

Bireysel Yenilikçiliğin İnovasyona Atfedilen Sosyal Değer ve Girişimsel Eğilim Arasındaki Aracılık Etkisi: Boylamsal Bir Çalışma

Anıl Boz SEMERCİ*

Öz

Amaç: Bu çalışmada, bireysel yenilikçiliğin inovasyona atfedilen sosyal değer ile girişimsel eğilim arasındaki aracı rolünün boylamsal olarak açıklanması amaçlanmıştır.

Yöntem: İşletme ve iktisat eğitimi gören 201 bireyden üç yıl boyunca anket yöntemi ile elde edilen veriler boylamsal analiz teknikleri ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Elde edilen bulgular boylamsal olarak bireysel yenilikçiliğin, inovasyona atfedilen sosyal değer ve girişimsel eğilim arasındaki aracı rolünü desteklemiştir. Ayrıca girişimsel eğilimlerin de bireysel yenilik üzerinde olumlu etkileri olduğu görülmüştür.

Sonuç ve Öneriler: Başarılı girişimcilik örneklerinin duyurulması, girişimcilerin karşılaştıkları zorlukların azaltılması ve girişimciliğe elverişli bir ekonomik ve kültürel yapının sağlanması, bireysel ve toplumsal seviyede inovasyon anlayışını teşvik edecektir.

Özgün Değer: Araştırma boylamsal dizaynı ile değişkenlerin zaman içerisindeki karşılıklı ilişkilerinin test edilmesine imkan sağlayan özgün bir araştırmadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğilimi, Bireysel Yenilikçilik, İnovasyon, Sosyal Değer

JEL Sınıflandırması: L26, O30, O31

The Mediator Role of Individual Innovativeness Between Social Value of Innovation and Entrepreneurial Intention: A Longitudinal Study

ABSTRACT

Purpose: This study aims to explain the mediation role of individual innovativeness between social values related to innovation and entrepreneurial intention with a longitudinal research model.

Methodology: In that manner, the data were collected during three years from 201 individuals who are taking business and economics education. The data were analyzed by longitudinal analyze techniques.

Findings: The findings supported the mediation role of individual innovativeness between social values of innovation and entrepreneurial intention longitudinally. It has also been seen that entrepreneurial intention has positive effect on individual innovativeness.

Practical Implications: Results shed light on socio-cultural dimension of entrepreneurship and innovation. Declaration of successful entrepreneurship role models, reduction of entrepreneurs' difficulties and providing a convenient economic and cultural structure for entrepreneurship will encourage an understanding of innovation at the individual and societal level.

Originality: Although innovation has been a highly studied topic in the field of entrepreneurship, there has been no longitudinal study design on these variables. This research is an original one that allows the longitudinal design to test the interrelationships of variables within a time.

Keywords: Entrepreneurial Intention, Individual Innovativeness, Innovation, Social Value

JEL Codes: L26, O30, O31

* Dr. Öğr. Üyesi, Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, Ankara, Türkiye, anilboz@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9690-8122

1. Giriş

Günümüzde hızla değişen ve yüksek rekabet içeren işletme ortamı inovasyonu ve değişimi vazgeçilmez unsurlar olarak karşımıza çıkarmaktadır. Her ne kadar inovasyon (innovation) ve yaratıcılık (creativity) yer yer aynı anlamı ifade etmek için kullanılsa da, birbirlerinden farklı kavramlar olduğuna dair açıklamalar yer almaktadır. Yaratıcılık “yeni, daha önce var olmayan bir şeyi yapmak ya da yeni bir fikre sahip olmak” olarak tanımlanırken (Woodman vd., 1993: 293); inovasyon “var olan bir şeye ayak uydurmak ve uygulamak” olarak açıklanmaktadır (Scott ve Bruce, 1994). Unsworth’e (2001) göre yaratıcılık yeni bir fikir üretmek anlamına gelirken, inovasyon var olan alternatifler arasından seçim yapmak ve uygulamaya geçirmek anlamlarını taşır. Benzer şekilde Anderson vd. (2004), yaratıcılık ve inovasyon üzerine yaptıkları açıklamada yaratıcılığın ‘kesin bir yenilik’ anlamı barındırdığını ancak inovasyonun ‘göreceli bir yenilik’ olduğunu ve var olan bir şeyi değiştirerek de inovasyonun ortaya çıkarılabileceğini vurgulamıştır.

Inovasyonun bilimsel bir keşfin aksine örgütlerin uyumlarını ifade eden sosyal bir süreç olduğunu (Carroll, 1967) örgütlerin fikir, ürün, hizmet veya süreçleri ‘ilk defa’ uygulamaya koymaları (Mansfield, 1963) anlamını taşıdığını belirten ifadeler mevcuttur. West ve Farr (1990) inovasyonu, grup, birey veya tüm toplumun yararını hedefleyen, göreceli yeni bir iş fikri, süreç, ürün, hizmet veya yöntem olarak tanımlamıştır. Kanter (1985) ve Curtis ve William (2006) inovasyon tanımlamalarında geliştirme, kabul ve uygulama eylemlerinin tümünü içerdiğini vurgulamışlardır. Değirmencioğlu (2006) inovasyonu, bilimsel bulguların ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi olarak ifade etmiştir.

Yapılan araştırmalarda yenilik (newness) ve inovasyon kavramlarının da birbirleri yerine sıklıkla kullanıldığı ancak temelde farklı anlamlar taşıdıkları ortaya çıkmıştır. Yeniliğin, inovasyon olarak değerlendirilebilmesi yarattığı değer ile gerçekleşebilir. Ürün, hizmet, süreç veya örgüt tabanlı yenilikler işletmelere ve paydaşlarına değer yarattığı sürece inovasyon olarak değerlendirilebilir (Johannessen vd., 2001). Her inovasyon içerisinde yenilik barındırır ancak yenilik ekonomik bir avantaja dönüşmediği sürece kendi başına inovasyon anlamı taşımaz (Kline ve Rosenberg, 2010).

Inovasyon örgütler açısından oldukça büyük bir öneme sahiptir. Değişen çevresel dinamikler içerisinde faaliyet gösteren işletmeler, değişime ayak uyduramaz ve adapte olamazlarsa yok olma noktasına kadar gelebilmektedirler. Inovasyon, örgütlerde genellikle yeni bir ürün veya hizmet geliştirme anlamında kullanılsa

da, işletmelerin örgütsel yapılarında, iş modellerinde, yönetim tekniklerinde, başka bir deyişle işletmelerin tüm fonksiyon alanlarında görülebilir (Jamrog vd., 2006). İnovasyonun işletmeler açısından yaşamsal öneminin kavranması ve geniş uygulama alanı sebebiyle, kavram işletmecilik yazınında oldukça geniş bir yer tutmaktadır. Schumpeter'in (1911, 1934) inovasyon, girişimcilik ve bu kavramların iktisadi düşüncedeki yeri üzerine görüşleri ve çalışmaları da konu üzerine yapılan araştırmaların artmasına yol açmıştır.

Ne var ki inovasyon kavramı uzun yıllar örgüt temelinde incelenmiş bir kavram olup, bireysel ve grup düzeyinde yapılan çalışmalar noktasında eksiklikler görülmektedir (Martín vd., 2007). Hammond vd. (2011) yaptıkları meta-analitik çalışmada örgüt düzeyinde inovasyonun çalışanların, başka bir deyişle bireysel, yenilikçilik düzeyi ile yakından alakalı olduğunu ve dolayısı ile inovasyonun bireysel düzeyde yenilikçi olma ile birlikte değerlendirilmesinin gerekliliğini belirtmişlerdir. İnovasyonun bireysel öncülleri üzerine yapılan çalışmaları analiz ettikleri çalışmalarında alan yazınında var olan eksikliklere de dikkati çekmiş ve inovasyonu etkileyen faktörlerin bireysel, işe ve örgüte ilişkin olabileceği gibi, daha makro düzeyde, bireylerin içinde bulunduğu sosyal, ekonomik veya hukuki çevrelere ilişkin de olabileceğini belirtmişlerdir.

