Girişimcilik ve Yaratıcılık

Entrepreneurship and Creativity

Asst. Prof. Dr. Gülay Tamer (İstanbul Gelişim University, Turkey)

Abstract

In recent years, the concept of entrepreneurship has become very important in ensuring social welfare and economic development and attracts attention as the driving force of economic development and social welfare. Because of these reasons, studies on entrepreneurship find support from all over the world, and in the universities, besides studies supporting the entrepreneurship, also related courses are featured.

The concept of entrepreneurship is investigated in this research, and personality traits observed in entrepreneurs such as need for achievement, self-confidence, risk taking, innovativeness, creativity, locus of control, tolerance of uncertainty are tried to explain. The relationship between enterprising tendency and self-confidence trait, as well as innovation and creativity are given. Also, innovation process and types are explained, and the significance of entrepreneurial creativity and its measurement is tried to explain through a case study.

1 Giriş

Girişimcilik, son yıllarda özellikle sosyal refahın ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasında ön plana çıkan bir kavram olup, tüm çok boyutlu kavramlar gibi tanımı üzerinde farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu çalışmada ilk olarak, yapılan literatür incelemesi esasında ve tarihsel bağlam içinde, girişimcilik kavramının açıklanmasına yönelik olarak iktisat, psikoloji, sosyoloji, pedagoji gibi alanlardan araştırmacıların yaptıkları tanımlar geniş bir çerçeveyi yansıtacak şekilde özetlenmiştir. Ayrıca, girişimcilik eğilimi açısından önemli kişilik özellikleri kısaca açıklanarak, baskın özellikler olan kendine güven, yenilikçilik ve yaratıcılık vurgulanmış ve girişimcilik çerçevesinde yaratıcılığın farklı boyutları ele alınmıştır.

Daha sonra günümüz ekonomisi açısından girişimciliğin önemi, yaratıcılık ve yenilikçilik ile bağları kısaca özetlenmiş, yenilik kavramı, süreci ve türleri ele alınmıştır. İzleyen bölümde ise girişimcilikte yaratıcılık özellikleri tarihsel bağlam içinde kısaca özetlenmiştir. Son bölümde, girişimcilik eğiliminin yaratıcılık açısından ölçülmesi değerlendirilmesine yönelik bir vaka çalışması örnek olarak eklenmiştir. Vaka çalışması; ortaokul müfredatına kırsaldan kente göçü engellemek, ülkenin karşılaştığı sosyal, politik ve ekonomik sorunları önlemek adına mezunları kısıtlı istihdam olanakları haricinde kendi işlerini kurmaya teşvik etmek üzere öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini geliştirmek için yaratıcı potansiyellerini belirlemelerine yardımcı olmak üzere girişimcilik eğitimi koyan Malezya’da gerçekleştirilmiştir. Bu örnek, benzer sorunlar ülkemiz açısından da önem taşıdığı için seçilmiştir.

2 Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik, son yıllarda özellikle sosyal refah ve ekonomik kalkınma bağlamında dikkat çeken, ülkelerin stratejik planlarında ve eğitim alanında da karşılık bulan bir kavram olarak, tüm çok boyutlu kavramlar gibi yakından incelenmeyi hak etmektedir. “Girişimcilik Kavramı: Kısa Bir Giriş” adlı çalışmada, kavramın tarihsel gelişimi ve farklı yaklaşımlar incelemiştir (Hoppe, 2016). Hoppe’a göre kelime kökeni olarak girişimci, Fransızca dilinde 12. yüzyılda, “bir görev üstlenen kişi” anlamında kullanılmıştır. Modern ve popüler kullanımı, ekonomist Joseph Schumpeter’in 1934 tarihli “Ekonomik Kalkınma Teorisi: Kar, Sermaye, Kredi, Faiz Ve İş Döngüsüne Dair Bir Sorgulama” isimli çalışmasına kadar uzanabilir. Ancak terimin öncelikle iktisat alanında daha sonra iş, siyaset alanlarında popülerleşmesi ve genel dile yerleşmesi ise 1942 yılında yayınlanan yine Schumpeter’e ait “Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi” kitabının yayınlanması ile gerçekleşir. Akademik bir araştırma alanı olarak ilgi çekmesi ise ancak 1960’larda gerçekleşmiştir (Plaschka ve Welsch, 1990).

Schumpeter, toplumdaki toplu değişimlerin nasıl başlatıldığını girişimci terimi ile açıklamıştır (Hoppe, 2016); girişimci yeni ürünleri, süreçleri ve organizasyon biçimlerini tanıtan, dolayısıyla yeniliğin öncüsüdür. Schumpeter’in yaratıcı yıkım yaklaşımında, yenilik kavramına, başka bir şeyi (ve daha iyisini) öngörme ve mevcut durumu değiştirebilme anlamında yaratıcılık terimi eşlik etmektedir (Schumpeter, 1942). Hoppe’a göre halen daha bu üç merkezi Schumpeterci terim birlikte kullanılmaktadır. Avrupa Komisyonu’nu tanımına göre girişimcilik, bireyin fikirleri eyleme geçirme yeteneğidir. Hedeflere ulaşmak için yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, projeleri planlama ve yönetme becerilerini içerir (European Commission, 2018).

Hem ekonomik hem toplumsal gelişimin bir aracı olarak girişimci, II. Dünya Savaşı’nın sona ermesinden ve sanayiye ve ülkeleri yeniden inşa etme ihtiyacından kaynaklanan özel bir ilgi sayesinde 1900’lerin ortalarında hem psikoloji hem de iş idaresi alanındaki araştırmacıların ilgi odağı haline gelmiş ve iş yaratıcısı olarak girişimcinin kişilik özellikleri vurgulanmıştır. Hem iktisat hem psikoloji alanında, özellikle risk alma eğilimi ve mevcut durumu değiştirmek üzere harekete geçme olmak üzere, bir girişimcinin sahip olduğu özellikler onu normal insandan ayırır

(Hoppe, 2016). Bu bağlamda Kuratko tarafından girişimcilik ruhu şu şekilde tanımlanmıştır: Fırsat arayışı, güvenliğin ötesinde risk alma ve bir fikri gerçeğe dönüştürmek için azmetme, içlerine işlemiş özel bir bakış açısı olarak girişimcilerde birleşmektedir (Kuratko, 2005).

Literatürde başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken kişilik özellikleri yelpazesi insana bağlılık, hedefe odaklılıktan meraklılığa, alçak gönüllüğe kadar çok çeşitli bir dağılım göstermektedir. Yine bu özelliklerin girişimcilik ve iş bağlamında ölçülmesine yönelik çok çeşitli yöntem ve yaklaşımlar söz konusudur. Konunun karmaşıklığı ve kurumlar, kuruluşlar ve uzmanlar tarafından önerilen göstergelerin, unsurların, parametrelerin ve kıstasların birbirlerinden farklı ve çok sayıda olması özneliliği de beraberinde getirmektedir.

1990'lardan bu yana yapılan araştırmalarda ekonomik açıdan başarılı girişimcinin kişilik özelliklerinden ziyade, hem özgünlüğün (novelty) ortaya konmasına yönelik girişimcilik sürecine hem de bu sürecin bağlamına daha fazla yoğunlaşmıştır. Bu yaklaşım konunun daha çoğulcu biçimde ele alınarak eğitim alanı, sosyoloji, cinsiyet çalışmaları gibi farklı alanlardan akademisyenler açısından bir araştırma teması olmasını sağlamıştır (Hoppe, 2016).

