

Y KUŞAĞINDA MAKYAVELİZM VE GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE BİR İNCELEME

A REVIEW OF MACHIAVELISM AND ENTREPRENEURSHIP IN Y GENERATION

Yrd. Doç. Dr. Musa ŞANAL

Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon ABD, msanal77@hotmail.com, Adana/Türkiye

Hasan DAĞTEKİN

Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon ABD, comYüksek Lisans Öğrencisi, dagtekin01@gmail.com, Adana/Türkiye

ÖZ

Etik kuralları görmezden gelerek hedefe giden yolda yapılan her işi doğru kabul eden ve 20. Yüzyıldan itibaren popülerliği giderek artan Makyavelist kişilik kavramı günümüzde etkisini arttırmaya devam etmektedir. Bu çalışmada Y Kuşağı (1980 ile 2000 arasında doğanlar) bireylerin Makyavelist kişilik eğilimleri incelenerek, bu eğilimlerin girişimci kişilik özelliklerini nasıl etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra elde edilen sonuçların cinsiyet yönünden farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenerek, Makyavelizm kavramının Y kuşağı üzerinde etkisini görmek ve önerilerde bulunmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Y kuşağı, Y nesli, Makyavelizm, Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Girişimcilik Niyeti.

ABSTRACT

The Machiavelist personal concept which ignores the ethical rules and accepts every possible way to the target have increasing popularity from 20. century and still increasing it's effect today. In this study, we will examine the Machiavelist personal preferences the people from Y generation (those who born between 1980 and 2000) and check the effects of these preferences on their entrepreneur personalities. Also, we will make examination on gender differences have a difference in results. In this study we aim to find the effects of Machiavelism on Y generation and propose suggestions.

Key Words: Ygeneration, Machiavelism, Entrepreneurship, Entrepreneur Personalities, Entrepreneurial Intent.

1. GİRİŞ

Yapılan bilimsel araştırmaların gerek demografik özelliklere gerekse pek çok değişkene göre farklılık gösterdiği, aynı alanda aynı konu üzerine yapılan akademik çalışmaların yeni bazı değişken veya değişkenlerin araştırmaya dahil edilmesiyle farklı sonuçların elde edilebileceği bilinmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de yeni yeni ele alınmaya başlanan “Makyavelizm” kavramı üzerine yapılan çeşitli araştırmalar olsa da, bu araştırmaların kuşak kuramı ekseninde yeni bir değişken ilavesiyle daha spesifik hale getirilmesi amaçlanarak Y kuşağında Makyavelizm üzerine incelemelerde bulunulmuştur. Bu incelemeler kapsamında işbu araştırmada Y kuşağında; makyavelist kişilik ile girişimcilik ilişkisi ve bu ilişkilerin cinsiyet yönünden değişimine odaklanılmıştır.

1.1. Amaç ve Kapsam

Bu çalışmanın amacı; makyavelist kişilik eğilimi yüksek olan Y kuşağı bireylerin, makyavelist kişilik eğilimi düşük olan Y kuşağı bireylere göre girişimcilik konusunda ne tür farklılıkları olduğunu ortaya çıkartmak ve anlamlı ilişkileri tespit etmektir. Ek olarak tespit edilen veriler ışığında Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ve bunun sonucu olan davranışların, farklı çalışmalarda sonuçları elde edilen diğer kuşak bireyleriyle mukayese edilebilir hale getirilmesidir. Ayrıca gelecekte yapılabilecek çalışmalara ışık tutulması amaçlanmaktadır.

1.2. Metodoloji

Bu çalışmanın yapılabilmesi amacıyla öncelikle kantitatif yöntemler uygulanarak Y kuşağı bireylere anket yoluyla makyavelist kişilik eğilimi, girişimci kişilik ve girişimcilik niyeti ölçekleri uygulanmıştır. Elde edilen bulgular arasındaki ilişkiler incelenerek ankete katılan bireylerin ilgili konulardaki katsayıları arasındaki farklılıklar ve bu farklılıklara yol açan sebeplere ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın saha araştırması için kullanılan anket forumunda katılımcılardan 75 adet soruya yanıt vermeleri beklenmiştir. Yaş ve cinsiyet göstergelerine ek olarak katılımcıların makyavelist kişilik eğilimi, girişimci kişilik ve girişimcilik niyeti düzeylerinin belirlenmesi amacıyla ölçekler kullanılmıştır. İşbu ölçeklerden makyavelist kişilik ölçeği yedili likert ile, diğer ölçeklerse beşli likert ile veri toplamıştır.