Yenilikçiliğin bireysel düzeyde ele alınması, hali hazırda çeşitli işletmelerde çalışan bireyler ile değerlendirilebileceği gibi, henüz iş gücü piyasasına katılmamış bireylerin girişimcilik eğilimleri bakımından da değerlendirilebilir. Girişimcilik, birey ve toplum için değer yaratan, tehdit ve fırsatların görülüp, maddi ve manevi risklerin üstlenildiği bir inovasyon sürecidir. Girişimciler, geleneksel kalıplara hapsolmayan, yeniliğin, yeni fikirlerin peşinden koşan ve bunları uygulamaya koyan bireylerdir (Onay ve Çavuşoğlu, 2010). Dolayısı ile bireysel yenilikçilik ile girişimcilik birbiri ile yakından ilişkili kavramlardır. Bu doğrultuda, bu çalışmada bireysel yenilikçiliğin, inovasyona atfedilen sosyal değer ve bireylerin girişimsel eğilimi arasındaki aracı rolü ve değişkenler arasındaki boylamsal ilişkileri açıklamak amaçlanmıştır.

Çalışma hem girişimcilik ve yenilik yazınına hem de uygulama alanlarına katkıda bulunacaktır. İlk olarak bireysel yenilikçiliğin girişimsel eğilim üzerindeki etkisini açıklamak, girişimciliği geliştirme uygulamalarında dikkate alınabilecek bir nokta olacaktır. Benzer şekilde inovasyona atfedilen sosyal değerın bireysel yenilikçilik ile ilişkisinin değerlendirilmesi daha önceki çalışmalarda değinilen bireysel,

iş ve örgüte ilişkin değişkenlerden farklı olarak bireylerin yenilikçilik düzeylerine daha makro düzeyden bir bakış açısı sunacaktır. Elde edilen bulgular doğrultusunda toplumların değerlerini gözden geçirmek ve inovasyonu destekleme noktasında bu değerlerin rolünü hesaba katmak arz edecektir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yenilikçilik ve girişimcilik kavramları, yazında yer alan çalışmalar ve bulguları ile açıklanmış, sonrasında araştırmaya ilişkin veri, ölçek ve analize dair yöntemsel bilgilere yer verilmiş, sonuçlar sunulmuş ve değerlendirilmiştir.

2. Literatür Taraması

2.1. Bireysel Yenilikçilik ve Sosyal Değer

Yeniliğin sadece örgüt veya sosyal düzeyde değil, bireysel ve grup bazında da değerlendirilebilecek bir kavram olması bireysel yenilikçilik kavramını ve ona özgü tanımlamaları ortaya çıkarmıştır. Rogers ve Shoemaker (1971) bireysel yenilikçiliği, bir bireyin yeniliğe diğer bireylerden göreceli olarak daha erken uyum gösterme derecesi olarak ifade etmiştir. Hurt vd. (1977) ise yenilikçiliğin bireylerin 'değişim isteği' şeklinde yorumlanabileceğini belirtmiştir. Korucu ve Olpak (2015) ise bireysel yenilikçiliği, bireylerin yeni olana karşı risk alma, uyum sağlama, tolerans gösterme ve yeniyeye ait tecrübelerle açık olma durumu olarak tanımlamışlardır. Janssen vd. (2004) yenilikçiliğin olası çıktılarını inceledikleri çalışmalarında, bu çıktılarının hem olumlu hem de olumsuz olabileceğini belirtmiş ve dolayısı ile bireysel yenilikçiliği etkileyebilecek birçok dinamik olduğundan söz etmişlerdir.

Yenilikçilik her ne kadar bireysel, grupsal ve/veya örgütsel düzeylerde ele alınabilse de, günümüzde yenilikçiliğe bağlamsal bir bakış açısı ile yaklaşılmakta ve yeniliğin gerek bireysel, grupsal gerekse örgütsel olsun bireysel ve çevresel birçok koşula olan bağlılığı üzerine çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Hammond vd., 2011). Eğitim düzeyi ve iş deneyimi gibi demografik özelliklerin yanında, kişilik özellikleri, değer yargıları, sosyal sermaye ve motivasyon gibi birçok bireysel değişken de bireylerin yenilikçilik düzeylerini etkileyebilecek faktörler arasındadır. Basım vd. (2008) kamu çalışanları üzerine yaptıkları araştırmada öz yeterlilik ile yenilikçilik ve risk alma arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit ettiklerini belirtmişlerdir. Benzer şekilde Aydın (2009) cep telefonu kullanıcıları ile yaptığı çalışmada bireylerin sahip olduğu öz saygı ve risk alma özelliklerinin bireysel yenilikçilik üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu bulgulamıştır. Erciş ve Türk (2014) ise yenilikçiliği kişisel değerler ile ilişkisi bakımından inceleme ve kişisel

değerlerin bireylerin yenilikçilik seviyeleri ve tercihleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Casanueva ve Gallego'nun (2010) sosyal sermaye üzerine yaptıkları araştırmada ise bireylerin sahip olduğu gerek yapısal gerekse ilişkisel sosyal sermayenin yenilikçilik düzeylerini etkileyebileceği ortaya konulmuştur.

Yenilikçilik ve demografik özelliklere ilişkin çalışmalar incelendiğinde farklı bulguların elde edildiği göze çarpmaktadır. Korucu ve Olpak (2015) öğrenciler üzerine yaptıkları araştırmada, her ne kadar sınıf düzeylerine göre bireysel yenilikçilik düzeylerinin farklılaştığını belirtse de, cinsiyete ilişkin bir farklılık elde edememişlerdir. Diğer taraftan Türker ve İnel'in (2012) denetim odaklılığı ve bireysel yenilikçilik üzerine yaptıkları araştırmada, dış denetim odaklılık ile yenilikçilik arasında negatif bir ilişki tespit edilmiş ve bu ilişkinin kadın ve erkekler arasında farklılaştığı ortaya konmuştur.

Bireysel yenilikçiliği bireye özgü değişkenler yanında işe veya örgüte ilişkin değişkenlerle de inceleyen birçok araştırma mevcuttur. Örgüt yapısı, kültürü, örgütsel ödüllendirme sistemi (Pierce ve Delbecq, 1977), amir desteği, liderlik ve lider desteği (Scott ve Bruce, 1994), işyeri koşulları, iş özellikleri (özerklik, anlamlılık gibi), iş talepleri (Martín vd., 2007) gibi birçok iş ve örgüt dinamikleri bireylerin yeni fikirleri geliştirme, kabul etme ve hayata geçirme düzeylerini etkilemektedir (Gilson, 2002). Yapılan tüm bu alan yazını araştırmasına göre özellikle ulusal yazında bireysel yenilikçiliğin daha çok eğitimciler ve tüketiciler üzerinde çalışıldığı ve bireysel ve örgütsel değişkenler ile ilişkilendirildiği görülmüştür.

Yenilikçilik, bireye, işe ve/veya örgüte ilişkin özelliklerden etkilenebileceği gibi, daha makro düzeyde, içinde bulunulan sosyal, kültürel, ekonomik ve hukuki çevreden de etkilenebilmektedir. Yenilikçilik her ne kadar işletme yazınında daha çok ekonomik bir değer üretimi gerçekleştirilmesi bakımından ele alınsa da, sosyal, kültürel ve politik faktörlerle de yakından ilişkilidir. İnsanların sosyal bir varlık olması ve sosyo-kültürel dinamiklerin bulunduğu toplumları oluşturmaktan hareketle, bireysel yenilikçiliği sosyal değerlerden ayrı düşünmek eksik bir değerlendirmeye olacaktır. Değer, felsefe, psikoloji, sosyoloji ve yönetim gibi birçok farklı disiplin tarafından tanımlanmış ve incelenmiş bir kavramdır. Değer, bireylerin duygu ve düşüncelerini, davranışlarını, tutumlarını ve olaylara bakış açılarını etkileyen, onlara rehberlik eden temel ilke ve inançlardır. Bireylere neyin iyi neyin kötü

olarak değerlendirildiğine dair ipuçları verir ve nesilden nesile aktararak ilerler. Uzun bir zaman içerisinde oluşur ve köklü inançlar oldukları için değişimleri de zaman alır. Hayatın her aşamasında bireyin davranış ve düşüncelerini etkileyebilmektedirler. Toplumu oluşturan bireyler bu değerleri, aile, arkadaş çevresi, eğitim sistemi (okul, öğretmen, kitaplar) ve medya araçları (televizyon, radyo, ,internet) gibi yollarla yeni nesillere aktarırlar. Değerler sosyo-kültürel ve psikolojik pratikler içerdiği için bireyler içerisinde buldukları toplumun sunduğu değer yargılarına göre tutum ve davranış geliştirmeye yönelirler.