Son yıllarda iş dünyasına yönelik çalışmalarda kişisel özelliklerden uzaklaşıldıkça, sadece ekonomik faydadan ziyade diğer amaç ve değerlere odaklanan ve sosyal sorumluluğu kapsayan girişimcilik faaliyetlerini ilgi odağına alacak şekilde sosyoloji ve iş dünyasının çıkarları birleşmektedir (Hoppe, 2016). İşletme bilimleri alanında bu yaklaşım “sosyal girişimcilik” ile ifadesini bulmuştur (Berglund, Johannisson ve Schwartz, 2012). Sosyal girişimcilik kısaca, “sosyal faydalar elde edilen ve bunların korunduğu hayata geçirilebilir (sosyo) ekonomik yapılar, ilişkiler, kurumlar, kuruluşlar ve uygulamalardır” şeklinde tanımlanabilir (Fowler, 2000).

Sosyal ve çevresel sorunların yoğunluğu ve karmaşıklığı nedeniyle, sosyal girişimcilik giderek daha ön plana çıkmaktadır. Dünya çapında sosyal girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkmasında üç belirleyici makro-dinamik faktör saptanmıştır (Braunerhjelm ve Hamilton, 2009). Bunlardan ilki, ürün ve sosyal hizmetlerin halka arzının yavaşlaması ve karşılanmamış ihtiyaçların artmasıdır (Light, 2008). Bu, özellikle kamu sektörü katılımının oldukça sınırlı olduğu sosyal refah için geçerlidir (Sharir ve Lerner, 2006). İkincisi, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde gelir düzeyinin dağılımındaki mevcut dengesizlik yeni bir paradigma ve yeni iş stratejileri ihtiyacını arttırmıştır (Bornstein, 2004). Son olarak, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar arasında bağışların ve hibelerin elde edilmesi için artan rekabet, maddi bağımlılığın azaltılması ve böylece sosyal görevlerinin geliştirilmesi için ekonomik istikrarlarının sağlanması amacıyla, üstlenilen faaliyetlerin profesyonelleştirilmesi ihtiyacına yol açmıştır (Perrini, 2006).

Son olarak, modern işletmeler bağlamında girişimci, sermayedar ve yöneticilerin işlevlerine değinmekte fayda vardır. “İş insanı” en dar anlamıyla ekonomik faaliyeti yöneten kişi olup hem girişimcileri hem de yöneticileri kapsar. Girişimci, (bağımsız) bireysel iş insanı olabileceği gibi sermayeye önemli bir katılımı olmadığı halde işletmeyi kontrol eden “kurumsal girişimci” de olabilir. Bireysel girişimci, daha sonra küçük ve orta büyüklükteki firmalar aracılığıyla faydalanacağı iş fırsatlarını tespit eder veya yaratır, genellikle söz konusu firmanın sermayesini finanse eder, hakem rolünü yerine getirir veya sadece iş projesi “fikirini” satar. “Kurumsal girişimci” veya büyük firmaların genel müdürlerinin rolleri günümüzde artık firmanın varlıklarını etkin bir şekilde yönetmek ve faaliyetlerini koordine ve kontrol etmekle sınırlı değildir; şu anki ortamda değişimi öngörmeli, dile getirmeli ve yönetmelidirler. Başka bir deyişle, firmayı her gün yeniden oluşturmalı, yeni birimler ve şirket ağıları geliştirmelidirler. Son olarak sermayedar, ya pasif hissedar (küçük hissedarlar veya kurumsal yatırımcılar söz konusuysa) ya da birçok küçük ve orta ölçekli firmada olduğu gibi hem girişimcilik hem de yönetim işlevlerini üstlenen çoğunluk hissedar veya aktif hissedar olarak şirket fonlarının sağlayıcısıdır (Cuervo, vd, 2007).

2.1 Girişimcilikte Yaratıcılık Unsurları

Girişimcilerin önemli kişilik özellikleri arasında kendine güven, başarıma ihtiyacı, risk alma, kontrol odağı, belirsizlik toleransı, yenilikçilik ve yaratıcılık sayılabilir. Kendine Güven; sosyal olarak dengeli, güvenli, enerjik, meraklı, titiz ve güçlü bir hafızaya sahip olmakla ilgilidir (Palaniappan ve Galea, 2009). Başkalarının onları güvenilir bulması için girişimci eylem ve inançlarına güvenmelidir. Kendi güçlü yanlarına inanır ve engellerin aşılması dahil olmak üzere neredeyse tüm görevleri yerine getirmek için pratik bir yaklaşım uygular. Girişimci, neredeyse imkansız görevlerle karşı karşıya kaldığında bile en iyisini yapar ve sürekli öğrenmeye inanır (Toftoy ve Jabbour, 2007). Asoni, 1979 yılında veri toplanmaya başlamış 13000 bireyi kapsayan ulusal gençlik araştırması (NLSY79) veri tabanına dayandırdığı araştırmasında, kendine güvenin girişimcilik eğilimini hem işe atılma hem de işte sebat etme bağlamında olumlu yönde etkilediğini bulmuştur (Asoni, 2011).

Başarıma ihtiyacı; McClelland’ın “edinilmiş ihtiyaçlar teorisi”ne dayanır, işyeri bağlamında bireysel eylemleri etkileyen baskın ihtiyaçlardan birisidir. Bir bireyin önemli başarılarla ulaşma, becerilerine hakim olma ve zorlayıcı hedeflere ulaşma arzusunu ifade eder (Kerr , vd, 2017).

Risk Alma; bilinmeyen yeni pazarlara giriş yapmak gibi cesur adımlar atma eğilimidir. Genel olarak insanlar ya risk alan ya da riskten kaçınan davranış gösterirler. Risk girişimci tarafından tam olarak anlaşılabilirse risk alma eğilimi geliştirilebilmektedir (Kruger, 2004).

Kontrol Odağı; iç kontrol odağı olan kişi, kendi kararlarının hayatını kontrol ettiğini, kendi beceri, gayret ve yetenekleri ile sonuçları değiştirebileceğine inanırken dış kontrol odağı olan kişi, gerçek kontrol faktörlerinin şans,

kader ya da çevre olduğuna inanır (Kerr, vd, 2017). Belirsizlik Toleransı; kısıtlı verilerle belirsizlik ortamında karar vermekle ve riskle bağlantılıdır. Girişimci belirsizlik ortamında sezgisel karar verme, sorunlara yaratıcı çözümler bulma, stratejik düşünme ve benzeri birçok beceriyi bir arada kullanan kişidir (Kruger, 2004).

Yenilikçilik; girişimcinin yeni fırsatları araştırmaya ya da fikirleri karlı bir sonuca ulaştırmaya yönelik tutumu olarak açıklanabilir. Sorunları ve çözümlerini yeni bir şekilde ortaya koymakla ilgilidir (Fillis ve Rentschler, 2010). Süreçler, ürünler ve hizmetlere yönelik yeni fikirler oluşturma, benimseme ve uygulamayı da kapsayacak şekilde yeni ve yararlı bilgileri toplama özelliği şeklinde de tanımlanabilir (Gholami ve Karimi, 2014). Girişimcinin yenilikçilik özelliği işletmelerini yenilemeye eğilimleri, mevcut olandan farklı olan yolları denemeye istek, işlerinde yeni fikirleri veya yeni yöntemleri benimseme ve yenilikleri işletmelerinde uygulamaya geçirme hevesidir (Kruger, 2004).