Anketin hazırlanmasında kullanılan ölçekler için literatür incelemesi yapılmıştır. Makyavelist kişilik eğilimini tespit etmek amacıyla kullanılan ölçek yabancı kaynaklı olup (Allen, Vandenberghe, 2003) daha önce Türkçe bir çalışmada kullanılmış (Demirtaş, Biçkes, 2014) ve söz konusu araştırma kapsamında tercüme-tekrar tercüme yöntemiyle çevrilmiştir. Gene aynı çalışmada ilgili ölçek hem araştırmacılar hem de literatüre hâkim başka uzman kişiler tarafından da çevrilmiştir (Demirtaş, Biçkes, 2014). Girişimcilik ölçeğinin hazırlanmasında girişimci kişilik (İşcan, Kaygın, 2011) ve girişimcilik niyetini (Şeşen, Basım, 2012) ölçen iki ölçek birleştirilmiştir. Birleştirme sondan ekleme şeklinde yapılmış olup aslına sadık kalmıştır. Girişimcilik ölçeğinin hazırlanmasında kullanılan kaynaklar daha önce başka çalışmada kullanılmış ve uygulanmıştır.

1.3. Çalışma Planı

Bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm giriş bölümü olup çalışmanın amacı, kapsamı, metodu ve planı hakkında bilgi içermektedir.

İkinci bölümde çalışma teorik eksende ele alınmış olup söz konusu kavramların detaylı açıklaması yapılmıştır. Çalışmanın temelinde bu kavramların birbirleriyle olan ilişkilerine göre ortaya çıkacak sonuçların yorumlanması vardır. Bu kavram ve terminolojilerin detaylı anlatımının yapılması, araştırma sonunda yapılacak olan çıkarımların yorumlanmasını daha kolay hale getirecektir.

Üçüncü bölümde, araştırmaya dair hipotezler ve elde edilmesi beklenen sonuçlara yer verilmiştir. Bu bölümde aynı zamanda araştırmanın modelinden söz edilecek ve araştırmanın nasıl gerçekleştirileceği hakkında detaylı bilgiler verilecektir.

Dördüncü bölümde araştırmanın yapılışı, toplanan veriler, elde edilen bulgular ve değerlendirmelere yer verilecektir.

Beşinci ve son bölümde ise araştırmanın sonuçları ve öneriler yer alacaktır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Makyavelizm temel olarak insanların amaçlarına ulaşmakta izledikleri yolu ve bu yolu izlerken dikkate aldıkları veya almadıkları etik ve ahlaki kuralların bağlantısını içeren bir psikoloji konusudur. Bununla birlikte siyaset biliminin iktisadi ve idari bilimlere kadar pek çok bilim dalını da yakından etkilemektedir. Bu sebeple Makyavelizm üzerine pek çok ayrı dalda araştırma yapılmıştır.

Girişimcilik, kaynakları ekonomik olarak seferber etme ve harekete geçirme faaliyeti (Aytaç, 2006) olmakla beraber bir işletmecilik konusudur.

Y kuşağı veya Y nesli, kuşak kuramına göre 1980 ile 1999 yılları arasında doğan bireyleri kapsayan kuşaktır.

Bu bölümde, yukarıda kısaca bahsedilen kavramların detaylı kuramsal açıklaması yapılacak olup, bu araştırmaya konu olan Makyavelizm ve girişimcilik kavramları hakkında geniş çaplı kuramsal bilgi verilecektir.

2.1. Makyavelizm

Bu alt bölümde, çalışmamızın başlığına ismini veren ve diğer kavramlarla ilişkisi incelenecek olan Makyavelizm kavramı ele alınacaktır.

2.1.1. Makyavelizm Kavramının Tanımı ve Ortaya Çıkışı

Makyavelizm kavramı, adını tarih ve politika biliminin kurucusu olduğu da iddia edilen NiccolodiBernardodeiMachiavelli'den almıştır. Makyavelizm kavramı Machiavelli'nin Prens isimli eserine

bağlı olarak ortaya çıkmakla beraber Machiavelli, bu eser dışında hayatı boyunca Makyavelizm ile ilgili olarak başka bir eser kaleme almamış veya Makyavelizm tanımını çağrıştıran herhangi bir eylem içine girmemiştir (Kesgin, 2015). Bahsi geçen Prens isimli kitabın çeşitli çevirilerde “Hükümdar” olarak geçtiğini de hatırlatmakta fayda vardır.