İçinde bulunulan sosyal çevrede inovatif fikirlere verilen değer ve gösterilen kabul bireylerin yeni fikirler geliştirme ve uyum sağlama düzeylerini de etkileyecektir. Yenilikçilik ve inovasyona atfedilen sosyal değerler üzerine yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olsa da, Roxas vd.'nin (2008) gerçekleştirdiği kavramsal çalışmada, girişimcilik bilgilerinin girişimsel niyete dönüşmesi noktasında sosyal değerlerin rolünden ve yenilikçiliğe atfedilen sosyal değerlerden söz edilmiştir. Bireysel yenilikçilik girişimcilik ve girişimsel eğilimlerle de oldukça yakından ilişkilidir. Shavinina (2013) yenilikçiliğin ilişkili olduğu en önemli unsurlardan birinin de girişimsel yetenekler ve eğilimler olduğunu belirtmiştir. İnovasyona atfedilen sosyal değer arttıkça bireylerin yenilikçilik düzeyleri de artış gösterecektir. Tüm bu alan yazını incelemeleri doğrultusunda araştırma hipotezlerimizden ilki şu şekildedir;

H₁: İnovasyona atfedilen sosyal değer ile bireysel yenilikçilik arasında boy-lamsal olarak olumlu bir ilişki mevcuttur.

2.2. Bireysel Yenilikçilik ve Girişimsel Eğilim

Girişimciler, piyasadaki fırsatları gören, maddi ve manevi riskler alarak yeni iş fikri geliştiren, uygulamaya koyan ve bunun sonucunda maddi ve manevi karşılık uman kişilerdir. Bireylerin girişimcilik eğilimlerinin oluşması üzerine ekonomik, sosyolojik ve psikolojik unsurların her birinin etkisi bulunmaktadır ve bu etkiler farklı kuramsal yaklaşımların odağı olmuştur. Girişimciliğe dair ekonomik kuramlar girişimcilerin kar elde etme güdüsü üzerinde durarak girişimciliğin bireysel ve toplumsal iktisadi faydaları üzerine yoğunlaşmışlardır. Ne var ki bu kuramlar girişimcilik eğilimini açıklamaktan çok, girişimci olunduktan sonra elde edilen iktisadi değerler üzerinedir. Girişimciliğe yönelik psikolojik kuramlar, neden bazı insanların girişimci olma niyet ve davranışı gösterirken, diğerlerinin göstermemesini

açıklamaya çalışmış ve bu noktada demografik ve kişilik özellikleri üzerinde durmuşlardır. Buna göre girişimcilik kişisel bir eylem ve karardır ve bireylerin tutum ve kişiliklerinden ayrı düşünülemez. Türkiye’de risk alma eğilimi (Gurel vd., 2010), belirsizliğe tolerans (Erdem, 2001), kendine güven (Naktiyok vd., 2010), başarı odaklılık, içsel kontrol odaklılığı (Keleş, 2013) ve deneyime açıklık (Mert vd., 2017) gibi birçok kişilik özelliği kişilerin girişimsel eğilimleri üzerinde etkili bireysel unsurlar olarak belirtilmiştir (Bozkurt, 2006). Psikolojik yaklaşıma göre girişimcilerin sahip oldukları bir takım demografik özellikler de zaman içerisinde girişimsel eğilimlerini etkilemektedir. Arslan (2002) üniversiteli öğrenciler üzerine yaptığı çalışmada, öğrencilerin ailelerinin gelir seviyesinin yüksek, ailedeki çocuk sayısının az ve babalarının eğitim seviyesinin yüksek olmasının girişimsel eğilimlerini artırıcı bir etki yarattığını belirtmiştir. Benzer şekilde İbicioğlu vd. (2009) de yaptıkları çalışmada anne ve babaların demografik özelliklerinin ve yaşam standartlarının çocukların girişimci olma tercihleri üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Bireysel yenilikçilik girişimsel eğilimlerle oldukça yakından ilişkili bir diğer kişisel özelliktir. Schumpeter, girişimciyi piyasaya yenilik ve değişim katan bireyler olarak tanımlamıştır. Schumpeteryan yaklaşıma göre girişimci ve yeniliği ayrı düşünmek olanaksızdır (Semerci ve Mutlu, 2016). Girişimciler, yeni fikirlerin kabulünde ve gelişimde diğer bireylerden ayrılırlar ve bu sayede değişimi hayata geçirirler. Drucker’a (2014) göre yenilik girişimcilerin amaçlarına ulaşmak için sahip olması gereken bir araçtır. Ne var ki yenilik her zaman teknolojik bir gelişim olmak zorunda değildir. Yenilik girişimci faaliyetlerinin her alanında görülebilir. Ürünün kendisinde yeniliğe gidilebileceği gibi, ürünün sunumunda, üretim, dağıtım, pazarlama süreçlerinde veya örgütün genel yapısında yenilikler gerçekleştirilebilir. Dolayısı ile yeniliği sadece teknolojik bir terim olarak değil aynı zamanda iktisadi ve sosyal bir terim olarak düşünmek daha doğru yaklaşımdır (Crumpton, 2012).

Bireysel yenilikçiliği kişisel bir özellik olarak ele alan ve girişimcilik ile ilişkisini inceleyen araştırmalar gerek ulusal gerekse uluslararası yazında mevcuttur (Bartam, 2005; Çolakoğlu ve Gözükara, 2016; Korkmaz, 2012; Lumpkin ve Dess, 1996; Özden vd., 2008; Wagener vd., 2010; Ward, 2004). Tüm bu çalışmalar yenilikçilik ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelerken, bu etkinin boylamsal olarak incelenmesi noktasında eksik kalmaktadırlar. Bireysel yenilikçilik geliştirilebilir ve öğrenilebilir bir kavramdır. Dolayısı ile zaman içindeki seyrini ve girişimsel eğilim üzerindeki etkisini incelemek önem taşımaktadır. Yüksek bireysel yenilikçilik düzeyine sahip bireyler, yüksek girişimsel eğilimler gösterecektir. Bu

doğrultuda bu çalışmada aşağıdaki hipotez geliştirilerek, test edilmeye çalışılmıştır.

H₂: Bireysel yenilikçilik ile girişimsel eğilim arasında boylamsal olarak olumlu bir ilişki mevcuttur.

2.3. Sosyal Değer ve Girişimsel Eğilim

Psikolojik kuramların incelediği ve bireylerin girişimcilik eğilimlerine olumlu etkisi bulunan kişisel özellikler girişimciliği açıklamak için yeterli değildir. Bireyler içinde buldukları toplumdan ve toplumsal değerlerden ayrı düşünülmemelidir. Bu nedenle sosyolojik kuram, girişimcilikle sosyal yapının ya da değerlerin ilişkisini açıklama noktasında devreye girmiştir. Weber'in dini değerlerin iş dünyasındaki etkileri üzerine olan görüşleri, girişimcilik yazınındaki sosyolojik yaklaşımlara da ışık tutmuştur (Brouwer, 2002). Sosyolojik yaklaşıma göre girişimcilik, toplumsal koşulların etkilediği bir faaliyettir.