Yaratıcılık; en geniş anlamıyla bir fikir üretmek ve bir sonuç olarak gerçekleşmesini sağlamakla ilgilidir. Yeni fikirler geliştirme yeteneğidir; hayal gücü ve özgün düşünebilme becerisini ifade eder. Zorluk veya fırsat zamanlarında bilinmez benzersiz bir sonuç, başarı ya da yaratımı amaçlayan aktif, teşvik edici, canlandırıcı bir büyüme süreci olarak görülebilir (Kruger, 2004).

Ayrıca, “yaratıcı” terimi sadece yeni bir şeyi değil aynı zamanda belirli bir etki alanında ilgi çekiciliği de gerektirdiğinden özgün fikirlerin değeri olması gerektiği de belirtilmiştir (Boden, 2004).

İş dünyasında yaratıcılığın sayısız kombinasyonları olabileceği ve yaratıcı olmanın tek bir doğru ya da en iyi yolunun olmadığı gerçeğini kabullenmek gereklidir. Bu, girişimcilik alanında eğitimlik yapanlar için de muazzam bir zorluk teşkil etmektedir. Ireland’ın zenginlik yaratımına yönelik yaklaşımı temelinde yaratıcılık altı ayrı boyutta ele alınabilir (Kruger, 2004): 1)Yenilik- buluşun toplamı artı bu buluşun ticarileştirilmesi; 2) Ağlar-bireyler ve gruplar arasındaki planlı ilişkiler; 3) Uluslararasılaştırma- bir şirketin ürünlerini kendi ülkesi dışındaki ülkelerde satması; 4) Kurumsal öğrenme- davranışı etkileme potansiyeline sahip ve firmanın zenginlik yaratmasına yardımcı olacak yeni bilginin geliştirilmesi; 5) Üst yönetim ekipleri- firmanın stratejilerini seçme ve bir rekabet avantajı kaynağı yaratacak şekilde uygulanmalarını sağlama sorumluluğunu üstlenen kişi(ler); 6) Büyüme- başarı ve değişimi teşvik eder ve yaratılan zenginlik esasında ölçülür.

Broeck, Oke, McMullan ve Shepherd, Bilton gibi araştırmacıların fikirlerinden yola çıkarak Fillis şu özeti yapmaktadır: Son zamanlarda ekonomide, bilgi tabanlı faaliyetlerden yaratıcılığa, yenilikçiliğe, girişimciliğe ve hayal gücüne kayma şeklinde bir değişiklik görülmektedir. Artan küreselleşme ve gelişen teknolojinin etkisiyle daha fazla iş fırsatı doğdu, ancak pazar da daha kalabalıklaşmış ve rekabet artmıştır. Yaratıcılık, girişimcinin, işletme açısından rekabet avantajı sağlayacak şekilde bu fırsatlar üzerinden hareket etmesini sağlar. Genel olarak topluma olumlu etkiye bulunmasının yanı sıra yenilik ve büyüme için temel oluşturur (Fillis ve Rentschler, 2010).

3 Yenilik Kavramı ve Süreci

Gholami ve Karimi günümüzde iş dünyasının içinde bulunduğu şartları ve girişimcilik ile yenilik ve yaratıcılık arasındaki ilişkileri şu şekilde özetlemişlerdir: Günümüzde dünya ekonomisi, yaratıcılık ve yenilikçilikle birlikte girişimciliğe doğru ilerlemekte olup, bu faaliyetin merkezinde yeni işletmeler kurulması yer almaktadır. APPLE’den Steven Jobs, Micro Soft’dan Bill Gates gibi başarılı şirketlerdeki pek çok büyük girişimci, yaratıcılık, yenilikçilik ve girişimcilik ruhunun örnekleri olarak bu yüzyılın ekonomisine yeni ufuklar açmıştır. Başarılı girişimcilik için sadece para ve şansın yeterli olmadığını göstererek girişimciliğin yaratıcılık, risk alma ve planlama gerektiren bir süreç olduğunu göstermişlerdir. Günümüzde, kuruluşların hayatta kalması ve gelişmesinde yaratıcılık ve yenilikçilik gerekli şartlardır. Değişimin ve gelişimin hızlandığı bu çağda yaratıcılık ve yenilik bir işletmenin hayatta kalabilmesinin temelidir ve yenilik, rekabet avantajının en önemli kaynağıdır (Gholami ve Karimi, 2014).

Günümüz ekonomisinde bu kadar önemli olan yenilik (innovation) kavramı nasıl açıklanabilir? Ireland ve Maurer gibi araştırmacıların fikirlerini Kruger şu şekilde özetlemiştir: Yenilik en geniş anlamıyla yeni bir şey yapmak olup, buluşun toplamını ve ticarileştirilmesini kapsar. İster mevcut bir işte, bir kamu kurumunda ister yeni bir girişimde olsun, girişimciliğin özel bir işlevidir. Yenilik, yeni bir şeylerin sunumudur. Girişimciliğin bir aracıdır; girişimcinin yeni zenginlik üretme kaynakları yaratmak veya var olan kaynakları zenginlik yaratma potansiyelini arttırmak üzere vakfettiği araçlardır. Girişimcilik faaliyetinin merkezinde yenilik vardır. Ekonomik ve / veya sosyal işletmelerde amaca yönelik, odaklı bir değişim yaratma çabasıdır (Kruger, 2004).

Yaratıcı Yıkım yaklaşımına göre, yenilik yapmayan, yenilikçi ol(a)mayan girişimci özelinde firmaların ve ekonomilerin rekabetçi gücü azalmaktadır (Shumpeter, 1942).

Yenilik bir süreç olarak da değerlendirilebilir. Yenilik süreci; değişmesi gerekenler, değişime yönelik strateji ve planlama, değişim kaynakları ve değişimin uygulanmasına ilişkin kararları kapsar. Her bir organizasyonun bu adımları atması ve gerçekleştirdikten sonra yeni yeniliklerin peşine düşmesi gerekir. Lyndhulm ve Green yenilik süreci için beş adım tanımlamıştır (Gholami ve Karimi, 2014): 1) Fikir (fikri yaratmak); 2) Değerlendirme (fikir seçimi); 3) Örüntü oluşturma; 4) İş Planı (kurumsal stratejiye göre son düzenleme); 5) Harekete geçme ve performans (ürünü pazara gönderme).

3.1 Yenilik Türleri

Yenilik türleri farklı araştırmacılar tarafından farklı bakış açılarına ve kıstaslara göre sınıflandırılmıştır.

Schumpeter'e göre yenilikler (1) tüketicinin tanımadığı yeni bir malın veya kalitenin üretimi, (2) yeni bir üretim metodunun uygulanması, (3) yeni bir piyasanın açılması, (4) yeni hammadde ve yarı mamul kaynaklarının elde edilmesi ve (5) yeni bir organizasyonun gerçekleştirilmesi olmak üzere beş noktada ortaya çıkmaktadır (Shumpeter, 1942).