İlgili kitapta Machiavelli'nin devlet yönetimine dair tavsiye ve öğütleri mevcuttur. Bu tavsiyeleri devleti yöneten makamdaki kişiye (prens, hükümdar, kral, yönetici) yapmaktadır. Amaca giden yolda her yolun meşru olduğunu açıkça belirten bu tavsiyelerde devleti ayakta tutmak için hükümdarın zalim olması, yalan söylemesi, din kavramını politik amaçlara dayalı olarak kullanması gibi içeriklere de sıkça rastlanmaktadır. Bazı devletlerin yönetim şeklinin incelendiği ve zaman zaman kıyaslandığı bu eserde Osmanlı İmparatorluğu'ndan da bahsedilmektedir. Machiavelli bu incelemeleri yaparken yönetim biçim ve tarzlarının başarısı, amaca hizmet edip etmediği, güçlü yönleri, zayıf yönleri gibi konuları da irdelemiştir.

Machiavelli söz konusu eserinde; insanın nankör, günlük arzular peşinde koşan, sahtekâr ve hilebaz olduğunu vurgulamıştır. İnsanların tehlike olmadığına dost ve fedakâr görünüp tehlike yaklaştığında yüz çevireceklerini ifade etmiştir (Usta, Demirtaş).

(Demirtaş, Biçkes, 2014) tarafından bir çalışmada Makyavelizm kavramı hakkında şu tespitler elde edilmiştir:

Makyavelizm kavramı O'Connor ve Athota (2013: 750) tarafından, bireysel çıkarları herşeyin üzerinde tutma, amaçlara ulaşmak için diğerlerini kullanma ve sömürme ve duygusal manipülatif davranışlarla karakterize edilen bir kişilik özelliği olarak tanımlanmıştır. Robbins (1998: 58) ise kavramı, bireylerin pragmatik olma, duygusal mesafe koyabilme ve elde edilecek sonuçların yolları mubah kıldığına inanma derecesi olarak tanımlamıştır. Machiavelli “liderin ahlakı” olarak tanımlanabilecek bir düşüncüyü savunmaktadır. Machiavelli'nin yönetim ahlakının temelinde her ne şartta olursa olsun, iktidarını muhafaza etmesi ve sürdürmesi gereken fırsatçı, pragmatist bir liderlik anlayışı yatmaktadır (Usta, Demirtaş). 1469 – 1527 yılları arasında yaşamış olan Machiavelli aynı zamanda uzun yıllar İtalya yönetiminde etkili bir makamda görev yapmıştır.

2.1.2. Makyavelizm'in Bazı İlkeleri

Bu bölümde Makyavelizm düşüncesinin bazı ilkeleri hakkında bilgi verilerek Makyavelizm'in kapsamının daha net olarak algılanması amaçlanmaktadır.

Makyavelizm, siyasi konularda zalimlik ya da ahlâksızlık; ahlaki olmaktan daha fazla yarar sağlar fikrini benimsemiş olup, yöneticinin amaca ulaşmak için kullanacağı her yöntem ve davranışı yasal kabul eder. Bu fikre göre, başarılı olan hiçbir yöneticinin uyguladığı yöntemler tartışılmaz ve eleştirilemez. Bu bir yasa sayılır ve bunun yanı sıra hiçbir töre veya ilke yöneticiyi engellemez (Kara, 2016). Makyavelizm, kurallardan çok amaca hizmet eden değerli öncü olarak görülür ve çıkarların söz konusu olduğu bir yerde ahlaki yasaları görmezden gelir (Kara, 2016). Çıkarları her şeyin üzerinde tutar ve bu çıkarlar doğrultusundaki amaca ulaşmak için her şeyi kullanabilir ve sömürebilir (Demirtaş, Biçkes, 2014).

Makyavelizm'e göre din yalnızca bir araçtır ve çıkarlar doğrultusunda kullanılabilir. Dine ancak siyasette başarılı olmak için önem verilmelidir (Sena, 1976). Bunun yanı sıra, yardımlaşma ancak kişiye bir çıkar sağlayacak veya olumlu bir sonuca götürecektir (Usta, Demirtaş, 2013)

2.1.3. Makyavelist Kişilik Özellikleri

Machiavelli'nin tanımladığı olduğu ilkeleri büyük bir çoğunluğu devlet ve yönetim üzerine olsa da, bu ilkelerin kişilik bazında ele alınması ve insan kişiliğinin bir parçası olarak görülerek pek çok alanda incelenmesi Makyavelist kişilik kavramını ortaya koymaktadır. Makyavelist kişilik özelliği, bireylerin kendi çıkarları için etrafındaki insanları aldatabilme ve kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilme becerisini tanımlamaktadır (Kanten, Yeşiltaş, Arslan, 2015).

