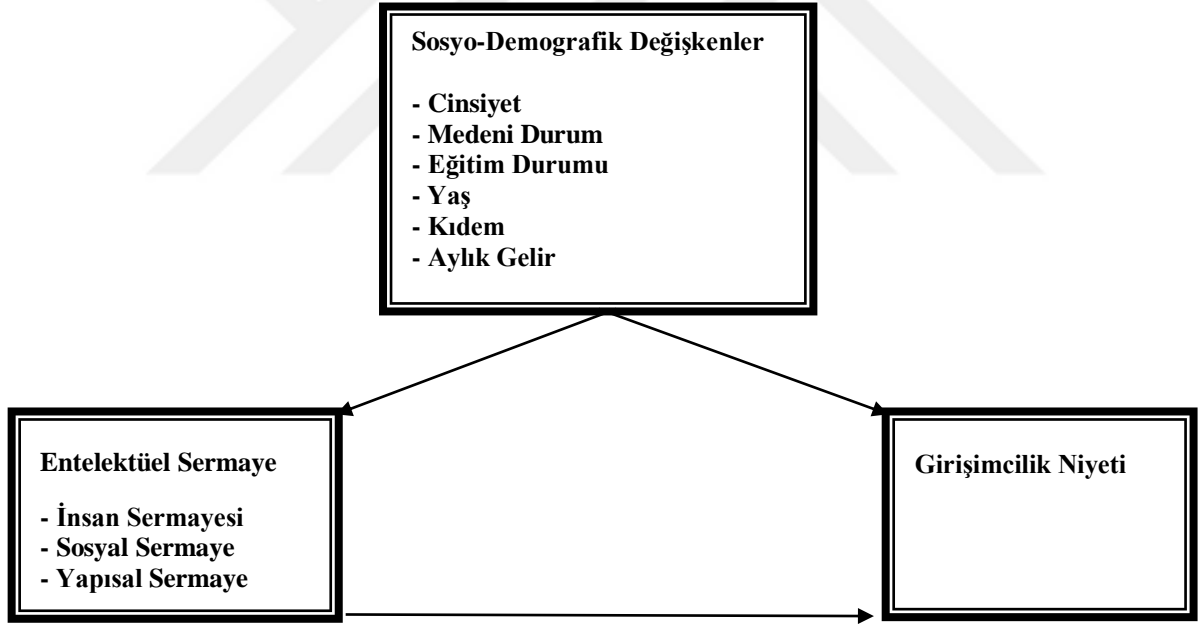
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli ve hipotezleri verilmiş, evren, örneklem, veri toplama araçları, geçerlik, güvenilirlik ve veri değerlendirme yöntemleri ile açıklanmıştır.

3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli kapsamında, çalışanların entelektüel sermayelerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine yönelik bir model oluşturulmuş ve Şekil 4'te verilmiştir. Bunun yanı sıra, entelektüel sermaye ve girişimcilik niyetinin sosyo-demografik değişkenlere göre oluşturduğu farklılıklar hipotezler çerçevesinde değerlendirilmiştir.



Şekil 4. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacını açıklayan model kapsamında geliştirilen ve test edilecek hipotezler ise şunlardır:

H₁: Çalışanların entelektüel sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.

H_{1a}: *Çalışanların insan sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.*

H_{1b}: *Çalışanların sosyal sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.*

H_{1c}: *Çalışanların yapısal sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.*

H₂: Entelektüel sermaye çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.

H_{2a}: *Entelektüel sermaye çalışanların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{2b}: *Entelektüel sermaye çalışanların medeni durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{2c}: *Entelektüel sermaye çalışanların eğitim durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{2a}: *Entelektüel sermaye çalışanların yaşlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{2e}: *Entelektüel sermaye çalışanların kıdemlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{2f}: *Entelektüel sermaye çalışanların aylık gelirlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H₃: Girişimcilik niyeti çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.

H_{3a}: *Girişimcilik niyeti çalışanların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{3b}: *Girişimcilik niyeti çalışanların medeni durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{3c}: *Girişimcilik niyeti çalışanların eğitim durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{3a}: *Girişimcilik niyeti çalışanların yaşlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{3e}: *Girişimcilik niyeti çalışanların kıdemlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H_{3f}: *Girişimcilik niyeti çalışanların aylık gelirlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.*

H₄: Çalışanların entelektüel sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4a}: Çalışanların insan sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4b}: Çalışanların yapısal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4c}: Çalışanların sosyal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. Evren ve Örneklem

Evren, bir araştırmada sonuçların genellenebileceği ve araştırma örnekleminin seçildiği grup olarak tanımlamaktadır (Gürbüz ve Şahin 2017: 125). Araştırmada ulaşılmak istenen geniş kitle de evreni belirtmektedir. Araştırmanın evrenini Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi'nde tekstil sektöründe çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini tespit edebilmek amacıyla Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ile iletişime geçilmiştir. Kurumun Şubat 2020 verilerine göre tekstil sektörü toplam çalışan sayısı 73800 olarak belirlenmiştir.

Örneklem araştırmadan çeşitli biçimlerde seçilen ve evreni temsil ettiği düşünülen birimdir. Evren'den örneklem alma işleminde çeşitli yöntemler vardır ve bunlar örnekleme teknikleri olarak ifade edilmektedir (Gürbüz ve Şahin 2017: 125-128). Araştırmada Gaziantep 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde tekstil sektöründe çalışanlar basit olasılıklı örnekleme yöntemiyle seçilip araştırmaya dâhil edilmiştir. Evreni bilinen bir durumdan örneklem alma formülü bu araştırma için 73800 kişi üzerinden % 95 güven düzeyinde 382 olarak

hesaplanmıştır (Altunışık vd., 2012: 154). Bu doğrultuda, araştırma Gaziantep 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde tekstil sektöründe çalışan 382 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

3.3 Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Verilerin toplanması için 3 bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde çalışanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin sorular yer alırken, ikinci bölümünde “Entelektüel Sermaye Ölçeği”, üçüncü bölümde de “Girişimcilik Niyeti Ölçeği” kullanılmıştır.

Entelektüel Sermaye Ölçeği, Subramaniam ve Youndt (2005) tarafından geliştirilmiş, Özdemir ve Taşçı (2017) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Ölçek 14 maddeli ve “İnsan sermayesi” (5 madde), “Sosyal sermaye” (5 madde), “Yapısal sermaye” (4 madde) olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. İfadeler “kesinlikle katılmıyorum” dan “kesinlikle katılıyorum” a doğru 1’den 7’ye kadar puanlanmaktadır.

Girişimcilik Niyeti Ölçeği, Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilmiş, Şeşen ve Basım (2017) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Ölçek 6 maddeden oluşmaktadır ve ifadeler “kesinlikle katılmıyorum” dan “kesinlikle katılıyorum” a doğru 1’den 7’ye kadar puanlanmaktadır.

3.4. Veri Toplama Yöntemi

3.4.1. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Veriler ile ilk olarak veri toplama araçlarının geçerlik ve güvenilirliğini ortaya koymak için 30 katılımcı ile pilot çalışma yapılmıştır. Ön çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğine ait sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur (Tablo 6 ve Tablo 7).

Tablo 6. Entelektüel Sermaye Ölçeği Ön Çalışma Faktör Yüğü ve Madde Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Madde Analizi
<i>İnsan Sermayesi</i>		
1.Çalışanlarımız son derece niteliklidir.	0,734	0,827
2.Çalışanlarımız genellikle sektörün en iyileri olarak kabul edilir.	0,909	0,866
3.Çalışanlarımız yaratıcı ve zekidir.	0,928	0,914
4.Çalışanlarımız kendi iş alanlarının uzmanıdır.	0,906	0,942
5.Çalışanlarımız yeni fikirler geliştirmekte ve bilgi üretmektedir.	0,897	0,911
<i>Sosyal Sermaye</i>		
6.Çalışanlarımız problemleri belirleme ve çözümede birbirleriyle işbirliği yapma becerisine sahiptir.	0,882	0,908
7.Çalışanlarımız bilgiyi paylaşır ve birbirlerinden öğrenir.	0,857	0,939
8.Çalışanlarımız şirketin diğer alanlarındaki çalışanlarla etkileşim kurar ve fikir alışverişi yapar.	0,905	0,926
9.Çalışanlarımız çözüm üretmek için müşteriler, tedarikçiler, bağlı olunan ortaklıklar, vb. ile işbirliği içinde hareket eder.	0,911	0,901
10.Çalışanlarımız şirketin bir bölümündeki bilgiyi başka bir bölümde ortaya çıkan problem ve fırsatlar için kullanır.	0,938	0,483
<i>Yapısal Sermaye</i>		
11.Şirketimiz bilgiyi elde tutmak için patent/lisans kullanır.	0,768	0,765
12.Şirketimize ait bilgilerin çoğu kayıt altındadır (yazılı, veritabanı, vb.).	0,821	0,703
13.Şirket kültürümüz değerli fikirler ve iş yapma biçimleri üzerine kuruludur.	0,868	0,889
14.Şirketimiz bilgisinin çoğunu yapı, sistem ve süreçlerine entegre etmiştir.	0,804	0,874
KMO Bartlett Örnekleme Yeterliliği: 0,839; p<0,000 Cronbach's Alpha: 0,975		

Tablo 6'ya göre, insan sermayesi, sosyal sermaye ve yapısal sermaye olarak 3 alt boyuta sahip olan Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin ön çalışma sonucu güvenilirliği oldukça yüksek bulunmuştur (0,975). Cronbach's Alpha değerinin 1'e yaklaşması ölçeğin güvenilirliğinin fazla olduğunu göstermektedir. Madde analizi sonuçları incelendiğinde, ölçekteki maddelerin korelasyonları 0,483 ile 0,942 arasında bulunmuş olup hiçbir madde

ölçekten çıkarılmamıştır. Madde analizinde 0,300 puanın altındaki değerler ölçeğin güvenilirliğini düşürdüğünden dolayı ölçekten çıkarılması uygun görülmektedir (Büyüköztürk ve diğ., 2012).

Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin ön çalışma sonucu geçerliği belirlemek için yapılan faktör analizi sonucunda örneklem yeterliliği değeri uygun bulunmuştur (0,839). Bu değer 1'e yaklaşması faktör analizine uygunluğu artırmaktadır. Ölçeğin faktör yükleri incelendiğinde, ölçekteki maddelerin faktör yükleri 0,734 ile 0,938 arasında bulunmuş olup hiçbir madde ölçekten çıkarılmamıştır. Faktör yüklerinde 0,300 puanın altındaki değerler ölçeğin geçerliğini düşürdüğünden dolayı ölçekten çıkarılması uygun görülmektedir (Büyüköztürk ve diğ., 2012).

Tablo 7. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Ön Çalışma Faktör Yüğü ve Madde Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Madde Analizi
1.Bir girişimci olarak herşeyi yapmaya hazırım.	0,614	0,528
2.Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	0,965	0,953
3.Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.	0,982	0,960
4.Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım.	0,974	0,932
5.Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum.	0,972	0,932
6.Bir gün kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var.	0,963	0,920
KMO Bartlett Örneklem Yeterliliği: 0,759; $p < 0,000$ Cronbach's Alpha: 0,960		

Tablo 7 incelendiğinde, Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nin ön çalışma sonucu güvenilirliği oldukça yüksek bulunmuştur (0,960). Cronbach's Alpha değerinin 1'e yaklaşması ölçeğin güvenilirliğinin fazla olduğunu göstermektedir. Madde analizi sonuçları incelendiğinde, ölçekteki maddelerin korelasyonları 0,528 ile 0,960 arasında bulunmuş olup hiçbir madde

ölçekten çıkarılmamıştır. Madde analizinde 0,300 puanın altındaki değerler ölçeğin güvenilirliğini düşürdüğünden dolayı ölçekten çıkarılması uygun görülmektedir (Büyüköztürk ve diğ., 2012).

Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin ön çalışma sonucu geçerliği belirlemek için yapılan faktör analizi sonucunda örneklem yeterliliği değeri uygun bulunmuştur (0,759). Bu değer 1'e yaklaşması faktör analizine uygunluğu artırmaktadır. Ölçeğin faktör yükleri incelendiğinde, ölçekteki maddelerin faktör yükleri 0,614 ile 0,982 arasında bulunmuş olup hiçbir madde ölçekten çıkarılmamıştır. Faktör yüklerinde 0,300 puanın altındaki değerler ölçeğin geçerliğini düşürdüğünden dolayı ölçekten çıkarılması uygun görülmektedir (Büyüköztürk ve diğ., 2012).

3.4.2. Verilerin Analizi İçin Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Verilerin analizinde, sosyal bilimlerde verilerin analiz edilmesini sağlayan SPSS programından yararlanılmıştır. İlk olarak, katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ilişkin frekans ve yüzdeler dağılımları verilmiştir. Sonrasında, katılımcıların entelektüel sermaye ve girişimcilik niyetleri ve boyutlarına ilişkin betimsel istatistikler ve karşılaştırmalı istatistikler verilmiştir. Son olarak, entelektüel sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişki ve entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine ilişkin istatistiksel yöntemlere yer verilmiştir. Analizlerde hangi testlerin kullanılacağına ilişkin verilerin normallik dağılımına bakılmış (Tablo 8 ve Tablo 9) ve veriler uygun testlerle analiz edilmiştir.