Coccia, amprik çalışmalarda yeniliklerin iki ana tür olarak sınıflandırıldığını belirtmiştir: 1) Makro seviyede yenilik; dünya, pazar veya sektör için yeni özellikler taşımasını ifade eder (Maidique ve Zirger, 1984; Lee ve Na, 1994). 2) Mikro seviyede yenilik; firma veya tüketici açısından yeni özellikler taşımasını ifade eder (More, 1982). Yeniliği üreten firma esasında da bir sınıflandırma mevcuttur (Pavitt, 1984): 1) tedarikçi baskın firmalar; geleneksel sektörlerdeki firmalar olup makine ve ekipman alımı yoluyla yenilik gerçekleştirir. 2) özelleşmiş tedarikçiler ise müşterileri ile yakın işbirliği içindeki sermaye mallarının tedarikçileridir. 3) Bilimsel temelli firmalar; elektronik, uzay bilimleri gibi ana bilgi kaynağı şirket içi AR-Ge laboratuvarları olan ve yeni bilimsel buluşlardan fayda sağlayan firmalardır. 4) Seri üretime dayalı sektörlerdeki firmalardır. Bir diğer sınıflama ise farklı teknikteki değişimler esastadır (Freeman, vd, 1982), (Freeman ve Soete, 1987): 1) Artımlı Yenilikler; bunlar sürekli bir şekilde herhangi bir sektör veya hizmet faaliyetinde gerçekleşir, resmi araştırma ve geliştirme faaliyetinden ziyade mühendisler ve doğrudan üretime katılanların buluşlarına veya iyileştirmelerine veya kullanıcıların önerilerine dayanır. 2) Radikal Yenilikler; süresizdirler ve daha çok işletmelerin, üniversitelerin veya resmi laboratuvarların amaçlı araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin sonucudur. 3) Yeni Teknolojik Sistemler; teknik ve ekonomik açıdan birbirleriyle bağlantılı yenilikler kümesidir, hem ürünlerde hem süreçlerde hem radikal hem artımlı yenilikleri içerir. 4) Teknolojik Devrimler; ekonominin tüm dallarını etkileyen ve tamamen yeni sektörlerin doğuşuna yol açan buharlı makinelerin ve elektrik enerjisinin keşfi gibi geniş kapsamlı teknolojik değişimler olup, girdi maliyet yapısını, üretim ve dağıtım şartlarını değiştirir (Coccia, 2006).

4 Girişimcilikte Yaratıcılık Özellikleri

Girişimcilik, bir değişim ortamında ekonomik, sosyal ya da kültürel fırsatlardan yararlanmak amacıyla kamu ve özel kaynakların benzersiz bir bileşim haline getirilerek iş ve sosyal topluluklar için değer yaratma süreci olarak tanımlanabilir. Yaratıcılık, yeni ve potansiyel olarak yararlı olan fikirlerin veya ürünlerin inşası olarak görülmekle beraber (Amabile, 1988), girişimcilik bağlamında, parasal ve sosyal açıdan yenilik ve karlılığa olan bağlantısı yapılmalıdır. Girişimci, kısmen içsel yetkinlikler tarafından şekillendirilen potansiyel çözümleri araştırma ve tanımlama eğilimi gösterir. Yaratıcılık, yaratıcı çabaların yüksek veya düşük bir sıklık göstermesine yol açabilecek çevreye algısal bir tepki içerir. Kurumsal veya toplumsal düzeyde yaratıcı davranış derecesi ve sıklığının birleşik etkilerini göstermek üzere "yaratıcı yoğunluk" terimi önerilmiştir (Morris, vd, 2003), yaratıcılığın günümüzün değişen ekonomilerine katkısı onu iş, bilimsel ve sosyal çabaların merkezi yerleştirmiştir. Bir ön analiz olarak yaratıcılık, hayal gücü ve özgünlük gösterecek şekilde gündelik düşüncenin ötesine geçilmesi olarak tanımlanabilir (Fillis ve Rentschler, 2010).

Yaratıcılık; düşünme biçimlerinden, motivasyon ve kültürden etkilenmektedir (Sternberg ve O'Hara, 1999). Yaratıcılığa esnek, keşfe açık ve önceden belirlenmemiş yollardan gidildiğinde daha rahat ulaşılmaktadır (Amabile 1983).

Yaratıcılık, uygun bir ortam sayesinde birey ve durum arasında doğan etkileşim olarak da değerlendirilmiştir (Hunter, vd, 2007). Hükümetler günümüz ekonomik şartlarında girişimcilik ve yeniliğin yanı sıra yaratıcılığa da gittikçe daha fazla önem vermektedir. Girişimcilik ise ekonomik büyümenin ve istihdam yaratmanın başlıca katkı sağlayıcısı olarak görülmektedir. Girişimcilik faaliyeti, destekleyici ve üretken bir iş ortamının yanı sıra yaratıcılık ve yeniliklerin geliştirilebileceği bir ortama da ihtiyaç duymaktadır (Lee, vd, 2004).

Erken dönem yaratıcılık araştırmaları daha çok bilimsel yorumlara, teknolojinin etkisine, sanatsal yaratıma eğilmiş olup, girişimcilikle bağı sadece yaratıcı eylemin nihai ürüne uygulanması ile sınırlı tutulmuştur. Whiting, yaratıcı birey özellikleri olarak bağımsızlık, başarıma itkisi, merak, kendine güven ve göreve yoğunlaşmayı sıralarken girişimci bireyin en önemli özellikleri olarak kendine güven, sebat, yüksek enerji, hesaplı risk alma ve başarıma ihtiyacını saymıştır; bu da girişimci ve yaratıcı bireylerin benzer kişilik özellikleri sergilediklerini göstermektedir. Yaratıcılık ve teknolojinin başarılı bir şekilde bütünleştirilmesi fikir, ürün veya hizmetin ticarileştirilebilmesini sağlar (Fillis ve Rentschler, 2010).

Fillis ve Rentschler ayrıca çeşitli araştırmacıların girişimcilik ve yaratıcılık arasında kurduğu bağa ilişkin bir derleme yapmıştır: Yaratıcılık, yeni bir girişim kurmak için özgün ve uygun fikirlerin üretilmesi ve uygulanmasıdır. Amabile'e göre (1997) girişimci yaratıcılık, içsel ve bazı belirli dışsal motivasyonların bir bileşimini gerektirir-yetkinlik, beceri gelişimi ve gelecek başarıyı teyit eden ödül vaadiyle birleşen yüksek kişisel ilgi ve katılım seviyeleriyle sonuçlanan motivasyon sinerjisidir. Markley'e göre (1988) yaratıcılık, problem çözme ve sezgi, girişimci liderliğindeki işletmeye uygun stratejik vizyon oluşturmada birbirleriyle etkileşim içindedir. Sezgi, yaratıcı olma yeteneğinden etkilenen temel bir iş yetkinliği olarak görülebilir. Roweton'a göre (1989) yaratıcı işletmeler, yenilikçi liderlik ve açık iletişim ile zengin fikir sahibi kişilerden oluşur. Kao (1989) yaratıcılığı rekabet

gücü olarak değerlendirirken, Carson (vd, 1995) bunu küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından temel bir yetkinlik ve Bridge (vd, 2003) bunu girişimci bir özellik olarak görmektedir. Girişimci yönetim, yaratıcı bireylerin ve grupların işlev gördüğü bir çalışma ortamı sağlayarak yaratıcılığı etkileyebilir. Taggar (2002), yaratıcılığı kullanmada çok seviyeli ekip performansı modeline katkı sağlamak üzere bireysel yaratıcılıkta bileşen teorisini (Amabile 1983; 1996) modeline dahil etmiştir. Uyumluluk, dışadönüklük, vicdanlı olma, genel bilişsel yetenek ve deneyime açıklığın boyutları, bireysel ve grup düzeyindeki yaratıcılığı etkileyen bireysel davranışları etkiler (Fillis ve Rentschler, 2010).