Robbins'e (1998) göre Makyavelist kişilik, bireylerin pragmatik olma, duygusal mesafe koyabilme ve sonuçların yolları meşru kıldığına inanma derecesi şeklinde tanımlanmıştır (Demirtaş, Biçkes, 2014).

Makyavelist bireyler, empatiden yoksun, soğuk fakat bununla birlikte dışa dönük bireylerdir. Bu bireyler aynı zamanda kendi zayıf yönlerini gizleyip çevresindeki kişilerin zayıf yönlerini ortaya çıkartma eğilimine sahiptirler. Samimiyetsiz ve ikiyüzlü davranışlar sergileyebilen bu bireyler çevresindeki insanları suçlama eğilimine de sahip olmakla beraber toplumsal değerleri küçümserler (Kanten, Yeşiltaş, Arslan, 2015).

Amaca ulaşmada her türlü yolu meşru kabul edebilme, samimiyetsiz davranışlar sergileyebilme, yalana başvurabilme, toplumsal ve dini değerleri kendi çıkarları ekseninde kullanabilme özellikleriyle ön plana çıkan Makyavelist kişilik, her bireyde farklı seviyede görülebilmektedir. Yani bir bireyin Makyavelist kişilik eğilimi derecesi, diğer bir bireye göre daha fazla veya daha az olabilir. Bu durum tutumların ve yöntemlerin veya çeşitli bireysel ilkelerin değişiklik göstermesine yol açar.

2.2. Girişimcilik

Bu bölümde, çalışma kapsamında yer alan Makyavelist kişilik eğilimi ile bağlantısı araştırılan girişimcilik kavramı hakkında kavramsal bilgilere yer verilecektir.

2.2.1. Girişimcilik Kavramının Tanımı

Girişimcilik kavramı temelde iktisadi çerçevede ele alınmakla birlikte psikolojik, sosyolojik ve davranışsal kuramlarda da incelenmektedir. Girişimcilik ile girişimci arasında ince bir fark bulunmaktadır. Aytaç'a (2006) göre iktisadi açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendirip, pazar arayan kişidir. Girişimcilik ise daha çok ekonomik kaynakları seferber edip harekete geçirme faaliyetine verilen isimdir.

Girişimci kişiliğin temel kaynağının ise psikolojik mi sosyolojik mi yoksa davranışsal mı olduğuna dair farklı kuramsal savlar ve araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalar bireyin girişimci olmasına etki eden etmenlerinin bulunduğu ve yaşadığı çevreden mi, kendi iç dünyası ve kişisel olgulardan mı yoksa bunları da kapsayan çok sayıda farklı faktörün bir araya gelmesiyle mi oluştuğu hakkındadır.

Arslan'a (2002) göre girişimcilik genetik olarak var olabileceği gibi aile, çevre, eğitim, gelir vs. gibi çeşitli unsurların da girişimcilik ruhunun gelişmesinde çok önemli etkenler olduğu kabul edilmektedir.

2.2.2. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik niyeti, girişimci kişilik özellikleri taşıyan bir bireyin bu özelliklerini eyleme dökerek girişimcilikte bulunma ihtimalini başka bir deyişle girişimci olma niyetini belirleyen unsurdur. Daha önce yapılan çalışmalar kapsamında bireylerin değerleri ile girişimcilik niyeti arasında ilişki saptanmıştır. Yani değerler, bireyin girişimcilik niyetini etkilemektedir (Naktiyok, Timuroğlu, 2009). Başol ve diğerlerine (2011) göre girişimci öz yeterlilik alt boyutları (yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek, yenilikçi bir çevre oluşturmak, yatırımcılarla ilişkileri başlatmak, temel amacı tanımlamak, beklenmedik zorluklarla baş etmek, temel insan kaynaklarını geliştirmek) bir anlamda kişinin girişimci olma niyetini ölçebilir niteliktedir.