Tablo 8. Entelektüel Sermaye Ölçeği Normallik Dağılımı Sonuçları

Madde No	Çarpıklık	Basıklık
1	-0,660	-0,747
2	-0,467	-0,790
3	-0,678	-0,448
4	-0,748	-0,371
5	-0,810	-0,178
6	-0,658	-0,767
7	-0,755	-0,540
8	-0,619	-0,681
9	-0,809	-0,491
10	-0,678	-0,664
11	-0,654	-0,816
12	-1,151	0,069
13	-0,701	-0,710
14	-0,858	-0,269
Genel	-0,905	0,173

Tablo 8 değerlendirildiğinde, yapılan normallik dağılımına göre, verilerin -1,5 ile 1,5 arasında dağılım gösterdiği ve normallik dağılımına uygun olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı, entelektüel sermaye ile ilgili testlerde parametrik testler kullanılmıştır. Cinsiyet ve medeni durum ile entelektüel sermaye karşılaştırmalarında Bağımsız Örneklemeler T Testi; eğitim durumu, yaş, kıdem yıllık ve aylık gelir ile entelektüel sermaye karşılaştırmalarında Tek Yönlü Anova Testi kullanılmıştır.

Tablo 9. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Normallik Dağılımı Sonuçları

Madde No	Çarpıklık	Basıklık
1	-0,874	-0,376
2	-0,765	-0,477
3	-0,723	-0,620
4	-0,671	-0,629
5	-0,550	-0,824
6	-0,639	-0,791
Genel	-0,688	-0,505

Tablo 9'dan görülebileceği gibi, yapılan normallik dağılımına göre, verilerin -1,5 ile 1,5 arasında dağılım gösterdiği ve normallik dağılımına uygun olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı, girişimcilik niyeti ile ilgili testlerde parametrik testler kullanılmıştır. Cinsiyet ve medeni durum ile girişimcilik niyeti karşılaştırmalarında Bağımsız Örneklemeler T Testi; eğitim durumu, yaş, kıdem yıllık ve aylık gelir ile girişimcilik niyeti karşılaştırmalarında Tek Yönlü Anova Testi kullanılmıştır.

Entelektüel sermaye ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide Pearson Korelasyon Testi; entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde ise Regresyon Testi kullanılmıştır.

3.4.3. Asıl Uygulama ve Ölçümünün Güvenilirliği

Ölçeğin standart hale gelebilmesi ve sonrası için elverişli bilgiler üretme kabiliyetine sahip olması için ölçüm değerlerinin istikrarlılığının bir işareti olan “güvenirlik” ve ölçmeyi amaçladığı özelliği doğru ölçebilme derecesinin işareti olan “geçerlik” olarak vasıflandırılan iki temel özelliğe sahip olması beklenir. Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaç edindiği özelliği, başka herhangi bir özellik ile karıştırmadan doğru bir şekilde ölçebilme derecesi olarak tanımlanmaktadır (Ercan ve Kan, 2004: 211). Araştırmada yer alan ölçeklerin geçerliliğinin belirlenmesinde yapı geçerliliğine dair işlemler faktör analizi ile toplanmıştır. Yapısal ve faktöriyel geçerlik, faktör analizi ile ölçülmüştür (Gürbüz ve Şahin, 2015: 301).

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili olan p tane maddeyi bir araya getirerek daha az sayıda ve birbirleriyle kavramsal olarak anlamlı yeni maddeler elde etmeyi amaçlayan bir istatistiksel yöntemdir. Keşfedici (açımlayıcı) ve doğrulayıcı olmak üzere iki tür faktör analizi türü vardır (Büyüköztürk, 2016: 132). Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliği, keşfedici faktör analizi (KFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile tetkik edilmiştir.

Keşfedici faktör analizi (KFA) gözlenen değişkenleri tanımlamak, bu değişkenleri özetlemek, yönetilebilir ve üzerinde çalışabilir durumda faktörleri belirlemek için yapılır. Başka bir ifade ile KFA; değişkenlerin hangi faktör altında toplanacağını keşfedebilmek için yapılmaktadır. KFA'nın uygulanabilmesi için bazı şartların olduğunun kontrolü

gerekmektedir. KFA, tüm veriler için uygunluk göstermiş olmayabilir. Verilerin, faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Küresellik testi ile incelenebilir. KMO katsayısı, veri matrisinin faktör analizi için uygunluğunun olup olmadığını ve veri yapısının faktör çıkarma için olan uygunluğu hakkında bilgi verir. Faktörleştirilebilmek için KMO'nun 0,60'dan büyük çıkması istenir. Barlett testi, değişkenler arasında ilişki olup olmadığını kısmi korelasyonlar esasında inceler. Hesaplanan ki-kare testinin anlamlı çıkması, veri matrisinin uygun olduğunun bir belirtisidir. Yapılan test sonuçlarının anlamlı çıkması puanların normalliğinin de bir kanıtı olarak gösterilebilir (Büyüköztürk, 2016: 136). Örneklem büyüklüğü 350 ve üzerinde ise faktör yüklerinin en az 0,32'nin üzerinde olması istenmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 304).

Doğrulamalı faktör analizi(DFA), daha önce kullanılmış olan ölçeklerin orijinal yapısının toplanılan veri ile doğrulanıp doğrulanmadığının saptayabilmek için kullanılır (Gürbüz ve Şahin, 2015: 326).

Güvenilirlik, ölçüm sonuçlarında ölçülmek istenen kavramın tutarlı olarak ölçülebilmesi; ölçme aracıyla aynı koşullarda farklı zamanlarda tekrar edilen ölçümlerde benzer sonuçları vermesidir. Cronbach alfa değeri, ölçüm araçlarında maddelerin birbirleri ile tutarlı olup olmadığını ve maddelerin söz konusu olan kavramı ölçüp ölçmediğini tespit etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 155-157). Cronbach alfa katsayısı, ölçeğin güvenilirliğini ölçmede kullanılan en yaygın yöntemdir. Cronbach alfa değeri, 0,60 ile 0,80 arasında bir değer almışsa anket güvenilirirdir; 0,80 ile 1,00 arasında değerde ise anketin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu anlaşılır (Kalaycı, 2005; Alpar, 2011).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik analizleri SPSS 22 ve AMOS istatistiksel analiz paket programları ile analiz edilmiştir.

3.4.3.1. Entelektüel Sermaye Ölçeği

Ölçek maddeleri normalliği sağladıktan sonra Doğrulamalı Faktör Analizi ve Keşfedici Faktör Analizi yapılacağından dolayı maddelerin toplam korelasyon değerlerine bakılma ihtiyacı hissedilmiş ve bu doğrultuda madde toplam korelasyonları incelenmiştir. Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin güvenilirlik sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Entelektüel Sermaye Ölçeği Güvenirlik Analizi

Madde No	Toplam Madde Korelasyonu
1	0,790
2	0,769
3	0,849
4	0,840
5	0,837
6	0,819
7	0,813
8	0,784
9	0,824
10	0,715
11	0,692
12	0,763
13	0,777
14	0,762
Cronbach's Alpha: 0,963	

Tablo 10 değerlendirildiğinde, yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Entelektüel Sermaye Ölçeği iç tutarlılık Cronbach Alfa katsayısı 0,963 olarak bulunmuştur. İç tutarlılık katsayısı 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliği artmaktadır. Bu sonuç ölçeğin son derece güvenilir olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki tabloya göre, ölçek maddelerinin toplam korelasyon değerleri incelendiğinde tüm maddelerin toplam korelasyon değerleri 0,25'in üzerinde olduğu bulunmuştur. Korelasyon değerleri 0,25'in altında olduğunda ölçeğin güvenilirliği

düşürdüğünden dolayı ölçekten çıkarılmaktadır. Buna göre, ölçekteki maddelerin korelasyon değerlerinin oldukça yüksek olduğu bulunmuştur.

Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin alt boyutları ve keşfedici faktör analizi bulguları Tablo 11'de gösterilmiştir.

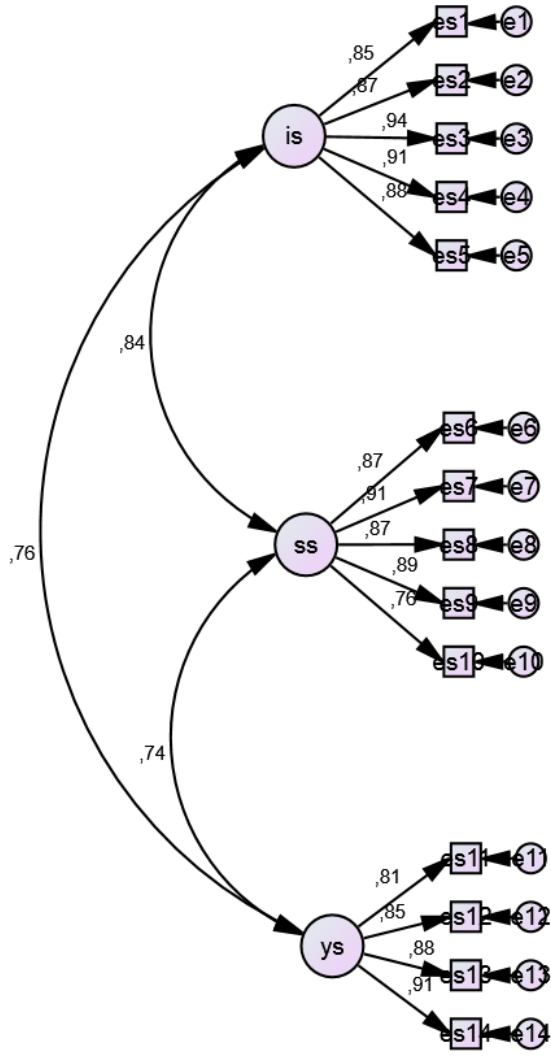
Tablo 11. Entelektüel Sermaye Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	İnsan Sermayesi	Sosyal Sermaye	Yapısal Sermaye
2.Çalışanlarımız genellikle sektörün en iyileri olarak kabul edilir.	0,862		
3.Çalışanlarımız yaratıcı ve zekidir.	0,810		
1.Çalışanlarımız son derece niteliklidir.	0,778		
4.Çalışanlarımız kendi iş alanlarının uzmanıdır.	0,757		
5.Çalışanlarımız yeni fikirler geliştirmekte ve bilgi üretmektedir.	0,704		
8.Çalışanlarımız şirketin diğer alanlarındaki çalışanlarla etkileşim kurar ve fikir alışverişi yapar.		0,797	
7.Çalışanlarımız bilgiyi paylaşır ve birbirlerinden öğrenir.		0,760	
10.Çalışanlarımız şirketin bir bölümündeki bilgiyi başka bir bölümde ortaya çıkan problem ve fırsatlar için kullanır.		0,757	
9.Çalışanlarımız çözüm üretmek için müşteriler, tedarikçiler, bağlı olunan ortaklar, vb. ile işbirliği içinde hareket eder.		0,755	
6.Çalışanlarımız problemleri belirleme ve çözmeye birbirleriyle işbirliği yapma becerisine sahiptir.		0,627	
14.Şirketimiz bilgisinin çoğunu yapı, sistem ve süreçlerine entegre etmiştir.			0,845
11.Şirketimiz bilgiyi elde tutmak için patent/lisans kullanır.			0,809
13.Şirket kültürümüz değerli fikirler ve iş yapma biçimleri üzerine kuruludur.			0,776
12.Şirketimize ait bilgilerin çoğu kayıt altındadır (yazılı, veritabanı, vb.).			0,757
KMO Bartlett Örneklem Yeterliliği: 0,951; Ki-Kare 5561,191; Sd 91; p<0,000			

Tablo 11 incelendiğinde, keşfedici faktör analizi yapabilmek için yapılan KMO Bartlett's Küresellik Testi sonucunda, KMO değeri 0,951 olarak bulunmuş Ki-kare değeri 5561,191 Sd 91 ve $p < 0,01$ olarak bulunmuştur.

Bu doğrultuda, veriler faktör analizi için uygun bulunmuştur. Ölçeğe Varimax Temel Bileşenler Analizi uygulanmıştır. Ölçekte maddelerin hiçbirinin faktör yükü 0,30'un altında bulunmamıştır. Ölçeğin 3 alt faktörünün olduğu bulunmuştur. Ölçekteki 1, 2, 3, 4, 5 nolu maddeler 'insan sermayesi' alt boyutu altında; 6, 7, 8, 9 ve 10 nolu maddeler 'sosyal sermaye' alt boyutu altında ve 11, 12, 13 ve 14 nolu maddeler 'yapısal sermaye' alt boyutu altında toplanmıştır. İnsan sermayesi alt boyutunun faktör yükleri 0,862 ile 0,764 arasında değişmekte; sosyal sermaye alt boyutunun faktör yükleri 0,797 ile 0,627 arasında değişmekte ve yapısal sermaye alt boyutunun faktör yükleri 0,845 ile 0,757 arasında değişmektedir.

Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin doğrulayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Şekil 5'te gösterilmiştir.



Şekil 5. Entelektüel Sermaye Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 12. Entelektüel Sermaye Ölçeği Modeli

CMIN/DF	CFI	NFI	RMSEA
4.285	0,956	0,944	0,093
<5	>0,90	>0,90	<0,80

Tablo 12'den izlenebileceği gibi, ölçeğin uyum değerlerine bakıldığında ölçütlere uygun olarak kabul edilebilir uyum gösterdiği ifade edilebilir (CMIN/DFI=4,285; RMSEA=0,093).

3.4.3.2. Girişimcilik Niyeti Ölçeği

Ölçek maddeleri normalliği sağladıktan sonra Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Keşfedici Faktör Analizi yapılacağından dolayı maddelerin toplam korelasyon değerlerine bakılma ihtiyacı hissedilmiş ve bu doğrultuda madde toplam korelasyonları incelenmiştir. Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nin güvenilirlik sonuçları Tablo 13'te yer almaktadır.

Tablo 13. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Güvenirlik Analizi

Madde No	Toplam Madde Korelasyonu
1	0,703
2	0,876
3	0,907
4	0,931
5	0,908
6	0,893
Cronbach's Alpha: 0,959	

Tablo 13'te yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Girişimcilik Niyeti Ölçeği iç tutarlılık Cronbach Alfa katsayısı 0,959 olarak bulunmuştur. İç tutarlılık katsayısı 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliği artmaktadır. Bu sonuç ölçeğin son derece güvenilir olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki tabloya göre, ölçek maddelerinin toplam korelasyon değerleri incelendiğinde tüm maddelerin toplam korelasyon değerleri 0,25'in üzerinde olduğu bulunmuştur. Korelasyon değerleri 0,25'in altında olduğunda ölçeğin güvenilirliği düşürdüğünden dolayı ölçekten çıkarılmaktadır. Buna göre, ölçekteki maddelerin korelasyon değerlerinin oldukça yüksek olduğu bulunmuştur.

Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nin alt boyutları ve keşfedici faktör analizi bulguları Tablo 14'te gösterilmiştir.

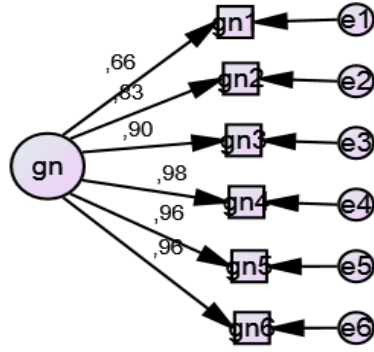
Tablo 14. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi

İfadeler	
4.Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım.	0,957
5.Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum.	0,942
3.Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.	0,939
6.Bir gün kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var.	0,932
2.Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	0,911
1.Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	0,778
KMO Bartlett Örneklem Yeterliliği: 00,887; Ki-Kare 3230,542; Sd 15 p<0,000	

Tablo 14'teki bilgilere göre, keşfedici faktör analizi yapabilmek için yapılan KMO Bartlett's Küresellik Testi sonucunda, KMO değeri 0,887 olarak bulunmuş Ki-kare değeri 3230,542 Sd 15 ve $p<0,01$ olarak bulunmuştur.

Bu doğrultuda, veriler faktör analizi için uygun bulunmuştur. Ölçeğe Varimax Temel Bileşenler Analizi uygulanmıştır. Ölçekte maddelerin hiçbirinin faktör yükü 0,30'un altında bulunmamıştır. Ölçeğin tek faktörlü bir yapıda olduğu bulunmuş ve alt boyutları oluşmamıştır. Ölçeğin faktör yüklerinin 0,957 ile 0,778 arasında olduğu bulunmuştur.

Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nin doğrulayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Şekil 6'da gösterilmiştir.



Şekil 6. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 15. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Modeli

CMIN/DF	CFI	NFI	RMSEA
3,965	0,900	0,988	0,307
<5	>0,90	>0,90	<0,80

Tablo 15 incelendiğinde, ölçeğin uyum değerlerine bakıldığında ölçütlere uygun olarak kabul edilebilir uyum gösterdiği ifade edilebilir (CMIN/DFI=3,965; RMSEA=0,307).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırma kapsamına alınan katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ilişkin bulgular, katılımcıların entelektüel sermayelerine ve girişimcilik niyetlerine ilişkin bulgular ile ölçekler arası ilişkilere yönelik olan bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaş, kıdem yılı ve aylık gelir gibi bağımsız değişkenlere ilişkin bilgiler sunulmuştur. Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine ilişkin bulgular Tablo 16’da verilmiştir.

4.1.1. Cinsiyete Göre Frekans Dağılımları

Tablo 16. Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Dağılım

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Kadın	110	28,8
Erkek	272	71,2
Toplam	382	100,0

Tablo 16’ya göre, katılımcıların % 71,2’si erkek iken % 28,8’i kadındır.

4.1.2. Medeni Duruma Göre Frekans Dağılımları

Araştırma kapsamına alınan katılımcıların medeni durumlarına ilişkin bulgular Tablo 17’de sunulmuştur.

Tablo 17. Katılımcıların Medeni Durumlarına İlişkin Dağılım

	Frekans (N)	Yüzde (%)
Evli	221	57,9
Bekâr	161	42,1
Toplam	382	100,0

Tablo 17 değerlendirildiğinde, katılımcıların medeni durumları değerlendirildiğinde, yarısından fazlasının (% 57,9) evli olduğu, % 42,1’inin ise bekâr olduğu bulunmuştur.

4.1.3. Eğitim Durumlarına Göre Frekans Dağılımları

Tablo 18. Katılımcıların Eğitim Durumlarına İlişkin Dağılım

	Frekans (N)	Yüzde (%)
İlkokul mezunu	12	3,1
Ortaokul mezunu	27	7,1
Lise mezunu	86	22,5
Ön lisans mezunu	65	17,0
Lisans mezunu	157	41,1
Lisansüstü mezunu	35	9,2
Toplam	382	100,0

Tablo 18 incelendiğinde katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, % 41,1’inin üniversite mezunu olduğu, bunu % 22,5 oran ile lise mezunu olanların takip ettiği bulunmuştur. Ön lisans mezunu olanların oranı % 17,0 iken lisansüstü mezunu olanların oranı

% 9,2'dir. Katılımcıların düşük bir oranı ortaokul mezunu (% 7,1) ve ilkokul mezunudur (% 3,1).

4.1.4. Yaş Gruplarına Göre Frekans Dağılımları

Tablo 19. Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Dağılım

	Frekans (N)	Yüzde (%)
25 yaş ve altı	55	14,4
26-30 yaş arası	136	35,6
31-36 yaş arası	108	28,3
37-42 yaş arası	50	13,1
43-48 yaş arası	23	6,0
49 yaş ve üstü	10	2,6
Toplam	382	100,0

Tablo 19'a göre, katılımcıların yaşları incelendiğinde, % 35,6'sının 26-30 yaş aralığında olduğu, % 28,3'ünün 31-36 yaş aralığında olduğu, % 14,4'ünün 25 yaş altında olduğu ve % 13,1'inin 37-42 yaş aralığında olduğu bulunmuştur. 43-48 yaş arası ve 49 yaş üstü katılımcıların yaşları oranlarının sırasıyla oldukça düşük olduğu bulunmuştur (% 6,0 % 2,6). Katılımcıların çoğunluğunun orta yetişkinlik döneminde olduğu ifade edilebilir.

4.1.5. Kıdem Yıllarına Göre Frekans Dağılımları

Tablo 20. Katılımcıların Kıdem Yıllarına İlişkin Dağılım

	Frekans (N)	Yüzde (%)
1 yıldan az	59	15,4
1-5 yıl	149	39,0
5-10 yıl	111	29,1
10-15 yıl	35	9,2
15-20 yıl	16	4,2
20 yıl ve üstü	12	3,1
Toplam	382	100,0

Tablo 20 değerlendirildiğinde, katılımcıların % 39,0'unun 1-5 yıldır kurumda çalıştığı, % 29,1'inin 5-10 yıldır çalıştığı, % 15,4'ünün 1 yıldan az çalıştığı, % 9,2'sinin 10-15 yıldır kurumda çalıştığı bulunmuştur. 15-20 yıldır ve 20 yıl ve üstü çalışanların oranlarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (% 4,2, % 3,1).

4.1.6. Gelir Durumlarına Göre Frekans Dağılımları

Tablo 21. Katılımcıların Aylık Gelirlerine İlişkin Dağılım

	Frekans (N)	Yüzde (%)
2000 TL ve altı	36	9,4
2001-4500 TL	242	63,4
4501-6000 TL	63	16,5
6001-8500 TL	41	10,7
Toplam	382	100,0

Tablo 21'e göre katılımcıların aylık gelirleri değerlendirildiğinde, çoğunluğunun (% 63,4) 2001-4500 TL gelire sahip olduğu bulunmuştur. Bunu % 16,5 oran ile 45001-6000 TL gelire ve % 10,7 oran ile 6001-8500 TL gelire sahip olanların izlediği bulunmuştur. 2000 TL ve altı aylık gelire sahip olanların oranının ise oldukça düşük olduğu görülmüştür (% 9,4).

4.2. Katılımcıların Entelektüel Sermayelerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların Entelektüel Sermaye Ölçeği'nden aldığı puanlar hakkında bilgi alınmak istenmiştir. Katılımcıların entelektüel sermayelerine ilişkin bulgular Tablo 22'de verilmiştir.

Tablo 22. Katılımcıların Entelektüel Sermayelerine İlişkin Betimsel İstatistikler

	N	Min.	Max.	Ort.	Ss
Entelektüel Sermaye	382	14,00	98,00	65,42	20,55
İnsan Sermayesi	382	5,00	35,00	22,97	7,75
Sosyal Sermaye	382	5,00	35,00	23,13	7,99
Yapısal Sermaye	382	4,00	28,00	19,31	6,83

Entelektüel Sermaye Ölçeği'nden alınabilecek puanlar 14 ile 98 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların ölçekten aldıkları puanlar Tablo 22'e göre, 98 puan üzerinden 14 ile 98 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların entelektüel sermaye puanlarının ortalaması 65,42 standart sapması da 20,55 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, katılımcıların entelektüel sermayelerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

İnsan sermayesi alt boyutundan alınabilecek puanlar 5 ile 35 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların bu boyuttan aldıkları puanlar 35 puan üzerinden 5 ile 35 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların insan sermayeleri puanları ortalaması 22,97 ve standart sapması 7,75 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, katılımcıların insan sermayelerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal sermaye alt boyutundan alınabilecek puanlar 5 ile 35 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların bu boyuttan aldıkları puanlar 35 puan üzerinden 5 ile 35 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların sosyal sermayelerine ilişkin puanları ortalaması 23,13 ve standart sapması 7,99 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, katılımcıların sosyal sermayelerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Yapısal sermaye alt boyutundan alınabilecek puanlar 4 ile 28 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların bu boyuttan aldıkları puanlar 28 puan üzerinden 4 ile 28 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların yapısal sermayelerine ilişkin puanları ortalaması 19,31 ve standart sapması 6,83 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, katılımcıların yapısal sermayelerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 23. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin T-Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	t	p
Entelektüel Sermaye	Kadın	110	69,78	17,93	2,858	0,005*
	Erkek	272	63,65	21,30		
İnsan Sermayesi	Kadın	110	24,50	6,91	2,613	0,010*
	Erkek	272	22,36	8,00		
Sosyal Sermaye	Kadın	110	25,06	6,78	3,303	0,001*
	Erkek	272	22,35	8,32		
Yapısal Sermaye	Kadın	110	20,21	6,08	1,763	0,079
	Erkek	272	18,94	7,10		

$p < 0,05$

Tablo 23 incelendiğinde, kadınların entelektüel sermaye puanları ortalaması 69,78 erkeklerin 63,65 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetlerine göre entelektüel sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre, kadınların entelektüel sermaye düzeylerinin erkeklerden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Kadınların insan sermayesi puanları ortalaması 24,50 erkeklerin 22,36 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetlerine göre insan sermayesi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre, kadınların insan sermayesi düzeylerinin erkeklerden yüksek olduğu söylenebilir.

Kadınların sosyal sermaye puanları ortalaması 25,06 erkeklerin 22,35 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre, kadınların sosyal sermaye düzeylerinin erkeklerden yüksek olduğu söylenebilir.