Yapılan araştırmalar bireylerin kariyer tercihlerinde toplumda hâkim olan sosyal değerlerden etkilenecek karar verdiklerini ve bu sosyal değerlerin bireyleri her aşamada etkilediğini göstermiştir (Kothari, 2015). Daha önce de belirttiği üzere sosyal değerler nesilden nesile aktarılan ve toplumda genel kabul görmüş köklü inançları ifade etmektedir. Girişimciliği etkileyen sosyal değerler girişimcilik için sunulan fırsatlar açısından da değerlendirilebilir. Buna göre toplum sahip olduğu değerlerle girişimciliği ne kadar uygun bir kariyer olarak görür ve aktarırsa, girişimcilik için de o kadar elverişli ortam oluşacaktır (Dubina ve Ramos, 2013). Yeniliğe bakış açısı ve atfedilen değer de girişimciler açısından fırsat olarak düşünülebilir. Toplumun inovasyona atfettiği sosyal değerlerin olumlu yönde olması, bireylerin yeni fikirleri uygulama noktasında cesur davranmalarını ve değişime hazır olmalarını sağlayabilecektir. Böylece gelişen bireysel yenilikçilik düzeyleri sayesinde girişimsel eğilimleri, fikirlerini hayata geçirme ve kendilerine maddi, manevi karşılık umma beklentileri de, yükselecektir. Benzer şekilde, Thomas ve Mueller (2000) toplumların kültürel yapılarının bireylerin geliştirdikleri kişisel özellikleri üzerinde etkili olabileceğini belirtmişlerdir. Yaptıkları araştırmaya göre, bireysel toplumlarda yenilikçiliğin ve içsel kontrolün, kolektivist toplumlardaki bireylerle kıyaslandığında, daha yaygın bir kişilik özelliği olacağını belirtmişlerdir. Yenilikçiliğe atfedilen sosyal değer, bireylerin yenilikçilik düzeyleri ile pozitif yönlü bir ilişkide olacak ve bu da girişimsel eğilimleri arttıracaktır. Buna göre bu çalışmada

da inovasyona atfedilen sosyal değer, sosyolojik bir unsur olarak, bireylerin yenilikçilik düzeyleri üzerinden girişimsel eğilimlerini etkileyeceği varsayılmıştır ve aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₃: Bireysel yenilikçilik, inovasyona atfedilen sosyal değer ve bireylerin girişimsel eğilimleri arasında boylamsal aracı bir role sahiptir.

Tüm bu yazın incelemesi ve kuramlar ışığında araştırmanın hipotezleri geliştirilmiş ve girişimsel eğilimin hem bireysel özellik hem de sosyal değer ile birlikte boylamsal olarak değerlendirilmesi amacı ile araştırma modeli oluşturulmuştur. Çalışmanın bir sonraki bölümlerinde araştırmanın veri toplama süreci, kullanılan ölçüm araçları, analizler, araştırma modeli (Şekil 1) ve bulgular sunulmuştur.

3. Yöntem

3.1. Veri

Araştırmanın verileri Türkiye'deki bir devlet üniversitesinde işletme ve iktisat eğitimi gören bireylerden elde edilmiştir. Araştırmanın birinci aşamasında 2015 yılında 248 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Sonrasında 2016 ve 2017 yıllarında da aynı katılımcılara ulaşılmaya çalışılmış ancak mezuniyet durumu veya çalışmaya katılmak istemeyenlerin olması gibi sebeplerden ötürü üç yıl sonunda veri toplanabilen katılımcı sayısı 201 olmuştur. Katılımcıların 2017 yılındaki yaş ortalaması 22,3 ve % 52,8'si kadındır.

3.2. Ölçüm Araçları

Bireysel yenilikçilik ölçeği Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilen ve 20 maddeden oluşan bir ölçektir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen uyarlama çalışmasında ölçek güvenilirliği 0,82 olarak elde edilmiştir. Ölçek maddeleri 4 faktör altında toplanmıştır bunlar; yeniliğe direnç (örn. madde: "*Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir*") fikir liderliği (örn. madde: "*Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar*") deneyime açıklık (örn. madde: "*Yeni fikirlere açığımdır*") ve risk alma (örn. madde: "*Belirsizlikler beni güdüler*") şeklindedir. Ölçekte yer alan sekiz negatif ifade ters kodlanarak değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışmanın inovasyona atfedilen sosyal değer ve girişimsel eğilime ilişkin değişkenlerinin ölçümü ise Liñán, vd. (2011) tarafından geliştirilen ölçekten uyar-

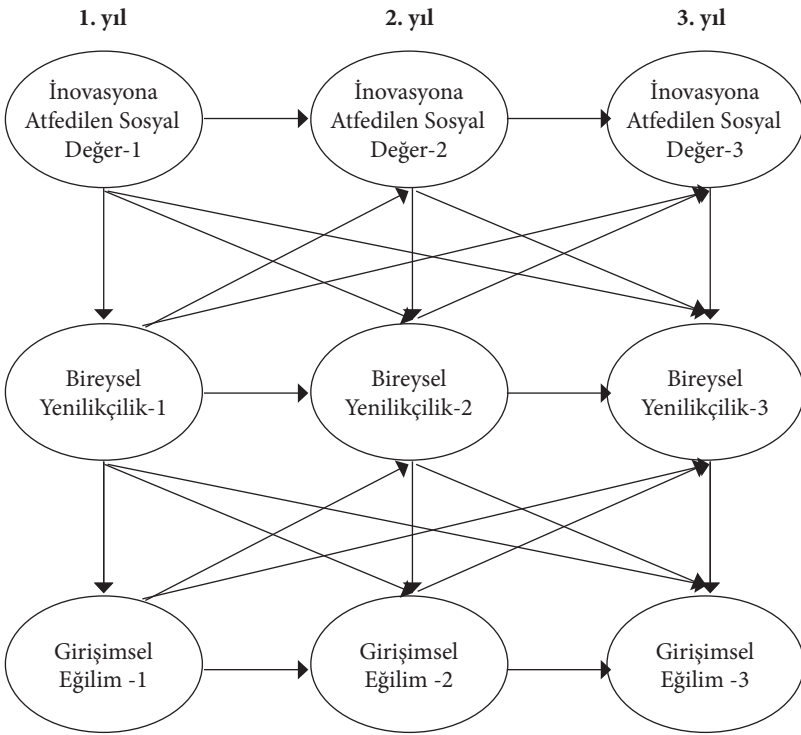
lanmıştır. Girişimsel eğilim ölçeğinin güvenilirliği 0,89 sosyal değer ölçeğinin ise 0,85 olarak belirtilmiştir. Girişimsel eğilim maddeleri aynen uyarlanmış ancak inovasyona atfedilen sosyal değer Liñán, vd.'nin (2011) geliştirdiği girişimciliğe dair sosyal kabul maddelerinden esinlenilerek oluşturulmuştur. Ölçeklerin Türkçe'ye çevrilmesinde 4 dil bilimci ve inovasyon ve girişimcilik alanında çalışan 1 akademisyen görev almıştır. 2 dil bilimci ölçeği İngilizce'den Türkçe'ye, diğer 2 dil bilimci ise Türkçe'den tekrar İngilizce'ye çevirmiştir. Elde edilen nihai ölçek inovasyon ve girişimcilik alanında çalışan bir akademisyen tarafından kontrol edilmiştir. Ölçeğin tutarlılığını sağlamak amacıyla İngilizce İşletme alanında eğitim gören 50 öğrenciye 20 gün ara ile Türkçe ve İngilizce ölçek formları uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ölçek maddelerinin arasındaki korelasyon 0,72 ile 0,88 arasında değişmektedir. Ölçek ilk defa uyarlandığı ve örneklem üzerinde doğrulanması yerine, geliştirilen ölçeğin faktör yapısının açıklanması amaçlandığı için açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Türkçe ölçeğin faktör yapısı İngilizce versiyonu ile paralellik göstermiş ve girişimsel eğilim (örn. madde: *"Girişimci olmak için ne gerekiyorsa yapmaya hazırım"*) ve inovasyona atfedilen sosyal değer maddeleri (örn. madde: *"Bulduğum çevrede yenilikçi iş fikirleri, tüm risklerine rağmen, faydalı ve zahmete değer görülmektedir"*) ayrı ayrı tek faktör altında toplanmışlardır. Buna göre girişimsel eğilim altı, inovasyona atfedilen sosyal değer dört maddeden oluşmaktadır. Tüm maddeler ilgili oldukları değişkenlerde 0,53 ve üzeri faktör yükleri ile yer almaktadırlar. İç tutarlılık testi olan Cronbach Alpha değerleri ise sırasıyla 0,80 ve 0,78 olarak elde edilmiştir.