2.2.3. Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimci kişilik özellikleri, bireyin girişimci olabilmesi için taşıması gereken vasıflardır. Bu vasıflar doğuştan gelebildiği gibi sonradan da kazanılabilmektedir. Bireyin bu vasıfları kazanmasında eğitim, sermaye, çevre ve bilgi gibi konular da etkilidir.

Akın'ın (2010) yapmış olduğu çalışmada elde edilen bulgulardan yola çıkarak girişimci kişilik özelliklerini; risk alan, kararlarında rasyonel, yenilikçi, kapsamlı ve bağımsız düşünebilen, yaratıcı fikirler üretebilen, ikna kabiliyeti yüksek, esnek davranabilen, iyi iletişim kurabilen, iş faaliyetlerinde kendisine güven duyan diye sıralayabiliriz.

2.4. Çoklu Kuşak Kuramı

Çoklu Kuşak Kuramı ilk olarak 1952 yılında Mannheim (1952) tarafından ortaya atılmış olmakla beraber kuramın tanınması ve popüler olması Inglehart (1977) ile Strauss ve Lowe'un (1991) çalışmalarından sonra gerçekleşmiştir Gürbüz(2015).

Kuşak farklılıkları aralarında ortalama 20 yıl olan bireyler arasında ortaya çıkmakla beraber bu farklılıklara sebep olan faktörler dönemin sosyal, politik, tarihi, ve ekonomi şartlarıdır. Buradan hareketle benzer sorumluluklara sahip olmuş insan topluluğuna kuşak denir (Serçemeli, Kurnaz, 2015). Bu tespitlerden yola çıkarak teknoloji, dönemselsel politika ve yaşam tarzını etkileyen moda ve trendlerin de kuşak farklılığını etkilediği çıkarılabilir.

Gürbüz'e (2015) göre kuşaklar, aynı dönemin zorluk ve heyecanlarını birlikte tecrübe etmiş belirli bir yaş grubuna mensup kişilerdir.

Aynı doğum yıllarını paylaşan bireyler birbirlerini aynı yaş grubu içerisinde bir grup olarak tanımlarken diğerlerini farklı bir grup olarak görürler. Bu sebeple aynı kuşaktan olan bireyler farklı kuşaktan olan bireylerden ayırt edilebilirler (Yüksekbilgili, 2013). Her kuşak kendi dönemi içerisinde belirli bir fikir ve

dünya görüşü edinir. Bunun sonucu olarak kuşak grupları arasında fikir ve dünya görüşü farklılıkları ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıklar zaman zaman kuşak çatışmalarına yol açar.

Kuşak farklılıkları ve kuşakların birbirleri ile olan ilişki ve çatışmaları iş dünyasından sosyal yaşama kadar her alanda etkisini göstermektedir. Literatürde kuşak farklılıklarından kaynaklanan iş dünyası sorunları üzerine yapılmış çalışmalara rastlanmıştır. Kuşak farklılığından kaynaklanan sorunlar aile içerisinde ebeveyn-çocuk ilişkisi kapsamında da ortaya çıkabilmektedir. Tezcan (1982) tarafından 1982 yılında yapılan bir çalışmada kuşak farklılığı kapsamında gençlerin öğretmen ve okul yöneticileriyle, aileleriyle ve iş yaşamında amirleriyle olan çatışmaları detaylı biçimde ele alınmıştır.

Kuramda yer alan kuşak kelimesi çeşitli yerlerde nesil veya jenerasyon olarak da geçebilmektedir.

2.4.1. Tanımlanmış Kuşaklar

Tanımlanmış kuşaklar konusunda tarihsel bazda çeşitli ihtilaflar bulunmaktadır. Örneğin bazı kaynaklarda Y kuşağı, 1980 ile 2000 yılları arasında doğmuş bireyleri nitelerken bazı kaynaklarda bu tarihler 1980-1994, 1980 – 1995 şeklinde değişebilmektedir. Bu ihtilaflar yalnızca Y kuşağı için olmayıp diğer kuşak tanımlamalarında da görülmektedir. Edinilen veriler ışığında tüm bilgiler bu alt bölümde detaylıca paylaşılacaktır. Akdemir ve diğerleri (2014) yapmış oldukları çalışmada elde etmiş oldukları bulgular neticesinde aşağıdaki tarihsel sıralamayı esas almışlardır:

- ✓ Sessiz Kuşak (1925 – 1945 arasında doğanlar)
- ✓ Baby Boomers Kuşağı (1946 – 1964 arasında doğanlar)
- ✓ X Kuşağı (1965 – 1979 arasında doğanlar)
- ✓ Y Kuşağı (1980 – 2000 arasında doğanlar)
- ✓ Z Kuşağı (2000 ve sonrasında doğanlar)

Bu çalışmada Akdemir ve diğerlerinin (2014) yapmış olduğu çalışmada elde edilen veriler esas alınmıştır. Çalışmamıza konu olan Y kuşağının tarihsel konumu 1980 ile 2000 arasında doğanlar olarak kabul edilmiştir.