Kadınların yapısal sermaye puanları ortalaması 20,21 erkeklerin 18,94 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetlerine göre yapısal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$). Buna göre, kadınların ve erkeklerin yapısal sermaye düzeylerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 24. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin T-Testi Sonuçları

	Medeni Durum	N	Ort.	Ss	t	p
Entelektüel Sermaye	Evli	221	63,42	21,67	-2,289	0,023*
	Bekâr	161	68,16	18,63		
İnsan Sermayesi	Evli	221	22,23	8,21	-2,268	0,024*
	Bekâr	161	24,00	6,98		
Sosyal Sermaye	Evli	221	22,31	8,21	-2,283	0,018
	Bekar	161	24,25	7,57		
Yapısal Sermaye	Evli	221	18,87	7,11	-1,478	0,140
	Bekâr	161	19,90	6,42		

p<0,05

Tablo 24 değerlendirildiğinde, evlilerin entelektüel sermaye puanları ortalaması 63,42 bekârların 68,16 olarak bulunmuştur. Katılımcıların medeni durumlarına göre entelektüel sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Buna göre, bekârların entelektüel sermaye düzeylerinin evlilerden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Evlilerin insan sermayesi puanları ortalaması 22,23 bekârların 24,00 olarak bulunmuştur. Katılımcıların medeni durumlarına göre insan sermayesi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Buna göre, bekârların insan sermayesi düzeylerinin evlilerden yüksek olduğu söylenebilir.

Evlilerin sosyal sermaye puanları ortalaması 22,31 bekârların 24,25 olarak bulunmuştur. Katılımcıların medeni durumlarına göre sosyal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Buna göre, bekârların sosyal sermaye düzeylerinin evlilerden yüksek olduğu söylenebilir.

Evlilerin yapısal sermaye puanları ortalaması 18,87 bekârların 19,90 olarak bulunmuştur. Katılımcıların medeni durumlarına göre yapısal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (p>0,05). Buna göre, evlilerin ve bekârların yapısal sermaye düzeylerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Entelektüel Sermaye	Gruplar arası	2386,684	5	477,337	1,132	0,343
	Gruplar içi	158588,460	376	421,778		
İnsan Sermayesi	Gruplar arası	116,193	5	23,239	0,383	0,861
	Gruplar içi	22822,595	376	60,698		
Sosyal Sermaye	Gruplar arası	762,904	5	152,581	2,431	0,035*
	Gruplar içi	23599,287	376	62,764		
Yapısal Sermaye	Gruplar arası	281,388	5	56,278	1.206	0,305
	Gruplar içi	17540,542	376	46,650		

p<0,05

Tablo 25'teki bilgiler değerlendirildiğinde, eğitim durumu gruplarına göre entelektüel sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 477,337 gruplar içi kareler ortalaması 421,778 olarak bulunmuştur. Katılımcıların eğitim durumlarına göre entelektüel sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$). Buna göre, eğitim durumlarına göre katılımcıların entelektüel sermaye düzeylerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Eğitim durumu gruplarına göre insan sermayesine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 23,239 gruplar içi kareler ortalaması 60,698 bulunmuştur. Katılımcıların eğitim durumlarına göre insan sermayesi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$). Buna göre, eğitim durumlarına göre katılımcıların insan sermayesi düzeylerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Eğitim durumu gruplarına göre sosyal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 152,581 gruplar içi kareler ortalaması 62,764 olarak bulunmuştur. Katılımcıların eğitim durumlarına göre sosyal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, ilkökul mezunu olanlar ile lise mezunu olanlar ve lise mezunu olanlar ile lisansüstü mezunlar arasında anlamlı fark bulunmuştur (Tablo 26). Buna göre, lise mezunu

olanların ilkokul mezunlarına göre sosyal sermaye düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, lisansüstü mezunu olanların da lise mezunlara göre sosyal sermayelerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Eğitim durumu gruplarına göre yapısal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 56,278 gruplar içi kareler ortalaması 46,650 olarak bulunmuştur. Katılımcıların eğitim durumlarına göre yapısal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$). Buna göre, eğitim durumlarına göre katılımcıların yapısal sermaye düzeylerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 26. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	Eğitim Durumu	Ortalama Farklar	Sh	p
Sosyal Sermaye	İlkokul mezunu	Lise mezunu	-5,74	2,44	0,017*
	Lise mezunu	Lisansüstü mezunu	-3,99	2,58	0,012*

$p<0,05$

Katılımcıların yaşlarına göre entelektüel sermayelerine ilişkin bulgular Tablo 27'de verilmiştir.

Tablo 27. Katılımcıların Yaşlarına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Yaş	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Entelektüel Sermaye	Gruplar arası	6765,872	5	1353,174	3,299	0,006*
	Gruplar içi	154209,272	376	410,131		
İnsan Sermayesi	Gruplar arası	975,039	5	195,008	3,338	0,006*
	Gruplar içi	21963,749	376	58,414		
Sosyal Sermaye	Gruplar arası	915,085	5	183,017	2,935	0,013*
	Gruplar içi	23447,106	376	62,359		
Yapısal Sermaye	Gruplar arası	630,796	5	126,159	2,759	0,018*
	Gruplar içi	17191,133	376	45,721		

p<0,05

Tablo 27'deki bilgiler incelendiğinde, yaş gruplarına göre entelektüel sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 1353,174 gruplar içi kareler ortalaması 410,131 olarak bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre entelektüel sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 31-36 yaş grubu ile 37-42 ve 49 yaş ve üstü grup arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 28). Buna göre, 37-42 yaş grubu ve 49 yaş ve üstü grubun entelektüel sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Yaş gruplarına göre insan sermayesine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 195,008 gruplar içi kareler ortalaması 58,414 bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre insan sermayesi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 31-36 yaş grubu ile 37-42 ve 49 yaş ve üstü grup arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 28). Buna göre, 37-42 yaş grubu ve 49 yaş ve üstü grubun insan sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Yaş gruplarına göre sosyal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 183,017 gruplar içi kareler ortalaması 62,359 olarak bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre sosyal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında

anlamli fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 31-36 yaş grubu ile 49 yaş ve üstü grup arasında anlamli fark tespit edilmiştir (Tablo 28). Buna göre, 49 yaş ve üstü grubun insan sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Yaş gruplarına göre yapısal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 126,159 gruplar içi kareler ortalaması 45,721 olarak bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre yapısal sermaye düzeyleri arasında anlamli bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Hangi gruplar arasında anlamli fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 31-36 yaş grubu ile 37-42 ve 49 yaş ve üstü grup arasında anlamli fark tespit edilmiştir (Tablo 28). Buna göre, 37-42 yaş grubu ve 49 yaş ve üstü grubun yapısal sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 28. Katılımcıların Yaşlarına Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları

	Yaş	Yaş	Ortalama Farklar	Sh	p
Entelektüel Sermaye	31-36 yaş	37-42 yaş	-10,67	3,46	0,027*
	31-36 yaş	49 yaş ve st	-20,43	6,69	0,029*
İnsan Sermayesi	31-36 yaş	37-42 yaş	-4,00	1,30	0,028*
	31-36 yaş	49 yaş ve st	-7,58	2,52	0,034*
Sosyal Sermaye	31-36 yaş	49 yaş ve st	-7,20	2,61	0,050*
Yapısal Sermaye	31-36 yaş	37-42 yaş	-3,30	1,15	0,050*
	31-36 yaş	49 yaş ve üstü	-5,64	2,23	0,012*

$p<0,05$

Katılımcıların kıdem yılına göre entelektüel sermayelerine ilişkin bulgular Tablo 29'da verilmiştir.

Tablo 29. Katılımcıların Kıdem Yılına Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Kıdem Yılı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Entelektüel Sermaye	Gruplar arası	5161,228	5	1032,246	2,491	0.031*
	Gruplar içi	155813,916	376	414,399		
İnsan Sermayesi	Gruplar arası	1005,046	5	201,009	3,446	0,005*
	Gruplar içi	21933,742	376	58,334		
Sosyal Sermaye	Gruplar arası	359,417	5	71,883	1,126	0,346
	Gruplar içi	24002,774	376	63,837		
Yapısal Sermaye	Gruplar arası	567,188	5	113,438	2,472	0,032*
	Gruplar içi	17254,741	376	45,890		

p<0,05

Tablo 29 değerlendirildiğinde, kıdem yılı gruplarına göre entelektüel sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 1032,246 gruplar içi kareler ortalaması 414,399 olarak bulunmuştur. Katılımcıların kıdem yılına göre entelektüel sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 5-10 yıl arası kıdeme sahip olanlar ile 20 yıl ve üstü kıdeme sahip grup arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 30). Buna göre, 20 yıl ve üstü kıdem sahip olanların 5-10 yıl kıdem sahip olanlara göre entelektüel sermayelerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Kıdem yılı gruplarına göre insan sermayesine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 201,009 gruplar içi kareler ortalaması 58,334 olarak bulunmuştur. Katılımcıların kıdem yılına göre insan sermayesi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 1 yıldan daha az kıdeme sahip olanlar ile 1-5 yıl kıdeme sahip olanlar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 30). Buna göre, 1-5 yıl kıdeme sahip olanların insan sermayelerinin 1 yıldan daha az kıdeme sahip olanlardan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Kıdem yılı gruplarına göre sosyal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 71,883 gruplar içi kareler ortalaması 63,837 olarak bulunmuştur. Katılımcıların kıdem yılına

göre sosyal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$). Katılımcıların kıdem yılına göre sosyal sermaye düzeylerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Kıdem yılı gruplarına göre yapısal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 113,438 gruplar içi kareler ortalaması 45,890 olarak bulunmuştur. Katılımcıların kıdem yılına göre yapısal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 5-10 yıl kıdeme sahip olanlar ile 10-15 yıl ve 20 yıl ve üstü kıdeme sahip olanlar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 30). Buna göre, 10-15 yıl ve 20 yıl ve üstü kıdeme sahip olanların yapısal sermayelerinin 5-10 yıl kıdeme sahip olanlardan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 30. Katılımcıların Kıdem Yılına Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması
Tukey Testi Sonuçları

	Kıdem Yılı	Kıdem Yılı	Ortalama Farklar	Sh	p
Entelektüel Sermaye	5-10 yıl	20 yıl ve üstü	-15,65	6,18	0,011*
İnsan Sermayesi	1 yıldan az	1-5 yıl	-3,13	1,17	0,008*
Yapısal Sermaye	5-10 yıl	10-15 yıl	-3,47	1,31	0,008*
	5-10 yıl	20 yıl ve üstü	-4,85	2,05	0,017*

$p<0,05$

Katılımcıların aylık gelirlerine göre entelektüel sermayelerine ilişkin bulgular Tablo 31'de verilmiştir.

Tablo 31. Katılımcıların Aylık Gelirlerine Göre Entelektüel Sermayelerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Aylık Gelir	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Entelektüel Sermaye	Gruplar arası	5641,785	3	1880,595	4,576	0,004*
	Gruplar içi	155333,359	378	410,935		
İnsan Sermayesi	Gruplar arası	771,265	3	257,088	4,384	0,005*
	Gruplar içi	22167,523	378	58,644		
Sosyal Sermaye	Gruplar arası	568,729	3	189,576	3,012	0,030*
	Gruplar içi	23793,462	378	62,946		
Yapısal Sermaye	Gruplar arası	582,724	3	194,241	4,259	0,006*
	Gruplar içi	17239,205	378	45,606		

p<0,05

Tablo 31’den görülebileceği gibi, aylık gelir gruplarına göre entelektüel sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 1880,595 gruplar içi kareler ortalaması 410,935 olarak bulunmuştur. Katılımcıların aylık gelirlerine göre entelektüel sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi’ne göre, 4501-6000 TL arası gelire sahip olanlar ile 6001-8500 TL arası gelire sahip olanlar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 32). Buna göre, 6001-8500 TL gelire sahip olanların entelektüel sermayelerinin 4501-6000 TL gelire sahip olanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Aylık gelir gruplarına göre insan sermayesine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 257,088 gruplar içi kareler ortalaması 58,644 olarak bulunmuştur. Katılımcıların aylık gelirlerine göre insan sermayesi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi’ne göre, 4501-6000 TL arası gelire sahip olanlar ile 6001-8500 TL arası gelire sahip olanlar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 32). Buna göre, 6001-8500 TL gelire sahip olanların insan sermayelerinin 4501-6000 TL gelire sahip olanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Aylık gelir gruplarına göre sosyal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 189,576 gruplar içi kareler ortalaması 62,946 olarak bulunmuştur. Katılımcıların aylık gelirlerine göre sosyal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 4501-6000 TL arası gelire sahip olanlar ile 6001-8500 TL arası gelire sahip olanlar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 32). Buna göre, 6001-8500 TL gelire sahip olanların sosyal sermayelerinin 4501-6000 TL gelire sahip olanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Aylık gelir gruplarına göre yapısal sermayeye ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 194,241 gruplar içi kareler ortalaması 45,606 olarak bulunmuştur. Katılımcıların aylık gelirlerine göre yapısal sermaye düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi'ne göre, 2000 TL ve altı aylık gelire sahip olanlar ile 4501-6000 TL gelire sahip olanlar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 32). Buna göre, 4501-6000 TL gelire sahip olanların yapısal sermayelerinin 2000 TL ve altı gelire sahip olanlardan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 32. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Entelektüel Sermayelerinin Karşılaştırılması
Tukey Testi Sonuçları

	Aylık Gelir	Aylık Gelir	Ortalama Farklar	Sh	p
Entelektüel Sermaye	4501-6000 TL	6001-8500 TL	-12,13	4,06	0,016*
İnsan Sermayesi	4501-6000 TL	6001-8500 TL	-4,54	1,53	0,017*
Sosyal Sermaye	4501-6000 TL	6001-8500 TL	-4,18	1,59	0,044*
Yapısal Sermaye	2000 TL ve altı	4501-6000 TL	-4,57	1,41	0,007*

$p<0,05$

4.3. Katılımcıların Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nden aldığı puanlar hakkında bilgi alınmak istenmiştir. Katılımcıların girişimcilik niyetlerine ilişkin bulgular Tablo 33'te verilmiştir.