3.3. Analiz

Çalışmanın analizleri, üç aşamadan oluşmaktadır. Hipotez testlerine geçmeden önce ilk olarak yıllar içerisinde toplanmış verinin ölçüm eşdeğerliğine sahip olup olmadığına bakılmıştır. Bunun için boylamsal ölçüm analizi olarak da bilinen analiz uygulanmış ve boylamsal doğrulayıcı faktör analizi ile araştırma modelini oluşturan değişkenlerin yıllar içerisindeki eşdeğerliğine bakılmıştır. Cole ve Maxwell'in (2003) de belirttiği üzere ölçüm eşdeğerliğinin kontrolü oldukça önemlidir ancak katı değişmezlik ya da sıkı sıkıya bir eşdeğerlik bulmak oldukça az rastlanan ve zor bir durumdur. Bu nedenle faktör yapılarının biçimsel olarak uyduğu ve faktör yüklerinin yıllar içerisinde denk olduğu bir modele sahip olmak, başka bir deyişle kısmi eşdeğerlik elde etmek, birçok araştırmada yeterli kabul edilmektedir. Bu doğrultuda herhangi bir kısıtı bulunmayan kısıtlanmamış model ve maddelerin yıllar içerisindeki faktör yükleri eşitlenerek kısıtlanmamış model oluşturulmuş ve birbirleri ile karşılaştırılmıştır. Modellerin karşılaştırılmasında ki

kare fark testi dikkate alınmış ve kısıtlanmış model ile kısıtlanmamış model arasında anlamlı bir ki kare farkının bulunup bulunmadığı kontrol edilmiştir.

Yıllar içindeki ölçüm eşdeğerliği test edildikten ve değişkenlerin faktör yapıları ortaya konduktan sonra maddelerin ortalamaları alınarak değişkenler oluşturulmuştur. Bir sonraki bölümde Tablo 1’de değişkenler arası korelasyon değerleri, değişkenlerin Cronbach Alpha değerleri ve tanımlayıcı istatistik değerleri sunulmuştur. Ayrıca değişkenlerin yıllara göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermek amacıyla ANOVA uygulanmış ve sonuçlar aynı tabloda gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Analizlerin son aşamasında, hipotez testine geçilmiş ve boylamsal yapısal modeller oluşturularak birbirleri ile karşılaştırılmıştır. Böylece veri ile en iyi uyumu gösteren ve değişkenler arası ilişkileri açıklayan model elde edilebilmiştir. Bunun için öncelikle temel model (base model) olarak da adlandırılan model oluşturul-

muştur. Bu modelde bağımsız ve bağımlı değişkenlerin aynı yıl içerisindeki ilişkileri ortaya konmuştur. İkinci ve üçüncü modeller olan ileri tek-yönlü ilişkiler (forward unidirectional model) ve ters tek-yönlü ilişkiler modellerinde (backward unidirectional model) değişkenlerin elde edildikleri yıldan sonraki etkileri analiz edilmeye çalışılmıştır. Son olarak tüm bu modeller bir araya getirilerek karşılıklı veya çift-yönlü ilişkiler modeli (reciprocal or bidirectional model) oluşturulmuş ve elde edilen verilerin hangi modelde en iyi uyumu ve açıklama sağladığı analiz edilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Boylamsal Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular

Boylamsal ölçüm modelinde her bir yıl için elde edilen model uyum göstergeleri kabul edilebilir sınırlar arasında çıkmıştır (Hu ve Bentler, 1999): 1. yıl $\chi^2/df = 1,94$; $CFI = 0,95$; $SRMR = 0,05$; $RMSEA = 0,04$; 2. yıl $\chi^2/df = 1,78$; $CFI = 0,95$; $SRMR = 0,04$; $RMSEA = 0,05$ ve 3. yıl $\chi^2/df = 1,83$; $CFI = 0,95$; $SRMR = 0,06$; $RMSEA = 0,05$). Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre tüm maddeler ilgili oldukları gizil değişkenlerde 0,48 ve üzeri faktör yükleri ile yer almaktadırlar. Boylamsal ölçüm eşdeğerliği testi sonuçlarına göre, kısıtlanmamış model ile yıllar içindeki faktör yükleri eşitlenerek kısıtlanmış model arasında anlamlı bir ki kare farklılığı elde edilmemiştir ($\Delta\chi^2 = 14,2$, $p = 0,63$). Dolayısı ile araştırma modelimizde yıllar arasında bir ölçüm eşdeğerliği olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon değerleri

Yıllar İtibariyle Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. İnovasyona Atfedilen Sosyal Değer-1	1								
2. İnovasyona Atfedilen Sosyal Değer-2	0,81	1							
3. İnovasyona Atfedilen Sosyal Değer-3	0,78	0,76	1						
4. Bireysel Yenilikçilik-1	0,34	0,38	0,27	1					
5. Bireysel Yenilikçilik-2	0,28	0,26	0,20	0,54	1				
6. Bireysel Yenilikçilik-3	0,31	0,25	0,24	0,58	0,49	1			
7. Girişimsel Eğilim-1	0,18	0,21	0,19	0,33	0,37	0,29	1		
8. Girişimsel Eğilim-2	0,14	0,15	0,15	0,30	0,35	0,37	0,61	1	
9. Girişimsel Eğilim-3	0,12	0,11	0,14	0,44	0,45	0,44	0,63	0,64	1
Ortalama	3,82	3,78	3,75	4,01	4,10	4,08	3,52	3,48	3,47
Standart Sapma	1,02	1,03	1,01	0,95	0,86	0,97	1,41	1,41	1,42

Not: Tabloda belirtilen korelasyon değerlerinin tümü anlamlıdır ($p < 0,05$).

Ölçüm eşdeğerliğinin elde edilmesinden sonra değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistik değerler ve korelasyonlar hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 1’de sunulmuştur. Ayrıca değişkenler arasında zamana göre bir farklılık olup olmadığını anlayabilmek için ANOVA uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre inovasyona atfedilen sosyal değer ($F_{2, 609} = 0,42, p = 0,61$), bireysel yenilikçilik ($F_{2, 609} = 0,58, p = 0,68$) ve girişimsel eğilim ($F_{2, 609} = 0,47, p = 0,72$) değişkenlerinde zamanlar arasında anlamlı bir farklılık elde edilmemiştir.