5 Vaka Çalışması

Palaniappan and Galea çalışmalarının amacını, Malezyalı ortaokul öğrencileri arasında girişimcilik eğilimi değerlendirmek için güvenilir ve geçerli bir araç tasarlamak ve girişimcilik eğilimi ile yaratıcı kişilik arasındaki ilişkiyi araştırmak olarak belirlemişlerdir. Geçerliliği yapılmış Girişimcilik Eğilim Envanteri (ETI) ve Yaratıcı kişilik özelliklerinin bir ölçütü olan Khatena Torrance Yaratıcılık Algı Envanteri (KTCPI) uygulanmıştır. Faktör analizi, (Cronbach alfa esasında) içsel tutarlılığı 0.80 (kendi hesabına çalışma) ile 0.23 (düşük özgüven) arasında değişen kendi hesabına çalışma, iş güveni, iş niyeti, iş kaygısı, insana bağlılık, zorunlu karar alma, düşük özgüven ve şarta bağlı karar alma olarak sekiz faktörün varlığını ortaya koymuştur. Bu faktörlerden kendi hesabına çalışma, iş güveni, iş niyeti, ve insana bağlılık olmak üzere dördünün girişimcilik eğilimi ile pozitif ilişkili bulunmuştur. ETI sonuçları, yüksek girişimcilik eğilimi olan öğrencilerin yaratıcı olma eğiliminde olduklarını ve bunun geçmiş yaratıcı performanslarından kaynaklandığını göstermiştir. Kendilerini yaratıcı olarak algılamaları sebebiyle kendi hesaplarına çalışma ve kendinden emin olma ihtiyacındadırlar. Bulgular aynı zamanda yakın akrabalarının iş kararları hakkındaki düşüncelerinin iş hayatına atılma hırsları açısından önemli bir itici güç olduğunu göstermiştir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan öğrenciler aynı zamanda zorlu görevleri tercih eden, enerjik ve yüksek inisiyatif sahibi kişilerdir.

Araştırmacılar yaptıkları çalışmanın bulgularının yaratıcı kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimleri ve tercihleri ile ilişkili olup olmadığını belirlemeye yardımcı olacağını, bunun eğitim sisteminin tüm paydaşları için önemli olduğunu çünkü öğretmenler ve ebeveynlerin öğrencilere işe atılma konusunda girişimcilik eğilimiyle yakından ilişkili bu kişilik özellikleri ışığında danışmanlık yapabileceklerini, müfredat planlamacıları ve öğretmenlerin öğrencilerin yaratıcı potansiyelini ortaya çıkaracak dersler oluşturabileceğini, aday işverenlerin ise firmanın veya kurumun üstlenebileceği girişimci nitelikteki yeni iş fırsatlarını belirlemeye yardımcı olabilecekleri için belirtilen yaratıcı kişilik özelliklerine sahip bu öğrencileri işletmeleri açısından bir varlık olarak değerlendirebileceklerini düşünmektedirler (Palaniappan ve Galea, 2009).

Katılımcılar: Çalışmada, ilgili verileri elde etmek amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır; araştırmacılara göre anket yöntem tasarımı, tek aşamalı bir vaka çalışması tasarımında veri toplamak ve değişkenler arasındaki ilişkileri saptamak amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır (Fraenkal ve Wallen, 2008; Ary , vd, 2006). Malezya'nın kuzey, orta ve doğusunda bulunan üç eyaletteki (Penang, Pahang, Selangor) şehir ve kırsalda yer alan yedi okuldan rastgele seçilen sınıflardaki yaklaşık 210 öğrenciden anketi yanıtlamaları istenmiştir. Sadece tamamlanmış olan 174 anketin sonuçları dikkate alınmıştır. Örneklemde 88 erkek ve 86 kız öğrenci bulunurken bunların % 45,4'ü Malay, % 41,4'ü Çinli ve % 13,2'si Hintlidir. Babalarının mesleğine göre, öğrenciler ya yüksek ya da düşük Sosyo-Ekonomik Durum (SED) öğrencileri olarak gruplandırılmıştır; buna göre 81 öğrenci yüksek SED ve 93'ü düşük SED grubundadır.

Analiz ve Sonuçlar: Girişimcilik Eğilimi Envanterinden (ETI) elde edilen veriler genel girişimcilik puanını ve sekiz faktör puanını oluşturmuş olup, doğal aralıklardadır. ETI, öğrencilerin daire içine almak suretiyle işaretlediği likert ölçeği formatında 25 ayrı maddeden oluşturulmuştur: 1 (Benim için doğru değil), 2 (Benim için nadiren doğru), 3 (Benim için çoğu zaman doğru) ve 4 (Benim için çok doğru). Faktör analizinde puanlanan sekiz faktör bulunmaktadır: Kendi hesabına çalışma, iş güveni, iş niyeti, iş kaygısı, insanlara bağlılık, zorunlu karar alma, düşük özgüven ve şarta bağlı karar alma.

Khatena-Torrance Yaratıcılık Algı Envanteri (KTCPI) ve faktör puanlarından elde edilen yaratıcı kişilik verileri aralık verisi idi. Analizler ise araştırma sorularına dayanarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sorusu 1: Malezyalı Ortaokul öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin niteliği nedir?

Tablo 1'de, Malezyalı öğrencilerin girişimcilik eğiliminin betimleyici istatistikleri ve faktör puanları gösterilmiştir. Faktörlerin çarpıklık oranları ve standart çarpıklık hatasının yanı sıra basıklık oranları ve standart basıklık hatası, ampirik olarak puanların dağılımının normalliğini tespit etmek için kullanılır. -2 ve +2 aralığındaki oranlar, kabul edilebilir normallik sınırları olarak kabul edilir. Bu oranlar yaklaşık olarak -2 ve +2 olduğundan Girişimcilik Eğiliminin dağılımı ve faktör puanları normal kabul edilerek parametrik analiz kullanılmıştır.

İstatistik	ET	SE	BC	BI	BA	PD	FD	LC	CD
Ortalama	57.60	6.10	11.47	10.95	6.33	8.69	4.94	4.58	4.53
Standart Sapma	8.91	2.65	3.00	3.41	2.47	2.28	1.81	1.61	1.72
Çarpıklık	-0.71	2.54	2.28	1.04	2.73	1.85	0.20	1.61	2.13
Basıklık	-0.92	2.17	1.14	-1.61	1.46	1.58	-2.46	1.57	1.81
Minimum	31.00	3.00	4.00	5.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00
Maksimum	80.00	12.00	16.00	20.00	12.00	12.00	8.00	8.00	8.00
%25'lik dilim	50.00	3.00	9.00	8.00	4.00	7.00	4.00	3.00	3.00
%50'lik dilim	58.00	6.00	12.00	11.00	6.00	9.00	5.00	4.00	4.00
%75'lik dilim	64.00	8.00	14.00	13.00	8.00	11.00	6.00	6.00	6.00

Tablo 1. Girişimcilik Eğiliminin Betimleyici İstatistikleri ve Faktör Puanları (N=174)

ET: Girişimcilik Eğilimi, SE: Kendi Hesabına Çalışma, BC: İş Güveni, BI: İş Niyeti, PD: İnsanlara Bağlılık, BA: İş Kaygısı, FD: Zorunlu Karar Alma, LC: Düşük Özgüven, CD: Şarta Bağlı Karar Alma.

Araştırma sorusu 2: Malezyalı Ortaokul öğrencilerinin Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin niteliği nedir?