Tablo 33. Katılımcıların Girişimcilik Niyetine İlişkin Betimsel İstatistikler

	N	Min.	Max.	Ort.	Ss
Girişimcilik Niyeti	382	6,0	42,0	30,14	10,21

Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nden alınabilecek puanlar 6 ile 42 puan arasında değişmektedir. Tablo 33'e göre, katılımcıların ölçekten aldıkları puanlar 42 puan üzerinden 6 ile 42 puan arasında değişmektedir. Katılımcıların girişimcilik niyeti puanlarının ortalaması 30,14 standart sapması da 10,21 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, katılımcıların girişimcilik niyetlerinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 34. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin T-Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	t	p
Girişimcilik Niyeti	Kadın	110	30,40	9,32	0,322	0,747
	Erkek	272	30,03	10,56		

$p < 0,05$

Tablo 34 incelendiğinde, kadınların girişimcilik niyeti puanları ortalaması 30,40 erkeklerin 30,03 olarak bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetlerine göre girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$). Buna göre, kadınların ve erkeklerin girişimcilik niyetlerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 35. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Girişimcilik Niyetine İlişkin T-Testi Sonuçları

	Medeni Durum	N	Ort.	Ss	t	p
Girişimcilik Niyeti	Evli	221	29,02	10,65	-2,581	0,010*
	Bekâr	161	31,68	9,40		

p<0,05

Tablo 35 değerlendirildiğinde, evlilerin girişimcilik niyeti puanları ortalaması 29,02 bekârların 31,68 olarak bulunmuştur. Katılımcıların medeni durumlarına göre girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Buna göre, bekârların girişimcilik niyetlerinin evlilerden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 36. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Girişimcilik Niyeti	Gruplar arası	1613,907	5	322,781	3,182	0,008*
	Gruplar içi	38147,175	376	101,455		

p<0,05

Tablo 36'daki bilgiler değerlendirildiğinde, eğitim durumu gruplarına göre girişimcilik niyetine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 322,781 gruplar içi kareler ortalaması 101,455 olarak bulunmuştur. Katılımcıların eğitim durumlarına göre girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Testi sonuçlarına göre, ortaokul mezunu olanlar ile lisansüstü mezunu olanlar arasında anlamlı farklılık saptanmıştır (Tablo 37). Buna göre, lisansüstü mezunu olanların ortaokul mezunu olanlara göre girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 37. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Girişimcilik Niyetlerinin Karşılaştırılması
Tukey Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	Eğitim Durumu	Ortalama Farklar	Sh	p
Girişimcilik Niyeti	Ortaokul mezunu	Lisansüstü mezunu	-7,61	2,57	0,039*

p<0,05

Katılımcıların yaşlarına göre girişimcilik niyetlerine ilişkin bulgular Tablo 38’de verilmiştir.

Tablo 38. Katılımcıların Yaşlarına Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Yaş	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Girişimcilik Niyeti	Gruplar arası	2391,069	5	478,214	4,812	0,000*
	Gruplar içi	37370,012	376	99,388		

p<0,05

Tablo 38’deki bilgiler incelendiğinde, yaş gruplarına göre girişimcilik niyetine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 478,214 gruplar içi kareler ortalaması 99,388 olarak bulunmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunu belirlemek için yapılan Tukey Testi’ne göre, 25 yaş altı ile 31-36 yaş grubu arasında ve 31-36 yaş arası ve 49 yaş ve üstü arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 39). Buna göre, 31-36 yaş grubunun girişimcilik niyetlerinin 25 yaş altından; 49 yaş ve üstünün de 31-36 yaş grubundan girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 39. Katılımcıların Yaşlarına Göre Girişimcilik Niyetlerinin Karşılaştırılması Tukey Testi Sonuçları

	Yaş	Yaş	Ortalama Farklar	Sh	p
Girişimcilik Niyeti	25 yaş ve altı	31-36 yaş arası	-6,06	1,65	0,004*
	31-36 yaş arası	49 yaş ve üstü	-10,50	3,29	0,019*

p<0,05

Katılımcıların kıdem yılına göre girişimcilik niyetlerine ilişkin bulgular Tablo 40'ta verilmiştir.

Tablo 40. Katılımcıların Kıdem Yılına Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Kıdem Yılı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Girişimcilik Niyeti	Gruplar arası	832,302	5	166,460	1,608	0,157
	Gruplar içi	38928,779	376	103,534		

p<0,05

Tablo 40 değerlendirildiğinde, kıdem yılı gruplarına göre girişimcilik niyetine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 166,460 gruplar içi kareler ortalaması 103,534 olarak bulunmuştur. Katılımcıların kıdem yılına göre girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (p>0,05). Katılımcıların kıdem yılına göre girişimcilik niyetlerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 41. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Girişimcilik Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Kıdem Yılı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Girişimcilik Niyeti	Gruplar arası	297,243	3	99,081	0,949	0,417
	Gruplar içi	39463,839	378	104,402		

$p < 0,05$

Tablo 41'den bilgilerden görülebileceği gibi aylık gelir gruplarına göre girişimcilik niyetine ilişkin gruplar arası kareler ortalaması 99,081 gruplar içi kareler ortalaması 104,402 olarak bulunmuştur. Katılımcıların aylık gelirine göre girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$). Katılımcıların aylık gelirine göre girişimcilik niyetlerinin birbirine benzer olduğu söylenebilir.

4.4. Katılımcıların Entelektüel Sermayeleri İle Girişimcilik Niyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

4.4.1. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi

Araştırmaya katılanların ölçeklerden aldığı puanlar karşılaştırılmak istenmiş ve bu doğrultuda elde edilen veriler açıklanmaya çalışılmış ve bulgular Tablo 42’de verilmiştir.

Tablo 42. Katılımcıların Entelektüel Sermayeleri İle Girişimcilik Niyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Testi Sonuçları

	1	2	3	4	5
Entelektüel Sermaye	1	0,924*	0,925*	0,876*	0,384*
İnsan Sermayesi		1	0,797*	0,710*	0,299*
Sosyal Sermaye			1	0,708*	0,355*
Yapısal Sermaye				1	0,402*
Girişimcilik Niyeti					1

*p<0,05

Tablo 42’e göre, katılımcıların entelektüel sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r=0,384$; $p<0,05$). Buna göre, katılımcıların entelektüel sermayeleri arttıkça girişimcilik niyetlerinin de artacağı söylenebilir. Katılımcıların insan sermayeleri ve sosyal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif düşük düzeyde ($r=0,299$; $p<0,05$; $r=0,355$; $p<0,05$); yapısal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif orta düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r=0,402$; $p<0,05$). Katılımcıların insan sermayeleri, sosyal sermayeleri ve yapısal sermayeleri arttıkça girişimcilik niyetlerinin de artacağı ifade edilebilir.

4.4.2. Değişkenler Arası Regresyon Analizi

Entelektüel sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi araştırılmak istenmiş ve bu doğrultuda elde edilen bulgular Tablo 43’te verilmiştir.

Tablo 43. Katılımcıların Entelektüel Sermayelerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Testi Sonuçları

Model	B	Sh	Beta	T	p	Tolerans	VIF	R	R ²
Entelektüel Sermaye	0,191	0,024	0,384	8,116	0,000*	1,000	1,000	0,384	0,148
İnsan Sermayesi	0,393	0,064	0,299	6,099	0,000*	1,000	1,000	0,299	0,089
Sosyal Sermaye	0,453	0,061	0,355	7,397	0,000*	1,000	1,000	0,355	0,126
Yapısal Sermaye	0,600	0,070	0,402	8,549	0,000*	1,000	1,000	0,402	0,161

p<0,05

Tablodaki bilgilere göre, katılımcıların entelektüel sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir (r=0,384; p<0,05). Entelektüel sermayenin girişimcilik niyetinin % 14,8'ini açıkladığı tespit edilmiştir (R²=0,148). Katılımcıların insan sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir (r=0,299; p<0,05). İnsan sermayenin girişimcilik niyetinin % 8,9'unu açıkladığı bulunmuştur. Katılımcıların sosyal sermayeleri girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir (r=0,355; p<0,05). Sosyal sermayenin girişimcilik niyetinin % 12,6'sını açıkladığı bulunmuştur. Katılımcıların yapısal sermayeleri girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir (r=0,402; p<0,05). Yapısal sermayenin girişimcilik niyetinin % 16,1'ini açıkladığı tespit edilmiştir.

4.5. Araştırma Hipotez Testleri Tablosu

Araştırma hipotezlerinin kabul ve red durumlarına ilişkin bulgular Tablo 44'te verilmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan ana hipotez ve alt hipotezler olmak üzere 22 hipotezin 16'sı kabul edilirken 6'sı reddedilmiştir.

Tablo 44. Araştırmanın Ana ve Alt Hipotezlerinin Kabul/Ret Sonuçları

ARAŞTIRMANIN ANA HİPOTEZİ	KABUL /RET DURUMU
H ₁ : Çalışanların entelektüel sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.	Kabul
H _{1a} : Çalışanların insan sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.	Kabul
H _{1b} : Çalışanların sosyal sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.	Kabul
H _{1c} : Çalışanların yapısal sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir.	Kabul
ARAŞTIRMANIN ALT HİPOTEZLERİ	
H ₂ : Entelektüel sermaye çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Ret
H _{2a} : Entelektüel sermaye çalışanların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{2b} : Entelektüel sermaye çalışanların medeni durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{2c} : Entelektüel sermaye çalışanların eğitim durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Ret
H _{2d} : Entelektüel sermaye çalışanların yaşlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{2e} : Entelektüel sermaye çalışanların kıdemlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{2f} : Entelektüel sermaye çalışanların aylık gelirlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H ₃ : Girişimcilik niyeti çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Ret
H _{3a} : Girişimcilik niyeti çalışanların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Ret
H _{3b} : Girişimcilik niyeti çalışanların medeni durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{3c} : Girişimcilik niyeti çalışanların eğitim durumlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{3d} : Girişimcilik niyeti çalışanların yaşlarına göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Kabul
H _{3e} : Girişimcilik niyeti çalışanların kıdemlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Ret
H _{3f} : Girişimcilik niyeti çalışanların aylık gelirlerine göre anlamlı biçimde değişmektedir.	Ret
H ₄ : Çalışanların entelektüel sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H _{4a} : Çalışanların insan sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H _{4b} : Çalışanların sosyal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H _{4c} : Çalışanların yapısal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç

Küresel ekonomi açısından düşük işsizlik oranlarına sahip olmak için mümkün olduğunca girişimci hareketleri teşvik etmek gerekmektedir. Entelektüel sermayeye yatırım yapmak insan sermayesine, araştırma ve geliştirmeye, kurumsal kültür, bilgi sistemleri ve üretim süreçlerine yatırım yapmak anlamına gelmektedir. Girişimcilik için önemli olan modern şirketlerde yaratıcı fikirler yaratma durumu şirket içerisindeki grup tartışmalarından ve takım çalışmalarından gelmektedir. Bunun yanında, şirket çalışanlarının birbirleri ile olan ilişkileri, şirket ile müşterileri ve şirket ile ortakları arasındaki ilişkiler şirketin performansı ve genel başarısı için de oldukça önemlidir. Bunların tümü entelektüel sermayenin boyutları olan insan, yapısal ya da ilişkisel sermaye ile ilişkilidir (Maliqi, 2016: 48-49). Çalışanların entelektüel sermayelerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlayan bu araştırmada elde edilen sonuçlar özetlenerek aşağıda verilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların entelektüel sermayelerinin orta düzeyde olduğu saptanmıştır. Yine entelektüel sermaye boyutları açısından katılımcıların insan sermayelerinin, sosyal sermayelerinin ve yapısal sermayelerinin de orta düzeyde olduğu saptanmıştır.