4.2. Boylamsal Yapısal Modele İlişkin Bulgular

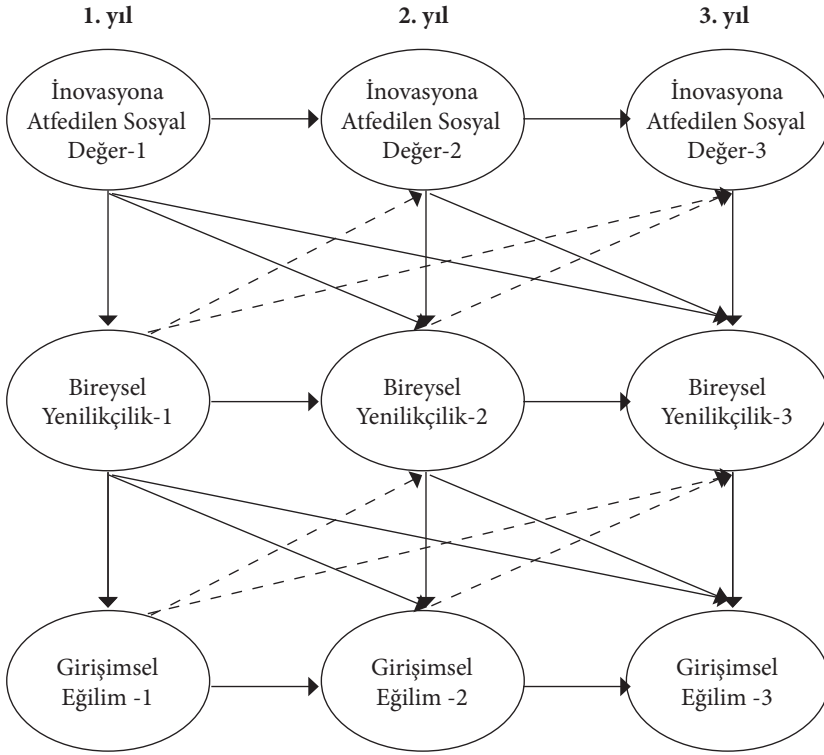
Çalışmanın analiz kısmında açıklandığı üzere hipotezlerin testi aşamasında alternatif yapısal modeller geliştirilerek birbirleri ile kıyaslanmıştır. Elde edilen sonuçlar model uyum göstergeleri ve ki kare farklılıklarına göre değerlendirilmiş ve bulgular Tablo. 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Boylamsal modellerin model uyum göstergeleri

Boylamsal modeller	χ^2	CFI	SRMR	RMSEA	$\Delta\chi^2$
Temel model	160,2	0,94	0,06	0,04	
İleri-tek yönlü ilişkiler modeli	148,6	0,94	0,06	0,04	11,6*
Ters-tek yönlü ilişkiler modeli	132,1	0,95	0,05	0,03	16,7*
Çift yönlü ilişkiler modeli	120,7	0,95	0,05	0,03	11,4*

* $p < 0,05$.

Buna göre, temel model olan ve aynı zaman diliminde değişkenler arası ilişkileri ortaya koyan ilk model, uyum indisleri bakımından kabul edilebilir bir aralıktadır. Ne var ki ileri-tek yönlü ilişkilerin tanımlandığı ikinci model ilk modelden anlamlı derecede daha iyi bir uyum sunmuştur ($\Delta\chi^2 = 11,6, p = 0,03$). Her iki modelde de değişkenler arası ilişkiler anlamlıdır. Üçüncü model olan ters-tek yönlü ilişkiler modeli ikinci model ile kıyaslandığında model uyum göstergeleri bakımından anlamlı bir iyileşme elde edilmiş ($\Delta\chi^2 = 16,7, p = 0,03$) ancak bazı değişkenler açısından anlamlı ilişkiler bulunamamıştır. Modeli iyileştirmek açısından anlamsız ilişkiler modelden çıkarılmış (bkz. Şekil 2) ve son olarak karşılıklı ilişkiler modeli oluşturularak tekrar analiz edilmiştir. Elde edilen bu son model de kendisinden önceki ters-tek yönlü ilişkiler modeline göre anlamlı bir iyileşme gerçekleştiğini göstermiştir ($\Delta\chi^2 = 11,4, p = 0,04$). Buna göre araştırma modelinin son haline ulaşılmış ve elde edilen model Şekil 2’de sunulmuştur.



Şekil 2. Elde edilen boylamsal yapısal model

Not: Kesikli çizgiler anlamsız bulunan ve modelden çıkarılan ilişkileri göstermektedir.

Elde edilen son modele göre değişkenler arası ilişkilere bakıldığında, birinci yılda elde edilen inovasyona atfedilen sosyal değer ikinci ve üçüncü yıldaki bireysel yenilikçilik üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu ($\beta = 0,19; p < 0,01$; $\beta = 0,21; p < 0,01$), aynı şekilde ikinci yılda elde edilen inovasyona atfedilen sosyal değer de bir sonraki yılda bireylerin sahip olduğu yenilikçilik düzeyi üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu elde edilmiştir ($\beta = 0,18; p < 0,01$). Bireysel yenilikçiliğin inovasyona atfedilen sosyal değer üzerindeki etkisinde ise herhangi anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu durum aralarında tek yönlü boylamsal bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Bireysel yenilikçilik ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiye bakıldığında ise hem ileri hem de ters yönlü bir ilişki bulunduğu görülmüştür. Birinci yılda elde

edilen bireysel yenilikçilik sonraki (ikinci ve üçüncü) yıllardaki bireylerin girişimsel eğilimleri üzerinde pozitif etkiye sahip bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır ($\beta = 0,15$; $p < 0,01$; $\beta = 0,17$; $p < 0,01$). Benzer şekilde ikinci yılda elde edilen bireysel yenilikçiliğin de bireylerin bir sonraki girişimsel eğilimleri üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görülmüştür ($\beta = 0,14$; $p < 0,01$). Aynı zamanda bireylerin girişimsel eğilimlerinin sonraki yıllardaki yenilik düzeylerini etkilediği görülmüştür. Buna göre, birinci ve ikinci yılda elde edilen girişimsel eğilim katılımcıların bir sonraki yıl ki bireysel yenilikçilik düzeylerini olumlu etkilemektedir ($\beta = 0,11$; $p < 0,01$; $\beta = 0,12$; $p < 0,01$). Ne var ki girişimsel eğilimin bireysel yenilik üzerindeki etkisi bir yıl ile sınırlıdır ve birinci yıldaki girişimsel eğilimin üçüncü yıldaki bireysel yenilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı elde edilmiştir ($\beta = 0,07$; $p > 0,05$).

Tablo 3. Sobel test sonuçları

1. yıl	2. yıl	3. yıl	Sobel test (z)
İnovasyona atfedilen sosyal değer	Bireysel yenilikçilik	Girişimsel eğilim	3,23**

Bireysel yenilikçiliğin inovasyona atfedilen sosyal değer ve girişimsel eğilim arasındaki aracı etkisi Cole ve Maxwell'in (2003) belirttiği gibi Sobel testi ile doğrulanmıştır. Ne var ki tersi yönde bir (girişimsel eğilimin bireysel yenilikçilik üzerinden inovasyona atfedilen sosyal değeri etkilemesi şeklinde) aracılık etkisi elde edilmemiştir.

5. Tartışma

Çalışmanın sonuçlarını üç ana aşamada incelemek kavramların ve ilişkilerin daha net açıklanabilmesi açısından önemlidir. Çalışmanın ilk aşaması inovasyona atfedilen sosyal değerlerin bireylerin yenilikçilik düzeylerini etkileme durumu üzerinedir. Elde edilen sonuçlar atfedilen sosyal değerlerin bireylerin yenilikçilik düzeyleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve bu etkinin boylamsal olarak var olduğunu göstermiştir. Üstelik bu etkinin sadece bir yıllık bir süre içinde değil, üçüncü yıldaki bireysel yenilikçilik üzerinde de etkisi bulunmuştur. Koellinger (2008) yaptığı çalışmada neden bazı girişimcilerin diğerlerine göre daha çok inovatif olduklarını anlamaya çalışmış ve işsizlik, yüksek eğitim seviyesi veya kendine güven gibi faktörlerin bireylerin yenilikçilik düzeylerini etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Elde edilen bu sonuç, yeniliğin sosyal bir değer olarak incelenmesi ve toplumun atfettiği değerlerin birey üzerindeki etkisinin görülmesi bakımından alan yazınına katkı sağlamaktadır.