Öğrencilerin yaratıcı kişilik özellikleri Khatena Torrance Yaratıcılık Algı Envanteri (KTCPI) ile ölçülmüş olup, bu envanter iki alt ölçekten oluşmaktadır: Kendim Hakkında Bazı Şeyler (SAM) ve Siz Ne Tip Bir Kişisiniz? (WKOPAY). Malezya örneğinde elde edilen puanların tanımlayıcı istatistikleri Tablo 2 ve 3'te gösterilmektedir. Tablo 2'ye göre çevre duyarlılığı, entelektüellik ve sanatsallık dışında diğer puanlar normal olarak dağılmıştır; bu faktör puanlarının dağılımı normallik aralığının sadece biraz dışında olduğundan, tümü normal dağılmış olarak değerlendirilmiştir.

İstatistik	SAM	ES	IN	SS	IT	IDD	A
Ortalama	29.58	4.42	2.04	5.91	6.82	3.53	1.91
Standart Sapma	5.66	1.21	1.34	1.79	1.92	1.17	1.33
Çarpıklık	1.23	4.13	1.57	1.79	4.04	0.45	3.41
Basıklık	0.26	0.62	-1.70	0.05	2.63	0.14	0.10
Minimum	12.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00
Maksimum	44.00	6.00	6.00	10.00	10.00	6.00	6.00
%25'lik dilim	26.00	4.00	1.00	5.00	6.00	3.00	1.00
%50'lik dilim	29.00	5.00	2.00	6.00	7.00	3.00	2.00
%75'lik dilim	33.00	5.00	3.00	7.00	8.00	4.00	3.00

Tablo 2. Kendim Hakkında Bazı Şeyler Betimleyici İstatistikleri ve Faktör Puanları (N=174)

SAM: Kendim Hakkında Bazı Şeyler, ES: Çevre Duyarlılığı, IN: İnisiyatif / Girişim, IDD: Bireysellik, A: Sanatsallık, SS: Öz Kuvvet

Tablo 3'te ise WKOPAY'ın ve faktör puanlarının dağılımının normal aralıkta ve dolayısıyla parametrik analize uygun olduğu görülmektedir.

İstatistik	WKOPAY	AA	SC	I	AO	DI
Ortalama	23.75	3.84	6.69	2.91	6.86	4.08
Standart Sapma	5.01	1.60	2.07	1.53	1.61	1.78
Çarpıklık	0.38	-0.13	-1.40	-0.48	-1.68	0.5 8
Basıklık	1.77	1.03	-0.09	-2.04	0.68	-1.43
Minimum	10.00	0.00	0.00	0.00	2.00	0.00
Maksimum	39.00	7.00	11.00	6.00	11.00	9.00
%25'lik dilim	21.00	3.00	5.00	2.00	6.00	3.00
%50'lik dilim	24.00	4.00	7.00	3.00	7.00	4.00
%75'lik dilim	27.00	5.00	9.00	4.00	8.00	5.00

Tablo 3. Siz Ne Tip Bir Kişisiniz? Betimleyici İstatistikleri ve Faktör Puanları (N=174)

WKOPAY: Siz Ne Tip Bir Kişisiniz? AA: Otoritenin Kabulü, SC: Özgüven, I: Meraklılık, AO: Başkalarının Farkında Olma, DI: Disiplinli İmgeleme

Araştırma sorusu 3: Bu öğrencilerin Girişimcilik eğilimi ile Yaratıcı kişilik özellikleri arasındaki ilişki nedir?

Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile Yaratıcı kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştırmak için pearson çarpım moment korelasyonu kullanılmıştır. Tüm istatistiksel analizlerin anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak belirlenmiştir.

Tablo 4, Girişimcilik Eğiliminin, SAM ile anlamlı ve pozitif ilişkili olduğunu göstermektedir ($r = 0.27$). Bu, yüksek girişimcilik eğilimlerine sahip öğrencilerin geçmiş yaratıcı performanslarına dayanarak kendilerini yaratıcı olarak algıladıklarını göstermektedir. Girişimcilik eğilimi aynı zamanda Çevre Duyarlılığı (ES) ($r = 0.20$), Öz Kuvvet (SS) ($r = 0.21$), Entelektüellik (IT) ($r = 0.16$) ve Sanatsallık ($r = 0.17$) ile anlamlı ve pozitif olarak ilişkilidir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan öğrencilerin; başkalarının fikirlerine açık olmaya eğilimli oldukları ve yeni fırsatları görebildikleri (Çevre Duyarlılığı), risk alabildikleri, kendinden emin ve her şeyin altından kalkmaya muktedir oldukları (Öz Kuvvet), yalnız çalışmayı ve zorlu görevleri sevdikleri ve kendilerini düşündükleri (Entelektüellik), yeni nesneler ve süreçler yaratmayı sevdikleri (Sanatsallık) görülmüştür. Bu bulgular ayrıca Girişimcilik Eğilimi Envanterinin (ETI) yüksek oranda kıstasa bağlı geçerliliğini göstermektedir.

ETI'nin yüksek iç güvenilirlik faktörü Kendi Hesabına Çalışma, SAM ($r = 0.16$) ve Öz Kuvvet ($r = 0.22$) ile anlamlı ve pozitif ilişkilidir. Bu, serbest meslek sahibi olmayı tercih eden öğrencilerin kendilerini geçmiş yaratıcı performanslarına (SAM) dayanarak yaratıcı olarak algıladıkları ve ayrıca kendilerine güvendiklerini ve her şeyin altından kalkmaya muktedir olduklarını göstermektedir.

Girişimcilik faktörü olan İş Güveni; SAM ($r = 0.29$), Çevre Duyarlılığı ($r = 0.16$), İnisiyatif ($r = 0.16$), Öz Kuvvet ($r = 0.34$) ve Entelektüellik ($r = 0.18$) ile anlamlı ve pozitif ilişkilidir. İş yaşamında başarılı olacağına güvenen öğrencilerin, yaratıcılıklarını kullanmaya ve özgürlüğe eğilimli oldukları görülmektedir. Ayrıca kendilerini daha önceki başarıları temel alarak yaratıcı olarak algılamaya (SAM), iş fırsatlarını fark etmeye (Çevre Duyarlılığı), yüksek inisiyatif ve itki (İnisiyatif) sahibi olmaya, kendilerine güvenmeye (Öz Kuvvet) ve zorlu görevleri tercih etmeye (Entelektüellik) eğilimlidirler.

İş Niyeti, Öz Kuvvet ile anlamlı ve pozitif ilişkilidir ($r = 0.18$). Bu, iş dünyasına atılma hırısı sergileyen öğrencilerin aynı zamanda yüksek düzeyde özgüvene sahip olduklarını göstermektedir.

Tanımlı bir diğer faktör olan İş Kaygısı, Öz Kuvvetle anlamlı bir ilişki içindedir ($r = -0.21$). Bu, işe atılmaktan korkan öğrencilerin düşük özgüven sahibi olmaya ve risk almaktan korkmaya eğilimli olduklarını göstermektedir. Başka bir deyişle, risk alan ve yüksek özgüvenli öğrencilerin girişimcilik eğilimi de yüksektir.

ETI'de tanımlanan bir başka faktör olan İnsanlara Bağlılık, SAM ($r = 0.23$) ve Çevre Duyarlılığı ($r = 0.25$) ile anlamlı ve pozitif ilişkilidir. Bu nedenle, yakın akrabalarının iş niyeti hakkında ne düşündüklerine büyük önem veren ve iş hayatına girmeleri için onlar tarafından motive edilen öğrenciler, geçmiş Yaratıcı başarılarına dayanarak Yaratıcı olmaya eğilimli (SAM) olup, aynı zamanda etraflarındaki iş fırsatlarının varlığına da duyarlıdır (Çevre Duyarlılığı).