Kadınların erkeklere göre entelektüel sermaye düzeylerinin daha yüksek olduğu; yine, kadınların insan sermayesi ve sosyal sermaye düzeylerinin erkeklerden yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda H_{2a} hipotezi doğrulanmıştır. Uyaroğlu (2019), Yıldız (2010) ile Zeghal ve Maaloul (2010)'un araştırma sonuçları da bu doğrultudadır. Konyalılar (2020) ve Şenel (2019)'in çalışmalarında cinsiyete göre entelektüel sermayenin farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Medeni duruma göre, bekârların entelektüel sermaye düzeylerinin evlilerden daha yüksek olduğu; yine bekârların insan sermayesi ve sosyal sermaye düzeylerinin evlilerden yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda H_{2b} hipotezi kabul edilmiştir. Konyalılar

(2020) yaptığı araştırmada medeni duruma göre entelektüel sermayenin farklılaşmadığını tespit etmiştir. Dolayısıyla, bu araştırma ile aynı doğrultuda değildir. Şenel (2019)'in araştırmasında ise evlilerin bekârlara göre müşteri sermayesi ve yapısal sermayelerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu farklılığın kaynağı örneklemelerin farklı seçilmesi olabilir.

Eğitim durumuna göre, lise mezunu olanların ilkökul mezunlarına göre sosyal sermaye düzeylerinin daha yüksek olduğu; benzer şekilde, lisansüstü mezunu olanların da lise mezunlarına göre sosyal sermayelerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Şenel (2019)'in araştırma bulguları da eğitim düzeyi yüksek olanların entelektüel sermayelerinin de yüksek olduğu yönündedir. Bu doğrultuda H_{2c} hipotezi reddedilmiştir. Konyalılar (2020)'in bulgularına göre, eğitim durumuna göre entelektüel sermaye boyutları farklılaşmamıştır. Yıldız (2010) ile Zeghal ve Maaloul (2010)'un araştırma sonuçları bu doğrultuda değildir. Bunun örneklem farklılığından kaynaklandığı söylenebilir.

Yaşa göre, 37-42 yaş grubu ve 49 yaş ve üstü grubun entelektüel sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu bulunmuştur. 37-42 yaş grubu ve 49 yaş ve üstü grubun insan sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu bulunmuştur. 49 yaş ve üstü grubun insan sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu ve 37-42 yaş grubu ve 49 yaş ve üstü grubun yapısal sermayelerinin 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda oluşturulan H_{2d} hipotezi kabul edilmiştir. Uyaroğlu (2019)'un araştırma bulguları bu bulguyu destekler niteliktedir. Şenel (2019)'in yaptığı araştırmada 46-50 yaş arası katılımcıların insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermayelerinin diğer yaş gruplarına daha yüksek olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla, bu araştırma ile aynı doğrultudadır. Konyalılar (2020)'in bulgularında yaşa göre entelektüel sermaye boyutları farklılaşmamıştır.

Kıdem yılı bakımından 20 yıl ve üstü kıdem sahip olanların 5-10 yıl kıdem sahip olanlara göre entelektüel sermayelerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. 1-5 yıl kıdeme sahip olanların insan sermayelerinin 1 yıldan daha az kıdeme sahip olanlardan daha yüksek olduğu; 10-15 yıl ve 20 yıl ve üstü kıdeme sahip olanların yapısal sermayelerinin 5-10 yıl kıdeme sahip olanlardan daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan H_{2e} hipotezi kabul edilmiştir. Uyaroğlu (2019)'un araştırma bulgularıyla aynı yöndedir. Şenel

(2019)'in çalışmasında da kıdem yılı daha yüksek olanların entelektüel sermaye boyutları diğer kıdem gruplarından yüksek bulunmuştur. Bu yönü ile araştırma bulguları ile aynı doğrultudadır. Konyalılar (2020)'ın araştırma bulgusuna göre kıdeme göre entelektüel sermaye boyutları farklılaşmamıştır.

6001-8500 TL gelire sahip olanların entelektüel sermayelerinin 4501-6000 TL gelire sahip olanlara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. 6001-8500 TL gelire sahip olanların insan sermayelerinin ve sosyal sermayelerinin 4501-6000 TL gelire sahip olanlara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. 4501-6000 TL gelire sahip olanların yapısal sermayelerinin 2000 TL ve altı gelire sahip olanlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda H_{2f} hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların girişimcilik niyetlerinin yüksek düzeyde olduğu bulunmuştur.

Cinsiyet değişkenine göre girişimcilik niyeti anlamlı farklılık göstermemiştir ve H_{3a} hipotezi reddedilmiştir. Literatürdeki Gül ve Seyrek (2017) ile Wang ve Wong (2004)'un araştırmaları da bu doğrultudadır. Oysaki Şeşen ve Basım (2012)'in araştırmasında erkeklerin kadınlara göre girişimcilik niyetlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Medeni durum değişkenine göre bekârların girişimcilik niyetlerinin evlilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bununla ilgili olarak H_{3b} hipotezi kabul edilmiştir. Oysaki Kâhya (2019)'nın çalışmasında evlilerin girişimcilik niyetlerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Bunda seçilen örneklemelerin farklı olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Eğitim durumu açısından lisansüstü mezunu olanların ortaokul mezunu olanlara göre girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bununla ilişkili H_{3c} hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç, Kâhya (2019), Gül ve Seyrek (2017) ile Wang ve Wong (2004)'un araştırmalarını destekler niteliktedir.

Yaşa göre değerlendirildiğinde, 31-36 yaş grubunun girişimcilik niyetlerinin 25 yaş altından; 49 yaş ve üstünün de 31-36 yaş grubundan daha yüksek olduğu bulunmuştur. Buna göre H_{3d} hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonucun Gül ve Seyrek (2017), Şeşen ve Basım (2012) ile Wang ve Wong (2004)'un araştırmaları ile aynı yönde olduğu söylenebilir.

Kıdeme göre girişimcilik niyeti anlamlı farklılık göstermemiştir ve H_{3e} hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuç Kristiansen ve Indarti (2004) araştırması ile aynı doğrultuda değildir ancak Kâhya (2019)'nın araştırmasında olduğu gibi gençlerin girişimcilik niyetlerinin fazla olması sonucu ile aynı yöndedir.

Aylık gelire göre girişimcilik niyeti anlamlı farklılık göstermemiştir ve H_{3f} hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuç Şeşen ve Basım (2012) ve Kristiansen ve Indarti (2004) araştırmaları ile aynı doğrultuda değildir. Bunda seçilen örneklemelerin farklı olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların entelektüel sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Katılımcıların entelektüel sermayeleri arttıkça girişimcilik niyetlerinin de artacağı saptanmıştır. Katılımcıların insan sermayeleri ve sosyal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif düşük düzeyde; yapısal sermayeleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif orta düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

Katılımcıların insan sermayeleri, sosyal sermayeleri ve yapısal sermayeleri arttıkça girişimcilik niyetlerinin de artacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, H₄, H_{4a}, H_{4b} ve H_{4c} hipotezleri kabul edilmiştir. Araştırma sonuçlarının literatürdeki diğer araştırmalarla uyumlu olduğu görülmektedir. Şirketler insan sermayesine yatırım yaparak yeni, yaratıcı ve yenilikçi fikirler oluşturma konusunda ileriye yönelik önemli adımlar atmaktadır. Şirket çalışanlarının işe bağlı olmalarında, destekleyici bir yapının olması için de yapısal sermaye ön plana çıkmaktadır. Girişimcilik niyetine sahip olanların pazara iyi ürün ve hizmetler sunmasında sosyal ilişkilerinin güçlü olması ve sosyal sermayelerinin iyi durumda olması son derece önemlidir (Bontis vd., 2000: 4; Bontis, 1998; Cabrita ve Bontis, 2008; Maliqi, 2016: 50-51; Roos vd., 1998; Ugalde vd., 2013: 45)

Katılımcıların entelektüel sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir. Entelektüel sermayenin girişimcilik niyetinin % 14,8'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Katılımcıların insan sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkilidir ve insan sermayesinin girişimcilik niyetinin % 8,9'unu açıkladığı bulunmuştur. Katılımcıların sosyal sermayeleri girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir ve sosyal sermayenin girişimcilik niyetinin % 12,6'sını açıkladığı bulunmuştur. Katılımcıların yapısal sermayeleri girişimcilik niyeti üzerinde

etkilidir ve yapısal sermayenin girişimcilik niyetinin % 16,1'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, H₁, H_{1a}, H_{1b} ve H_{1c} hipotezleri kabul edilmiştir.

Girişimcilik niyetini etkileyen temel faktör olarak entelektüel sermayeye yatırım yapmak şirketleri güçlü kılmaktadır. Harrison ve Sullivan (2006: 133) ülkelerin ve bölgelerin entelektüel sermayeyi nasıl tanımlayacakları, geliştirebilecekleri ve kullanacakları konusunda; şirketlerini, özellikle KOBİ'lerini bilgilendirdiklerini ve rehberlik ettiklerini ifade etmektedir. Bu da entelektüel sermaye ve boyutlarının girişimsel süreçler açısından önemini ortaya koymaktadır.



5.2. Öneriler

İnsan sermayesi, sosyal sermaye ve yapısal sermayeyi içeren entelektüel sermayenin organizasyonlara rekabet üstünlüğü sağlayan organizasyonel davranış ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Entelektüel sermaye işletme ve organizasyonlar için umut vaat eden yapılardır. Entelektüel sermaye girişimcilik niyetini de potansiyel olarak etkilemektedir. Günümüzde yönetici pozisyonunda olanların bu yapıları anlayabilmesi, gerektiği takdirde profesyonel bir destek olarak çalışanlarının olumlu ve güçlü yönlerinin keşfedilerek geliştirilmesi ve entelektüel sermayelerinin pozitif yönde hareket etmesiyle birlikte çalışanların performanslarının artması akabinde pek çok olumlu sonucu beraberinde getirecektir. Bu doğrultuda, araştırma sonuçları ile de uyumlu olmak üzere aşağıdaki gibi öneriler getirilebilir:

Katılımcıların entelektüel sermaye ve boyutlarının orta düzeyde bulunmasından hareketle, entelektüel sermayelerini artıracak biçimde teşvik edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yaşın artması entelektüel sermayeyi ve girişimcilik niyetini artırmaktadır. Gençlerin entelektüel sermaye donanımları ve girişimcilik niyetlerinin düşük olmasından hareketle, küresel piyasada genç nüfusa sahip olmanın rekabet avantajını organizasyonlara taşıyabilmeli ve bu kapsamda gençlerin entelektüel sermayeleri ve girişimcilik niyetleri desteklenmelidir.

Katılımcıların entelektüel sermayelerinin girişimcilik niyeti ile ilişkili olmasından dolayı, bilgiye dayalı ekonomik iyileşmenin sağlayacağı katkılara ek olarak entelektüel sermayeyi artırıcı nitelikte doğuştan gelen veya sonradan kazanılmış olan kişisel özellikleri geliştirmek için şartlar daha uygun hale getirilmelidir.

Katılımcıların entelektüel sermayeleri girişimcilik niyetleri üzerinde etkili bulunduğundan, çalışanların sahip olduğu entelektüel sermaye ve unsurları (insan, sosyal ve yapısal) birikimine dayalı olarak mal ve hizmet üretimindeki artışların gerçekleşmesi daha kolay olacağından üretkenliği isteklendiren araçlar kullanılmalıdır.

Çalışanların entelektüel birikim girdisi sonucu oluşan çıktıları işletmeler açısından maddi kaynaklara sahip olmaktan daha fazla kıymetli olacağı gözükmektedir. Buradan

hareketle işletmelerin kurumsal hale gelmesi halihazırda bulunan insan kaynaklarının yani çalışanlarının kreatif fikirlere açık olması, üretebilmesi ve kullanması ile mümkün olacaktır.

Sonraki yapılacak çalışmalarda, diğer sermaye boyutlarının girişimcilik ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi ele alınabilir. Ayrıca, farklı örneklerde ve farklı büyüklüklerde başka sektör ve üretim süreçlerinde çalışan katılımcılar üzerinde de gerçekleştirilebilir.

Gelecek çalışmalarda liderlik tarzları ve farklı liderlik tiplerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi irdelenebilir. Ayrıca çalışanların performanslarının da girişimcilik niyeti ile ilişkisi incelenebilir.



KAYNAKÇA

- Agostini, L., Nosella, A., and Filippini, R. (2017). Does intellectual capital allow improving innovation performance? A quantitative analysis in the SME context. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 400-418.
- Ağcasulu, H. (2017). Sosyal sermaye kuramı ve temel bakış açılarının karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(17), 114-129.
- Ajike, D., Goodluck, N. K., Hamed, A., Onyia, V. and Kwarbai, J. D. (2015). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the role of theory of planned behaviour. *International Journal of Advanced Research in Social Engineering and Development Strategies*, 3(1): 118-135.
- Akkaya, B. ve Balı, S. (2018). Entelektüel sermaye ölçümüne yönelik bazı yaklaşımlar, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(55), 1145-1161.
- Akmeşe, H. (2006). *Entellektüel Sermayenin Firma Piyasa Değeri Üzerine Etkisi ve İMKB'de İşlem Gören İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Alagöz, A. ve Özpeynirci, R. (2007). Bilgi toplumunda entelektüel varlıklar ve raporlanması, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(2), 167-184.
- Alpar, R. (2011). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altan, S., ve Özpehlivan, M. (2019). Bilişim sektöründe entelektüel sermaye, iş tatmini ve inovasyon yönlülük arasındaki ilişkinin incelenmesi: İstanbul ilinde bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 154-167.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. 10. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Aracıoğlu, B., Zalluhoğlu, A. E., Demirhan, D. ve Tatarlar, C. D. (2016). *Tüm boyutlarıyla girişimcilik*, İstanbul: Hümanist Yayınları.