Ne var ki bireysel yenilikçilik ve sosyal değer arasındaki ilişki tek yönlü bir ilişkidir, herhangi ters yönlü bir ilişki (bireysel yenilikçiliğin atfedilen sosyal değere etkisi) elde edilememiştir. Dolayısı ile karşılıklı bir ilişkinin varlığından söz edilememektedir. Bu durum bireylerin içinde bulunduğu sosyal yapının inovasyona atfettiği değeri farklı sosyal ve kültürel değişkenlerin açıkladığı yönünde yorumlanabilir. Özensel (2003) sosyolojik anlamda değer kavramını bireylerin dışında bir olgu olarak değerlendirmiş ve her ne kadar toplumları bireyler oluştursa da, bir takım kavramlara atfedilen sosyal değerın bireysel düzeyde bir açıklama ile açıklanamayacağını belirtmiştir. Toplumun ekonomik yapısı, geçmiş, yönetilme biçimi, gelenekleri, inançları ve diğer kültürel özellikleri o toplumun değerlerini oluşturan ve şekillendiren faktörler arasında sayılabilir. Diğer taraftan, yeniliğin yayılımının bireysel yenilikçilikten başlayıp, tüm toplumu kapsayacağını ve sosyal değerleri etkileyebileceğini varsaymakta mümkündür. Bu durumda her ne kadar boylamsal çalışmaların kesitsel çalışmalara kıyasla daha çok genelleme yapma imkanı sunduğu belirtilse de, daha uzun zaman aralıklarında ve/veya farklı kültürel geçmişlere sahip toplumlarda çalışmanın tekrarlanması, bireysel yenilikçiliğin inovasyona atfedilen sosyal değer üzerindeki etkisini anlamaya yardımcı olacaktır.

Çalışmanın bir diğer bulgusu bireysel yenilikçilik ile girişimsel eğilim arasındaki ilişki üzerinedir. Bireysel yenilikçilik ve girişimsel eğilim arasında pozitif ve karşılıklı boylamsal bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre, bireysel yenilikçilik girişimsel eğilimi pozitif yönde, girişimsel eğilim de bireysel yenilikçiliği pozitif yönde ancak bir yıllık zaman aralığında etkilemektedir. Elde edilen bu çift yönlü ilişki alan yazınında daha önce araştırılmamış ve ortaya çıkarılmamıştır. Yapılan birçok araştırmada tek yönlü olarak yeniliğin girişimsel eğilimi destekleyen bir özellik olduğu belirtilirken (Hayton vd., 2002; Korkmaz, 2012; Mueller ve Thomas, 2001), bu çalışma ile girişimsel eğilimin de bireylerin değişime, yeni fikirlere olan kabullenme, uyum ve uygulama süreçlerine olumlu etki ettiği ortaya çıkarılmıştır. Her ne kadar, ülke ekonomileri düzeyinde, girişimcilik faaliyetlerinin artmasının yeniliği teşvik ettiği daha önce yapılan çalışmalarda belirtilse de (Evrensel ve Ott, 2015; Lazonick, 2008), bu çalışma ile bireysel düzeyde girişimsel eğilimlerin kişinin yenilikçilik düzeyi üzerindeki olumlu etkisi gözler önüne serilmiştir. Dikkat edilmesi gereken bir diğer bulgu da bu etkinin bir yıllık bir zaman aralığında bulunmuş olmasıdır. Bireysel yenilikçiliğin girişimsel eğilim üzerindeki etkisinin iki yılın sonunda da anlamlı olduğu görülürken, girişimsel eğilimin bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisi çalışmamız da bir yıl içinde sınırlı kalmıştır. Ne var ki ileride

gerçekleşecek olan çalışmalarda üç yıldan daha uzun bir zaman diliminde veri toplanır ve analiz edilirse girişimsel eğilimin etkisi daha iyi ortaya konulabilir.

Elde edilen tüm bu sonuçlar hem araştırmacılar hem de iş dünyasının aktörleri için uygulamaya dönük önemli katkılar sunmaktadır. Girişimcilik ve inovasyon günümüz ekonomileri için oldukça önemli konulardır. Türkiye’de kamu kurumları, veya sivil toplum kuruluşları gerek finansal gerekse bilgi bakımından girişimciliği destekleyici politikalar izleyip, stratejiler geliştiriyor olsalar da, konunun sosyo-kültürel boyutunun da göz ardı edilmemesi gerekmektedir. İnovasyona atfedilen sosyal değer bireysel yenilikçiliği ve dolaylı olarak da bireylerin girişimsel eğilimini etkilemesinden hareketle, benimsenen olumsuz önyargıların aşılması ve oluşabilecek direncin kırılması gerekmektedir. Girişimsel eğilimlerin de bireysel yenilik üzerindeki olumlu etkileri düşünülürse, başarılı girişimcilik örneklerinin duyurulması, desteklenmesi, girişimcilerin karşılaştıkları engel ve zorlukların azaltılması ve girişimciliğe elverişli bir ekonomik ve kültürel yapının sağlanması bireysel ve toplumsal seviyede inovasyon anlayışını teşvik edecektir.

6. Sonuç

Çalışmadan boylamsal ve kapsamlı bulgular elde edilmiş olsa da her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da belirli kısıtlar ve sınırlılıklar mevcuttur. İlk olarak her ne kadar boylamsal çalışmalar kesitsel çalışmalarla kıyaslandığında daha genellenebilir ve neden-sonuç ilişkilerinin daha sık görüldüğü araştırma modelleri olarak görülse de, bu çalışmadan elde edilen bulgularla neden-sonuç ilişkisini kesin bir şekilde belirtmek mümkün olmamaktadır. İlerleyen zamanlarda yapılacak boylamsal deneysel çalışmalar ile değişkenler arası ilişkileri etkileyebilecek diğer faktörler kontrol altına alınarak daha doğru bir neden-sonuç ilişkisinden söz edilebilir. Ne var ki bireysel yenilikçilik değişkeninin öncülleri ve sonuçları noktasında bu çalışma güçlü ampirik kanıtlar sunmaktadır. Her değişkeni üç yıl boyunca ölçümlemek, değişkenler arasındaki değişmezliği ve yıllar içindeki tek yönlü ve çift yönlü ilişkileri ortaya koymak bu çalışmayı alan yazınındaki diğer çalışmalardan ayıran güçlü bir taraftır.

Çalışmada kullanılan veriler Türkiye’den elde edilmiştir ve çalışmanın değişkenlerinden biri de sosyal değerler olduğu için Türk toplumunun sahip olduğu sosyal değerlerden söz edilmektedir. Farklı araştırmalarda farklı toplumlardan veri elde edilip analiz edilmesi, değişkenler arası ilişkileri daha kapsamlı açıklayabile-

cektir. Ayrıca çalışmada demografik değişkenlere (cinsiyet ve yaş gibi) ilişkin herhangi bir analiz yapılmamış, modelde bu tür değişkenler kontrol değişken olarak kullanılmamıştır. Ne var ki ileri ki araştırmalarda eğitim düzeyi, yaş ve cinsiyete dair etkiler elde edilebilir ve uzun vadede bu etki analiz edilebilir.

Çalışmanın bir diğer sınırlılığı üç yıllık bir zaman aralığı seçilmiş olmasıdır. Boylamsal çalışmalarda zaman uzunluğunun ve verilerin toplanması gereken zaman aralığının ne olması gerektiği veya nasıl hesaplanması gerektiği konusunda net bir bilgi bulunmamaktadır. Ne var ki farklı zaman aralıkları ve uzunluklarında analizlerin yapılması, değişkenler arası ilişkilerin zaman içerisindeki durumunun daha net görülmesini sağlayabilir.