ETI, da bir diğer faktör Zorunlu Karar Alma, İnisiyatif ile anlamlı ve pozitif ilişkilidir ($r = 0.22$). Bu, işe atılmaktan başka bir seçeneğe sahip olmadıklarını hisseden öğrencilerin yüksek inisiyatif sahibi olduklarını göstermektedir.

ETI'de tanımlanan diğer faktörler olan Düşük Kendine Güven ve Şarta Bağlı Karar Alma, SAM veya faktörleri ile anlamlı bir ilişki göstermemektedir. Bu, ETI'nin kıstasa bağlı geçerliliğini desteklemektedir; çünkü riskten kaçınan ve özgüveni düşük olan öğrencilerin, kendilerini Yaratıcı olarak algılamadıklarını, kendilerine açık iş fırsatlarına duyarlı olmadıklarını ve zorlayıcı görevlerden kaçındıklarını göstermektedir.

Faktörler	SAM	ES	IN	SS	IT	IDD	A
SE; Kendi Hesabına Çalışma	0.16*	0.11	0.11	0.22**	0.01	-0.04	0.14
BC; İş Güveni	0.29**	0.16*	0.16*	0.34**	0.18*	0.08	0.13
BI; İş Niyeti	0.11	-0.02	0.11	0.18*	0.04	-0.01	0.10
BA; İş Kaygısı	-0.07	0.09	-0.05	-0.21**	0.03	-0.09	-0.01
PD; İnsanlara Bağlılık	0.23**	0.25**	0.04	0.05	0.15	0.14	0.09
FD; Zorunlu Karar Alma	0.12	0.02	0.22**	0.12	0.03	0.11	0.03
LC; Düşük Özgüven	0.06	0.08	-0.05	-0.04	0.07	-0.01	0.05
CD; Şarta Bağlı Karar Alma	0.03	0.04	-0.04	-0.09	0.07	-0.02	0.01
Girişimcilik Eğilimi (ET)	0.27**	0.20*	0.15	0.21**	0.16*	0.04	0.17*

Tablo 4. Girişimcilik Eğilimi ile SAM ve Faktörleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon Katsayıları

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

WKOPAY altında yaratıcılık algısı ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler Tablo 5'te verilmiş olup, Girişimcilik Eğiliminin WKOPAY ile ilişkili olmadığı görülmektedir. Bu, girişimcilik eğilimlerinin, kişinin kendini Yaratıcı kişilik özelliklerine sahip olarak algılamasıyla ilgili olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlar, SAM

ile elde edilen sonuçlarla karşılaştırıldığında; kendilerini geçmiş yaratıcı performanslarına dayanarak Yaratıcı olarak algılayan öğrencilerin kendilerini Yaratıcı kişilik özelliklerine sahip olarak algılayanlardan daha yüksek girişimcilik eğiliminde oldukları görülmektedir.

İş Niyeti negatif ancak anlamlı şekilde Meraklılık (I) ile ilişkilidir ($r = -0.17$). Girişimci niyetleri yüksek olan öğrenciler daha az meraklı olma eğilimindedir. Araştırmacılar, girişimcilik eğilimi yüksek öğrencilerin ısrarlı, iddialı olmalarına ve kolayca pes etmemelerine rağmen meraklılıkla ilgili sonucun neden böyle olduğunu anlamak için daha fazla araştırma yapılmasını önermektedir.

İş Kaygısı, Öz güven ile negatif ancak anlamlı şekilde ilişkilidir ($r = -0.21$). Bu, riskten kaçınan öğrencilerin, iş hayatında iyi olmaları için gerekli özgüvenlerinin düşük olduğunu göstermektedir.

İnsana Bağlılığı yüksek olan öğrencilerin aynı zamanda, yaratıcı olmayan bir yönelim olan Otoritenin Kabulü ($r = 0.16$) ve Başkalarının Farkında Olma ($r = 0.16$) eğilimleri de yüksektir. Bu, yakın akrabalarının işe yerleşme kararları hakkında ne düşündüklerine önem veren öğrencilerin onların görüşlerini kabul etme ve uyma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Başkalarının fikirlerine açıktırlar; görünen o ki başkalarının ne yapmaları gerektiği yönündeki tavsiyelerini oldukça benimsemektedirler.

Girişimcilik eğilimi analizinde tanımlanan diğer bir faktör olan Zorunlu Karar Alma ise Başkalarının Farkında Olma ile negatif yönde anlamlı ilişkilidir ($r = 0.16$). Bu, işe atılmak zorunda kalan öğrencilerin yeni fikirlere ve yeni fikirleri kabul etmeye çok açık olduklarını göstermektedir.

Faktörler	WKOPAY	AA	SC	I	AO	DI
SE; Kendi Hesabına Çalışma	0.01	-0.08	0.01	0.09	0.06	0.01
BC; İş Güveni	-0.02	0.01	0.09	0.11	0.11	0.03
BI; İş Niyeti	-0.01	0.02	0.06	-0.17*	0.01	-0.05
BA; İş Kaygısı	-0.05	0.08	-0.21*	0.01	-0.07	-0.06
PD; İnsanlara Bağlılık	0.05	0.16*	0.02	0.09	0.16*	-0.09
FD; Zorunlu Karar Alma	0.12	-0.07	-0.05	-0.04	-0.16*	0.03
LC; Düşük Öz güven	0.01	0.07	0.04	-0.04	-0.11	-0.02
CD; Şarta Bağlı Karar Alma	0.03	0.04	-0.04	-0.09	0.07	-0.02
Girişimcilik Eğilimi (ET)	0.27**	0.20*	0.15	0.21**	0.16*	0.04

Tablo 5. Girişimcilik Eğilimi ile WKOPAY ve Faktörleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon Katsayıları
* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

6 Sonuç

Girişimcilik, her geçen gün daha fazla sayıda ülkenin stratejik planlarına ve eğitim müfredatına girmektedir. Dolayısıyla taşıdığı güncellik ve ekonomik ve sosyal önemi açısından çok sayıda araştırmanın da konusudur. Yaratıcılık ve dolayısıyla yenilikçilik kavramlarıyla olan bağları ortaya konularak ele alınmaya çalışılan bu makalede kavramın tarihsel süreçteki gelişimi şu şekilde özetlenebilir. Öncelikle iktisat alanında daha sonra işletme ve siyaset alanlarında popülerleşip, genel dile 1940'lı yıllarda yerleştiğini gördüğümüz girişimcilik kavramı; öncelikle ekonomik ve toplumsal gelişimin bir aracı olarak girişimci ve onun bireysel psikolojik özellikleri esasında ele alınmıştır. Bunda İkinci Dünya Savaşı'nın bitip, ülkelerin ve sanayinin yeniden kurulması ihtiyacı rol oynamıştır. 1960'lardan itibaren akademik bir araştırma alanı olarak yoğun ilgi çekmeye başladığı görülmektedir. 1990'lardan bu yana yapılan araştırmalarda ise girişimcilik süreci ve bağlamı üzerinde çalışmaya başlanmış; bu sayede eğitim alanı ve sosyoloji de devreye girmiştir. Son yıllarda, iş hayatında sadece ekonomik fayda elde etmenin ötesinde, amaç ve değerlere odaklanılmaya başlanıp sosyal sorumluluk kavramının gündem kazanmasıyla birlikte sosyal girişimcilik kavramının da araştırmalarda yerini aldığı görülmektedir.