- Aslanoğlu, S. ve Zor, İ. (2006). Bilgi varlıklarını değerlemesi: Entelektüel sermaye ölçüm ve değerleme modelleri; Karşılaştırmalı bir analiz, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 29,152-165.
- Atan, Ö., ve Tunçer, A. (2019). Entelektüel sermayenin işletme performansına etkileri üzerine bir araştırma. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 2(1), 71-100.
- Avşar, M. (2007). *Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*. Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Ay, G. ve Çelik, M. (2017). İşletmelerde sermaye kavramına yeni bir yaklaşım: Duygusal sermaye. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(3), 628-645.
DOI: 10.21547/jss.279968
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo kültürel bir perspektif, *T.C. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı: 15*, 139-160.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği 3(2), 133-147.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N., Keow W. C. and Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.
- Bontis, N. (2001). Assessing knowledge assets: A review of the models used to measure intellectual capital. *International Journal Of Management Review*, 3(1),41-60.
- Boyd, N. G. and Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.

- Bozkurt, Ö. Ç. (2014). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde öğrencilerin girişimci olma niyetlerinin incelenmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-47.
- Bramhandkar, A., Erickson, S. and Applebee, I. (2007). Intellectual capital and organizational performance: An empirical study of the pharmaceutical industry. *Electronic Journal of Knowledge Management*. 5(4), 357-362.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Veri analizi el kitabı*. (27. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (2. Baskı). Pegem Akademi: Ankara.
- Cabrita, M. R. and Bontis, N. (2008). Intellectual capital and business performance in Portuguese Banking Industry. *International Journal Technology Management*, 43(1-3), 212–237.
- Chang, W. S., and Hsieh, J. J. (2011). Intellectual capital and value creation–Is innovation capital a missing link?, *International Journal of Business and Management*, 6(2), 3-12.
- Chen, M.C., Cheng S.J., and Hwang, Y. (2005). An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firm' market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2): 159-176.
- Choong, K. K. (2009). intellectual capital: definitions, categorization and reporting models. *Journal of IntellectualCapital*, 9(4), 609-638.
- Corner, P. D. and Ho, M. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship, https://www.effectuation.org/wp-content/uploads/2017/05/Corner_et_al-2010-Entrepreneurship_Theory_and_Practice.pdf (25 Haziran 2019).
- Çelik, A. (2006). Bir istihdam politikası olarak girişimcilik. Kırgızistan –Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi (ss.467-476).
- Daou, A., Egide, K. and Su, Z. (2013). Intellectual capital in mexican smes from the perspective of the resource based and dynamic capabilities views. *The Journal of Applied Business Research*, 29(6), 1673-1688.

- Daum, J. H. (2001). Value drivers intangible assets – Do we need a new approach to financial and management accounting. A Blueprint for an Improved Management System, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.120.1553&rep=rep1&type=pdf> 1-24 (20 Şubat 2020).
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. RENT (Research in ENTrepreneurship) Conference (pp1-31). Italy.
- Duygulu, E. (2008). Algılanan kurumsal görünüm, proaktif kişilik özelliği ve iş kurma (girişimcilik) tutumu: dokuz eylül üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü öğrencileri üzerine bir inceleme, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 95-120.
- Ekim, N. (2017). *Entelektüel Sermayenin Finans Sektöründe Değer Yaratmadaki Rolü: Türk Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*, Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.
- Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından Kazakistan, *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı, Bahar Dönemi, 49, 59-82.
- Eren, E. ve Akpınar, S. (2004). Yapısal Sermayenin İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması, *Öneri Dergisi*, 6(22), 9-17.
- Erickson, G. Scott and Rothberg, N. Helen. (2009). Intellectual capital in business-to business markets, *Industrial Marketing Management*, 38(2):159-165 .
- Ertan, A. S. (2017). *Girişimciliği Etkileyen Faktörler: Çoklu Ülke Analizi*, Yüksek lisans tezi, T.C. Yaşar Üniversitesi, İzmir.
- Fidanbaş, Ö. (2017). *Entelektüel Sermayenin İşletmeye Katkısı ve Muhasebeleştirilmesi*, Yüksek lisans tezi, T.C. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Genç, A. K. (2018) *Entelektüel sermaye ve büyük ölçekli işletmelerin katma değerine etkisi: Türkiye’de bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Gerni, M., Nişancı, M., Çelik A. A. ve Yurttañıkılmaz, Z. Ç. (2013). Geçiş ekonomilerinde girişimciliğin ekonomik büyüme üzerine etkileri. *International conference on eurasian economies*, <https://www.avekon.org/papers/678.pdf> (19 Temmuz 2019).
- Goh, P. C. (2005). Intellectual capital performance of commercial banks in Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, 6(3), 385-396.
- Görmüş, A. Ş. (2009). Entelektüel sermaye ve insan kaynakları yönetiminin giderek artan önemi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 57-75.
- Gül, M. ve Seyrek, İ. (2017). Finansal okuryazarlık ve girişimcilik niyeti: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 103-118.
- Güner, H. (2010). *İstihdamın Arttırılmasında Girişimciliğin Önemi: Girişimcilik Destekleme Modeli Olarak İŞGEM'ler*, Yüksek lisans tezi, T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Güner, H. Ve Korkmaz, A. (2011). İstihdamın arttırılmasında girişimciliğin önemi: girişimcilik destekleme modeli olarak İŞGEM'LER, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 2(1), 42-65.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (2.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemler*. (4.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürkan, N. ve Çakmak, F. A. (2016). Örgütlerde kaynak bilgisinin girişimsel oryantasyon üzerindeki etkisi, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 2842-2866.
- Güven, B. ve Kaygın, E. (2015). Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler <https://www.academia.edu/37215124/Giri%C5%9Fimcilik> (20 Temmuz 2019).
- Harrison, S. and Sullivan Sr., P. H. (2006). *Einstein in the Boardroom: Moving Beyond Intellectual Capital to i-Stuff*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, US.

- Hormiga, E., Batista-Canino, R. M., and Sanchez-Medina, A. (2011). The role of intellectual capital in the success of new ventures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 71-92.
- Hsu, Y.-H and Fang, W. (2009). Intellectual capital and new product development performance: the mediating role of organizational learning capability, *Technological Forecasting & Social Change Journal*, 76(5), 664-677.
- Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*(1.Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalkan, A. (2011). Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14, 189-206.
- Kalyoncu, C. (2019). *Entelektüel Sermayenin Firma Değerine Etkisinin Ohlson ve Vaic Modelleri ile Sınanması: Bist 100 Üzerine Bir Uygulama*, Yüksek lisans tezi, T.C. Yalova Üniversitesi, Yalova.
- Karacaer, S. ve Aygün, M. (2009). Entelektüel sermayenin firma performansı üzerindeki etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 27(2), 127-140.
- Karadeniz, S. (2017). *Entelektüel Sermaye ve Örgüt Kültürünün Yenilik ve Firma Performansı Üzerindeki Etkileri*, Yüksek lisans tezi, T.C. Gebze Teknik Üniversitesi, Koceli.
- Kâhya, V. (2019). Psikolojik sermayenin girişimci olma eğilimine etkisi: KOSGEB girişimcilik eğitimine katılan kursiyerler üzerine bir araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 12 (18), 634-637.
- Kaya, S. (2017). *İşletmelerde Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetiminin İnovasyon Performansı ve Rekabet Avantajı Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi*, Doktora tezi, T.C. Haliç Üniversitesi, İstanbul.

- Keat, O. Yeng, Selvarajah, C. and Meyer, D. (2011). Inclination towards Entrepreneurship among University Students: An Empirical Study of Malaysian University Students. *International Journal of Business and Social Science*, 2 (4), 206-220.
- Konyalılar, N. (2020). *Entelektüel sermaye ve inovasyonun çalışan performansına etkisi: Havacılık sektörü örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Kristiansen, S. and Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian Students, *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(1),5-22.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., and Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Lee-Ross, D. (2017). An examination of the entrepreneurial intent of MBA students in Australia using the entrepreneurial intention questionnaire. *Journal of Management Development*, 36(9), 1180-1190.
- Leroy, H., Manigart, S., Meuleman, M., and Collewaert, V. (2015). Understanding the continuation of firm activities when entrepreneurs exit their firms: using theory of planned behavior. *Journal of Small Business Management*, 53(2), 400-415.
- Lev, B. (2001). Intangibles: management, measurement and reporting, Washington DC, Brookings Institution Press, *The International Journal of Accounting*, 36(4),501-503.
- Liebowitz, J. and Wright, K. (1999). Does measuring knowledge make ‘Cents’? *Expert Systems with Applications*, 17(2), 99-103.
- Linan, F. and Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

- Luthje, C. and Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Maes, J., Leroy, H., and Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: a tpb multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32, 784-794.
- Malebana, M. (2016). Does entrepreneurship education matter for the enhancement of entrepreneurial intention?. *Southern African Business Review*, 20, 365-387.
- Maliqi, F. (2016). *Entelektüel Sermayenin Girişimcilik Performansı Üzerindeki Etkisi: Kosova’daki KOBİ’ler İle İlgili Bir Araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Marcin, K. (2013). Intellectual capital as a key factor of socio-economic development of regions and countries, *Procedia Economics and Finance*, 6, 288–295.
- Marr, B., Schiuma, G. and Neely, A. (2004). Intellectual capital: Defining key performance indicators for organizational knowledge assets, *Business Process Management Journal*, 10(5), 551-569.
- McElroy, M. W., Engelen, Jo M.L. van and Jorna, J. Rene, (2006). Rethinking social capital theory: a knowledge management perspective. *Journal of Knowledge Management* 10(5), 124-136.
- Mcelroy, M.W. (2002). Social inovation capital. *Journal of Intellectual Capital* 3(1), 1-16.
- Mohamed, I. A. H. (2019). *Entelektüel Sermaye Yatırımı ve İnovasyon Üzerindeki Rolü: Ulusal Petrol Kurumuna Bağlı Libya Petrol Şirketlerinde Ampirik Bir Çalışma*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Mungan, S. (2013). *Kadın Girişimcilik Değerleri ile Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü*, Yüksek lisans tezi, T.C. Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Odabaşoğlu, Ş. (2016). *Havacılık İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Finansal Performansa Etkileri*, Doktora tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Oosterlinck, J. (2016). *The Influence of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior*, Unpublished master's dissertation, Unversiteit Gent Faculteit Economie en Bedrijfskunde, Belgium.
- Osadchy, E. A. and Akhmetshin E.M. (2015). The intellectual capital importance and the role of organizations against the backdrop of a crisis: innovation vector. *The Social Sciences*, 10(6), 1013-1020.
- Önce, G. A., Marangoz, M. ve Erboy, N. (2014), Ekonomik büyüme ve kalkınmada girişimciliğın rolü ve önemi, <http://avekon.org/papers/1041.pdf> (05.07.2019)
- Örnek, A. Ş. ve Ayas, S. (2015). Entelektüel sermaye ile yenilikçi iş davranışının işletme performansına etkisi: bilişim sektörü uygulaması, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 16(2),91-116.
- Öz, A. Ö. (2019). *Entelektüel Sermayenin İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Nevşehir İli Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Özbek, G. B. (2016). *Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve Performans Rasyolarına Etkisinin Analizi: BİST'de İşlem Gören İletişim Şirketleri Üzerine Bir Uygulama*, Yüksek lisans tezi, T.C. Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- Özdemir, B. & Taşcı, D. (2017). Entelektüel sermaye ölçęğinin geçerlik ve güvenilirliğinin testi: türkiye'nin ilk 1000 sanayi kuruluşu'nda ampirik bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 61, 363-372.
- Özilhan, A. (2018). *Dünyada Entelektüel Sermayenin Önemi ve Türkiye Uygulaması*, Yüksek lisans tezi, T.C. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

- Pamukçu, A. ve Akarçay Ö. A. (2014). Firma değerlemesinde entelektüel sermayenin yeri ve önemi, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(42), 69-87.
- Parpandel, D. E. (2013). The role of intellectual capital in knowledge-based society. *Management Strategies Journal*, 19(1), 47-52.
- Petty, R. ve Guthrie, J., (2000). Intellectual capital literature review, *Journal of Intellectual Capital*, 1(2), 155-176.
- Prester, J., Podrug, N., and Darabos, M. (2016). Four-component model of intellectual capital and its impact on process and product innovations. *In European Conference on Intellectual Capital* (pp.206-214). Academic Conferences International.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. C. and Edvinsson, L. (1998). *Intellectual capital: Navigating in the new business landscape*. 1st edition. New York University Press, New York.
- Sakur, R. (2019). *Entelektüel Sermaye ile Firmaların Finansal Performansları Arasındaki İlişki: Bist Sınai Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Uygulama*, doktora tezi T.C. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Schlaegel, C. and Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Sezer, C. (2013). Kariyer olarak girişimcilik ve girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin içerik analizi ile belirlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 49-60.
- Subramaniam, M. and Youndt, M. A. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), 450-463.
- Suyadal, M. (2019). *Entelektüel Sermaye, Finansal Performans ve Makroekonomik Faktörler: Dünya Bankaları Üzerine Ampirik Bir Uygulama*, T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Yüksek lisans tezi, Eskişehir.
- Suna, B. ve Yıldırım, İ. (2017). Otel işletmelerinde sosyal ağlar ve müşteri temini: Gaziantep ilinde bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(61), 661-675.