Kaynakça

- Anderson, N., De Dreu, C. K. ve Nijstad, B. A. (2004), "The routinization of innovation research: A constructively critical review of the state-of-the-science", *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 147-173.
- Arslan, K. (2002), "Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 3(2), 1-11.
- Aydın, S. (2009), "Kişisel ve ürün temelli yenilikçilik: Cep telefonu kullanıcıları üzerine ampirik bir uygulama", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 188-203.
- Bartram, D. (2005), "The great eight competencies: A criterion-centric approach to validation", *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1185-1203.
- Basım, H. N., Korkmazıyrek, H. ve Tokat, A. O. (2008), "Çalışanların öz yeterlilik algılamasının yenilikçilik ve risk alma üzerine etkisi: Kamu sektöründe bir araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 121-130.
- Bozkurt, Ö. (2006), "Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 93-111.
- Brouwer, M. T. (2002), "Weber, Schumpeter and Knight on entrepreneurship and economic development", *Journal of Evolutionary Economics*, 12(1-2), 83-105.
- Carroll, J. (1967), "A note on departmental autonomy and innovation in medical schools", *The Journal of Business*, 40(4), 531-534.
- Casanueva, C. ve Gallego, Á. (2010), "Social capital and individual innovativeness in university research networks", *Innovation*, 12(1), 105-117.
- Cole, D. A. ve Maxwell, S. E. (2003), "Testing mediational models with longitudinal data: questions and tips in the use of structural equation modeling", *Journal of Abnormal Psychology*, 112(4), 558-577.
- Crumpton, M. A. (2012), "Innovation and entrepreneurship", *The Bottom Line*, 25(3), 98-101.
- Curtis, R.C. ve William, W. W. (2006), *Innovation : The five disciplines for creating what customers want*, New York: Crown Business.
- Çolakoğlu, N. ve Gözükar, İ. (2016), "A Comparison Study on Personality Traits Based on the Attitudes of University Students toward Entrepreneurship", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 133-140.
- Değirmencioğlu Ç. (2006), "Kobi'lerde Organizasyonel Becerilerin Yenilikçilik Performansına Etkisi", İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Dubina, I. N., ve Ramos, S. J. (2013), "Entrepreneurship and national culture (According to Hofstede's model)" In *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship*, 634-638, Springer Newyork, USA.

Drucker, P. (2014), *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge, California, USA.

Erciş, A., Türk, B. (2014), "Kişisel Değerler ve İçsel Yenilikçilik Boyutları İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(2), 75-88.

Erdem, F. (2001), "Girişimcilerde risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans ilişkisine kültürel yaklaşım", *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 43-61.

Evrensel, A., Ott, J. (2015), "How important is entrepreneurship for innovation? Evidence from 178 countries", The 6th International Multi-Conference on Complexity, Informatics, and Cybernetics: IMCIC, 10-13 March 2015, Orlando, Florida. http://www.iiis.org/CDs2015/CD2015IMC/IMCIC_2015/PapersPdf/ZA330MH.pdf, (Erişildi: 22.09.2017).

Gilson, R. L. (2002), *Bridging the gap between individual innovativeness and group innovation: an investigation of the innovation process in work groups*, Doctoral Dissertation, The Graduate College at the University of Nebraska, Interdepartmental Area of Business (Management).

Gurel, E., Altınay, L. ve Daniele, R. (2010), "Tourism students' entrepreneurial intentions", *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.

Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R. ve Zhao, X. (2011), "Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis", *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90-105.

Hayton, J. C., George, G., ve Zahra, S. A. (2002), "National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52.

Hu, L. T., Bentler ve P. M. (1999), "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.

Hurt, H. T., Joseph, K. ve Cook, C. D. (1977), "Scales for the measurement of innovativeness", *Human Communication Research*, 4(1), 58-65.

İbicioğlu, H., Özdaşlı, K. ve Alparıslan, A. G. A. M. (2009), "Girişimci özellikler ve girişimcilik türü tercihi üzerinde ebeveyn etkisi: Mehmet Akif Ersoy üniversitesi araştırması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 12(1-2), 521-538.

Jamrog, J., Vickers, M. ve Bear, D. (2006), "Building and sustaining a culture that supports innovation", *People and Strategy*, 29(3), 9-19.

Janssen, O., Van de Vliert, E. ve West, M. (2004), "The bright and dark sides of individual and group innovation: A special issue introduction", *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 129-145.

Johannessen, J. A., Olsen, B., ve Lumpkin, G. T. (2001), "Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?", *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20-31.

Kanter, R. (1985), "Supporting innovation and venture development in established companies", *Journal of Business Venturing*, 1(1), 47-60.

Keleş, H. N. (2013), "Girişimcilik eğiliminin kuşak farkına göre incelenmesi", *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (26), 23-43.

Kılıçer, K., Odabaşı, H. F. (2010), "Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(38), 150-164.

Kline, S. J., ve Rosenberg, N. (2010), "An overview of innovation", In *Studies On Science And The Innovation Process: Selected Works of Nathan Rosenberg*, 173-203.

Koellinger, P. (2008), "Why are some entrepreneurs more innovative than others?", *Small Business Economics*, 31(1), 21-37.

Kothari, H. C. (2015), "Social Norms and Reward System Affecting Entrepreneurial Intention", *Journal of Commerce and Trade*, 10(1), 20-25.

Korkmaz, O. (2012), "Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14(1), 209-226.

Korucu, A. T. ve Olpak, Y. Z. (2015), "Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 5(1), 111-127.

Lazonick, W. (2008), *Entrepreneurial Ventures and the Developmental State: Lessons from the Advanced Economies* (No. 2008/01), WIDER Discussion Papers, World Institute for Development Economics.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. ve Rueda-Cantuche, J. M. (2011), "Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.

Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996), "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.

Mansfield, E. (1963), "Size of firm, market structure, and innovation", *Journal of Political Economy*, 71(6), 556-576.

Martín, H., P., Salanova, M. ve Peiró, J. M. (2007), "Job demands, job resources and individual innovation at work: Going beyond Karasek's model?", *Psicothema*, 19(4), 621-626.

Mert, M., Barutçu, E. ve Mert, E. (2017), "Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Personal Characteristics: A Case Study at Pamukkale University, Turkey", *European Scientific Journal*, 13(12), 132-143.

Mueller, S. L., ve Thomas, A. S. (2001), "Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness", *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.

Naktiyok, A., Karabey, C. N. ve Gulluce, A. C. (2010), "Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 419-435.

Onay, M. ve Çavuşoğlu, S. (2010), "İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(1), 47-67.

Özden, K., Temurlenk, M. S. ve Başar, S. (2008), "Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri üzerine bir Araştırma", *Review of Social, Economic & Business Studies*, 11-12, 1-20.

Özensel, E. (2003), "Sosyolojik bir olgu olarak değer", *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(3), 217-240.

Pierce, J. L. ve Delbecq, A. L. (1977), "Organization structure, individual attitudes and innovation", *Academy of Management Review*, 2(1), 27-37.

Rogers, E. M. ve Shoemaker, F. F. (1971), *Communication of innovations: A cross-cultural approach* /2nd ed), New York: Free Press.

Roxas, B. G., Cayoca-Panizales, R. ve de Jesus, R. M. (2008), "Entrepreneurial knowledge and its effects on entrepreneurial intentions: development of a conceptual framework", *Asia-Pacific Social Science Review*, 8(2), 61-77.

Schumpeter, J. A. (1911), *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*, Leipzig: Duncker & Humblot.

Schumpeter, J. A. (1934), *Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Scott, S. G. ve Bruce, R. A. (1994), "Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace", *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.

Semerci, A. B. ve Mutlu, S. (2016), "Türk Geleneksel Yiyecek Endüstrisinde Girişimsel Fırsatların İncelenmesi: Simit Sarayı Örnek Olayı", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(2), 140-174.

Shavinina, L. V. (2013), *The Routledge International Handbook of Innovation Education*, Routledge, New York, USA.

Thomas, A. S. ve Mueller, S. L. (2000), "A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture", *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287-301.

Türker, M. V. ve İnel, M. N. (2012), "The effect of locus of control orientation on perceived individual innovativeness: An empirical research in Turkey", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 879-888.

Unsworth, K. (2001), "Unpacking creativity", *Academy of Management Review*, 26(2), 289-297.

Wagener, S., Gorgievski, M. ve Rijdsdijk, S. (2010), "Businessman or host? Individual differences between entrepreneurs and small business owners in the hospitality industry", *The Service Industries Journal*, 30(9), 1513-1527.

Ward, T. B. (2004), "Cognition, creativity, and entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 19(2), 173-188.

West, M. A. ve Farr, J. L. (1990), *Innovation and creativity at work: Psychological and Organizational Strategies*, New York: John Wiley & Sons.

Woodman, R. W., Sawyer, J. E. ve Griffin, R. W. (1993), "Toward a theory of organizational creativity", *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.