Girişimcilik kavramının tüm tarihsel gelişimine bakıldığında; kavramın popülerleşmesini sağlayan Schumpeter'in, girişimciyi toplumdaki toplu değişimlerin başlatıcısı olarak gören ve onu yeni ürünleri, süreçleri ve organizasyon biçimlerini tanıtan ve yeniliğin öncüsü olarak gördüğü ve şimdikinden farklı ve daha iyi bir şeyi öngörmekle yaratıcılığı da girişimcilikle bağdaştırdığı yaratıcı yıkım yaklaşımının günümüz ekonomik şartlarında da geçerli olduğu görülmektedir. Son zamanlarda ekonomide bilgi tabanlı faaliyetlerden ziyade yenilikçi ve yaratıcı faaliyetlerin ön plana geçtiği, küreselleşme ve gelişen teknoloji ile artan rekabet ortamında işletmelerin bunlar üzerinden farklılık yaratarak var olmaya çalıştıkları görülmektedir. Ve hem şirketler hem ülke ekonomileri açısından kalkınmanın ve büyümenin temelinde artık yeni işletmeler kurulması yer almaktadır.

Literatürde başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken kişilik özellikleri yelpazesi insana bağlılık, hedefe odaklılıktan meraklılığa, alçak gönüllüğe kadar çok çeşitli bir dağılım gösterdiği gibi bu özellikler, girişimcilik ve iş bağlamında çok çeşitli yöntem ve yaklaşımlar kullanılarak ölçülmektedir. Konunun karmaşıklığı ve kurumlar, kuruluşlar ve uzmanlar tarafından önerilen göstergelerin, unsurların, parametrelerin ve kıstasların birbirlerinden farklı ve çok sayıda olması öznelliği de beraberinde getirmektedir. Ancak bir girişimcide bulunması gereken en

temel özellikler arasında kendine güven, başarıma ihtiyacı, risk alma, kontrol odağı, belirsizlik toleransı, yenilikçilik ve yaratıcılığın bulunduğu rahatlıkla söylenebilir.

Girişimcilik eğiliminin yaratıcılık açısından ölçülmesi değerlendirilmesine bir örnek olarak bu makaleye konan Palaniappan ve Galea tarafından Malezyalı ortaokul öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen araştırmada; yüksek girişimcilik eğilimi olan öğrencilerin yaratıcılık eğilimlerinin yüksek ve bunun geçmiş yaratıcı performanslarından kaynaklandığı, kendi hesaplarına çalışmaya yatkın ve kendinden emin oldukları, aynı zamanda başkalarının fikir ve tavsiyelerine açık, zorlu görevleri tercih eden, enerjik ve yüksek inisiyatif sahibi kişiler oldukları ve yeni fırsatları görebildikleri saptanmıştır. Kırsaldan kente göç, kısıtlı istihdam olanakları, daralan ekonomik fırsatlar, bunların doğurduğu sosyal ve kültürel sorunlar gibi ülkemizin de içinde bulunduğu sorunlarla yakın bağı olması sebebiyle seçilen bu araştırmadan yola çıkılarak; ülkemizde de yaratıcılık, yenilikçilik ve girişimcilik kültürünün yer etmesi ve geliştirilmesi amacıyla eğitim ve öğrenimin daha alt seviyelerine nasıl yaygınlaştırılabileceği, halihazırda müfredatta yer alan benzeri programların etkinliği, sonuçları veya nasıl geliştirilebileceklerine ilişkin ölçüm modelleri içeren araştırmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Amabile, 1983, **The Social Psychology of Creativity**. Springer Verlag, New York.
- Asoni, 2011. "Intellegence, Self-Confidence and Entrepreneurship", IFN Working Paper No.887.
- Berglund, Johannisson, & Schwartz, 2012. **Societal entrepreneurship: positioning, penetrating, promoting**. Edward Elgar Publishing.
- Boden, 2004. **The Creative Mind: Myths and Mechanisms**. Psychology Press.
- Braunerhjelm ve Hamilton, 2012. "Social entrepreneurship – a survey of current research", in Swedish Entrepreneurship Forum, Working Papers 2012:9.
- Bornstein 2007. **How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas**. Oxford University Press, USA.
- Coccia, 2006. "Classifications of Innovations Survey and Future Directions", Ceris-Cnr, Working Paper No.2
- Cuervo and et al., 2007. "Introduction", in Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective, (eds.) Cuervo, Domingo and Roig. Springer Website.
- European Commission, 2018. Promoting Entrepreneurship, https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship_en
- Fillis and Rentschler, 2010. "The Role of Creativity in Entrepreneurship", *Journal of Enterprising Culture*, **18**, p.49-81.
- Fowler, 2000. "NGDOs as a moment in history: Beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?", *Third World Quarterly*, **21**, p.637-654.
- Gholami ve Karimi, 2014. "The role of creativity, innovation and entrepreneurship in the organization", *Bulletin of Environment, Pharmacology and Life Sciences*, **3**, p.73-77
- Hoppe, 2016. "The Entrepreneurship Concept: A Short Introduction", *Hotre Utbildning*, **6**, p.95-108.
- Hunter et al., 2007. "Climate for creativity: a quantitative review", *Creativity Research Journal*, **19**, p.69-90.
- The Role of Creativity in Entrepreneurship (PDF Download Available). Available from: https://www.researchgate.net/publication/46510531_The_Role_of_Creativity_in_Entrepreneurship [accessed May 14 2018].
- Kerr et al., 2017. "Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature", NBER Working Paper No. 24097.
- Kruger, 2004. **Creativity in the Entrepreneurship Domain**. PhD Dissertation, University of Pretoria.
- Kuratko, 2005. "The emergence of entrepreneurship education: Development, Trends, and Challenges", *Entrepreneurship Theory and Practice*, **29**, p.577-598.
- Lee et al., 2004. "Creativity and entrepreneurship: a regional analysis of new firm formation", *Regional Studies*, **38**, p.879-891.
- The Role of Creativity in Entrepreneurship (PDF Download Available). Available from: https://www.researchgate.net/publication/46510531_The_Role_of_Creativity_in_Entrepreneurship [accessed May 14 2018].
- Light, 2008. **The Search for Social Entrepreneurship**. Brookings Institution Press, Washington, D.C., USA.

- Palaniappan and Galea, 2009. "Creativity and Entrepreneurial Tendencies among Form two Malaysian Students", *Journal of Applied Sciences*, **9**, p.3539-3546.
- Perrini and Vurro, 2006. "Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice", in *Social entrepreneurship*, (eds.) Mair, Robinson & Hockert. Palgrave Macmillan, New York.
- Plaschka and Welsch, 1990. "Emerging Structures in Entrepreneurship Education: Curricular Design and Strategies", *Entrepreneurship Theory & Practice*, **14**, p.55-71.
- Sharir and Lerner, 2006." Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs", *Journal of World Business*, **41**, p.6-20.
- Schumpeter, 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & brothers, New York and London.
- Sternberg and O'Hara, 1999. "Creativity and intelligence", in *Handbook of Creativity*, (ed.) Sternberg, Cambridge University Press, Cambridge.
- Toftoy and Jabbour, 2007. "The Lost Entrepreneurial Trait for Success: The Virtue of Humility", *EJBO*, **12**.