- Şahin, O. ve Alabay, M. N. (2011). KOBİlerde entelektüel sermayenin firma performansı üzerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2(14), 249-268.
- Şamiloğlu, F. (2006). Entelektüel sermaye: imkb'de hisse senetleri işlem gören bankalar Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 31,78-89.
- Şenel, M. S. (2019). *Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Entelektüel Sermayeye Etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28.
- Tan, K. (2007). İşlem maliyeti yaklaşımı'nın kültürel temelleri. *Yönetim Dergisi: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü*, 18(58),12-22.
- Türk Dil Kurumu (TDK), (2005). Girişimci.
<https://sozluk.gov.tr/>
- Top, S. (2011). MYO Öğrencilerinin gelecekteki girişimcilik kariyer niyetlerinin planlı davranış modeli kapsamında değerlendirilmesi, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 269-289.
- Tseng, C. Y. and James Goo, Y. J. (2005). Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: Empirical study of Taiwanese manufacturers, *R&D Management*, 35(2), 187-201.
- Tulunay, L. (2010). *Girişimciliği Etkileyen Faktörler ve Girişimci Profili: İstanbul-Kayseri-Van Örnekleri*, Yüksek lisans tezi, T.C. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Tung, L. C. (2011). *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of Engineering Students*, Unpublished doctoral dissertation, City University of Hong Kong, China.

- Uçkun, N. ve Girginer, N. (2012). Girişimciliği etkileyen faktörler: eskişehir organize sanayi bölgesindeki metal sektörü girişimcilerine yönelik bir uygulama, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(1), 97-112.
- Ugalde Binda, N., Balbastre Benavent, F., Canet Giner, M. T. and Escriba Carda, N. (2013). The role of intellectual capital and entrepreneurial characteristics as innovation drivers. *Innovar*, 24(53), 41–60.
- Uluçol, O. (2013). Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi: gölbaşı meslek yüksekokulu örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 349-372, Doi.org/10.14520/adyusbd.583.
- Uslan, B. (2019). *Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinin Planlanmış Davranışlar Teorisine Göre Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Uyaroğlu, M. M. (2019). *Entelektüel Sermaye ve Yetenek Yönetiminin İşletme Performansına Etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Uysal, B. ve Güney, S. (2016). Entrepreneurial intentions of turkish business students: an exploration using shapero's model. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 27-47.
- Wang, K.C., and Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24, 163–172.
- Yıldız, S. (2010) *Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yıldız, S. (2011). Entelektüel sermayenin işletme performansına etkisi: bankacılık sektöründe bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 11(3), 11–28.
- Yılmaz, O. (2015). *İlişkisel Sermaye, Yapısal Sermaye ve İnsan Sermayesinin Şirket Performansına Etkisi*, Yayınlanmamış doktora tezi, T.C. Gebze Teknik Üniversitesi, Gebze(Kocaeli).

- Youndt, M.A., Subramaniam, M. and Snell, S.A. (2004). Intellectual capital profiles: An examination of investments and return. *Journal of Management Studies*, 41, 335-362.
- Yörük, N. ve Erdem, N. S. (2008). Entelektüel sermaye ve unsurlarının, İMKB'de işlem gören otomotiv sektörü firmalarının finansal performansı üzerine etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 398-413.
- Yüceol, N. (2018). *Girişimcilik Eğitimi Alan Kişilerin Girişimci Kişilik Özellikleri Ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek lisans tezi, T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Yükser, B. (2017). *Dönüştürücü Liderliğin Rekabet Üstünlüğü ve Entelektüel Sermaye Performansı ile İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama*, Yüksek lisans tezi, T.C. Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Yüzüak, E. (2010). *Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Zeghal, D., and Maaloul, A. (2010). Analysing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance. *Journal of Intellectual Capital*, 11(1), 39-60.
- Zerenler, M., Hasiloğlu, S. B., and Sezgin, M. (2008). Intellectual capital and innovation performance: Empirical evidence in the Turkish automotive supplier. *Journal of Technology Management & Innovation*, 3(4), 31-40.
- Zhang, Y., Duijsters, G. M. and Cloudt, M. M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623-641.

EKLER

Ek 1. Anket Formu



Değerli Katılımcı,

Bu anket formu Hasan Kalyoncu Üniversitesi'nde yürütülmekte olan "**Entelektüel Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gaziantep'te Bir Alan Çalışması**" konulu yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Ankette yer alan sorulara vereceğiniz cevaplar araştırma adına önem teşkil etmektedir. Sorulara vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak ve sadece araştırmamızda veri olarak kullanılacaktır. Zaman ayırdığınız ve değerli görüşlerinizi paylaşma nezaketinde bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Merve AYDIN

Hasan Kalyoncu Üniversitesi HSBF, SBE, İşletme ABD

KİŞİSEL BİLGİLER

1. **Cinsiyet:** Kadın Erkek
2. **Medeni Durum:** Evli Bekâr
3. **Mezuniyet Durumu:** İlkokul Ortaokul Lise Ön lisans
Lisans Lisansüstü Doktora
4. **Yaş:** 25 yaş ve altı 26-30 yaş arası 31-36 yaş arası 37-42 yaş arası
43-48 yaş arası 49 yaş ve üstü
5. **Kıdem Yılı:** 1 yıldan az 1-5 yıl 5-10 yıl 10-15 yıl
15-20 yıl 20 yıl ve üstü
6. **Aylık Geliriniz:** 2000 TL ve altı 2001-4500 TL 4501-6000 TL 6001-8500 TL

Arka sayfaya geçiniz.



Bu anket formu Hasan Kalyoncu Üniversitesi'nde yürütülmekte olan "**Entelektüel Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gaziantep'te Bir Alan Çalışması**" konulu yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Ankette yer alan sorulara vereceğiniz cevaplar araştırma adına önem teşkil etmektedir. Sorulara vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak ve sadece araştırmamızda veri olarak kullanılacaktır. Zaman ayırdığınız ve değerli görüşlerinizi paylaşma nezaketinde bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Merve AYDIN

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İİSBF, SBE, İşletme ABD

	Aşağıda verilen ifadelere katılma derecenizi ilgili kutucuğa (X) işareti koyarak belirtiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz katılmıyorum	Kararsızım	Biraz katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.	Çalışanlarımız son derece niteliklidir.							
2.	Çalışanlarımız genellikle sektörün en iyileri olarak kabul edilir.							
3.	Çalışanlarımız yaratıcı ve zekidir.							
4.	Çalışanlarımız kendi iş alanlarının uzmanıdır.							
5.	Çalışanlarımız yeni fikirler geliştirmekte ve bilgi üretmektedir.							
6.	Çalışanlarımız problemleri belirleme ve çözmeye birbirleriyle işbirliği yapma becerisine sahiptir.							
7.	Çalışanlarımız bilgiyi paylaşır ve birbirlerinden öğrenir.							
8.	Çalışanlarımız şirketin diğer alanlarındaki çalışanlarla etkileşim kurar ve fikir alış veriş yapar.							
9.	Çalışanlarımız çözüm üretmek için müşteriler, tedarikçiler, bağlı olunan ortaklar, vb. ile işbirliği içinde hareket eder.							
10.	Çalışanlarımız şirketin bir bölümündeki bilgiyi başka bir bölümde ortaya çıkan problem ve fırsatlar için kullanır.							
11.	Şirketimiz bilgiyi elde tutmak için patent/lisans kullanır.							
12.	Şirketimize ait bilgilerin çoğu kayıt altındadır (yazılı, veritabanı, vb.).							
13.	Şirket kültürümüz değerli fikirler ve iş yapma biçimleri üzerine kuruludur.							
14.	Şirketimiz bilgisinin çoğunu yapı, sistem ve süreçlerine entegre etmiştir.							

Arka sayfaya geçiniz.



Bu anket formu Hasan Kalyoncu Üniversitesi'nde yürütülmekte olan "**Entelektüel Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gaziantep'te Bir Alan Çalışması**" konulu yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Ankette yer alan sorulara vereceğiniz cevaplar araştırma adına önem teşkil etmektedir. Sorulara vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak ve sadece araştırmamızda veri olarak kullanılacaktır. Zaman ayırdığınız ve değerli görüşlerinizi paylaşma nezaketinde bulunduğunuz için teşekkür ederim.






Merve AYDIN

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İİSBF, SBE, İşletme ABD

	Aşağıda verilen ifadelere katılma derecenizi ilgili kutucuğa (X) işareti koyarak belirtiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz katılmıyorum	Kararsızım	Biraz katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.	Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.							
2.	Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.							
3.	Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.							
4.	Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım.							
5.	Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum.							
6.	Bir gün kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var.							

KATKILARINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİM.


Ek 2. Ölçek İzin Yazısı

 **Merve Akarsu** 
Alıcı: nbasim  25 Eki 2018 21:37  

Merhaba Nejat Hocam,


Ben Hasan Kalyoncu Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Merve Akarsu'yum.

Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma adlı makalenizde kullandığınız Girişimcilik Niyeti ölçeğinin anket sorularını tez çalışmamda kullanmak için izninizle sizden istiyorum

Merve Akarsu , 26 Eki 2018 Cum, 02:10 tarihinde şunu yazdı:







...

Yardımlarınız için teşekkür ederim Sayın Hocam.

nbasim , 26 Eki 2018 Cum, 01:15 tarihinde şunu yazdı:

Merhaba ölçeğin için bilgiler makalede mevcut. Cronbach alfa (Güvenilirlik) ve doğrulayıcı faktör analizi (Geçerlilik) bilgileri belirtilmiş durumda. Ölçek tek boyutlu ve maddeleri tablo-1 de yer alıyor. Kısacası ihtiyaç duyduğunuz ölçek bilgilerine makaleden ulaşabilirsiniz. Çalışmanızda kolaylıklar dilerim.

Nejat







 **Merve Akarsu** 
Alıcı: bozdemir, dtasci  13 Ara 2019 12:10   

Merhaba Hocam,

Ben Hasan Kalyoncu Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Merve Akarsu'yum.

'ENTELEKTÜEL SERMAYE ÖLÇEĞİNİN GEÇERLİK VE GÜVENİRLİĞİNİN TESTİ: TÜRKİYE'NİN İLK 1000 SANAYİ KURULUŞU'NDA AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA' adlı çalışmanızda analizini yaptığınız **'entelektüel sermaye ölçeğini'** tez çalışmamda kullanmak için izninizi rica ederim.

Saygılarımla,
Merve AKARSU

 **BURAK ÖZDEMİR** 
Alıcı: ben  14 Ara 2019 11:27   

Merhaba Merve,

Ölçeğimizi kullanabilirsin. Çalışmanızda kolaylıklar dileriz.

Başarılar,

Ölçek için aşağıdaki makaleye atıf yapabilirsin:
Özdemir, B. & Taşçı, D. (2017). Entelektüel Sermaye Ölçeğinin Geçerlik Ve Güvenirliğinin Testi: Türkiye'nin İlk 1000 Sanayi Kuruluşu'nda Ampirik Bir Araştırma. The Journal of Academic Social Science Studies, 61, 363-372.

Dr. Öğr. Üyesi Burak ÖZDEMİR Asst. Prof. Dr. Burak ÖZDEMİR
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu University

Ek 3. Kurum İzin Belgesi

GAZİANTEP OSB MÜDÜRLÜĞÜNE

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans öğrencisiyim. "Entelektüel Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gaziantep'te Bir Alan Çalışması" isimli tez çalışması kapsamında yapılacak olan araştırmada kullanmak amacıyla OSB'deki çalışanlar üzerine anket çalışması gerçekleştirmek istiyorum. Gerekli izinlerin verilmesini,

Bilgilerinize arz ederim.

Merve AYDIN
Yüksek Lisans Öğrencisi

Prof. Dr. İbrahim YILDIRIM
Hasan Kalyoncu Üniversitesi Öğretim Üyesi

GAZİANTEP
ORGANİZE SANAYİ BÖLGE
MÜDÜRLÜĞÜ

[Redacted Signature]
[Redacted Date]
[Redacted Name]
[Redacted Title]