2.4.2. Y Kuşağı

Bu çalışmanın odağında Y kuşağı bireyler bulunduğu için bu alt bölümde Y kuşağı bireylerin genel özellikleri hakkındaki bulgulara yer verilecektir. Y kuşağı dışındaki diğer kuşaklar çalışma kapsamına dahil olmadıkları için çalışmada yer verilmemiştir.

Akdemir ve diğerlerinin (2014) yapmış olduğu çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) elde ettikleri verilere göre çalışmanın yapıldığı tarih itibariyle Türkiye nüfusunun %39,45'ini Y kuşağı oluşturuyor. Bunun yanı sıra 2025 yılı itibariyle iş gücünün yaklaşık %60'ını Y kuşağı bireylerin oluşturması öngörülmüyor.

Y Kuşağı'nın temel özelliklerine aşağıda yer alan tabloda detaylı bir biçimde yer verilmiştir.

Tablo 1. Y Kuşağı'nın Temel Özellikleri

No	Özellik
1	Teknolojiyi yakından takip eder.
2	İnternet üzerinden alışveriş yapar.
3	Aynı anda birden fazla işi yapabilir.
4	Farklı kaynak ve araçlardan eş zamanlı gelen bilgileri kolaylıkla kavrayabilir.
5	Özgürlük için savaşılmaya hazırdır.
6	Kendisini öğrenmeye istekli biri olarak tanımlar.
7	Aileye ve yuva bu kuşak için değerlidir.
8	Vatanseverdir.
9	İlişki odaklıdır.
10	Sosyal bilince sahiptir.
11	Kendisini işbirlikçi olarak tanımlar.
12	Sabırsızdır.
13	Geleceği düşünmektense şimdiye odaklanmaya eğilimlidir.
14	Zor insanlarla başa çıkma becerilerine sahip değildir.
15	Topluma katkıda bulunmak çok para kazanmaktan daha önemlidir.
16	Dolu ve dengeli bir hayat yaşamak ve yaşamdan keyif almak çok para kazanmaktan daha önemlidir.
17	Zaman ve emek yatırımı gerektiren uzun vadeli şeylerdense kısa sürede tatmin elde edebileceği şeyleri arar.
18	İş hayatında sıklıkla iş değiştirmekte bir sakınca görmez.

19	İş hayatında mali kazanç önemlidir.
20	İş hayatında kendisine verilen talimatların açık ve net talimatlar olması önemlidir.
21	İşyerinde yönetim kararlarına dahil edilmeyi ister.
22	Esnek koşullarda çalışmayı ister.
23	İşe gitmeyi insanlarla bir araya gelmek ve sosyalleşmeyle ilgili algılar.
24	Zorlu işlerle karşılaşmayı ve bu işlerle gelişebileceği bir kariyeri tercih eder
25	Sıkıcı bir işten zoru bir işi tercih eder.
26	Takım çalışmasına çok değer verir.
27	Beraber çalıştığı kişilerde, mevkiye daha az, yeteneğe ve başarıya daha fazla saygı duyar.
28	Kendisine değer verildiğini hissettiği bir kuruluştaki çalışmayı daha fazla ücret alacağı bir işe tercih eder.
29	Dinleme, iletişim kurma, takım oyuncusu olma, zaman yönetimi gibi sosyal becerileri teknik ve teknolojik becerileri kadar güçlü değildir.
30	İşyerinde görev odaklı yöneticilerden ilişki odaklı yöneticilerle çalışmayı tercih eder.
31	İşyerinde kendi performansıyla ilgili sık ve doğrudan geribildirim ihtiyacı duyar.
32	İyi bir işveren markasına sahip bir işte çalışmak önemlidir.
33	Sosyal iletişim ağıyla (Twitter, Facebook, YouTube, Google+, Tumblr...) işyeri sınırları içinde sürekli olarak bağlantıda olabilmek önemlidir.
34	Çalıştığı işyerinde ilerlemek için gerekli görülenden uzun saatler çalışmayı tercih eder.

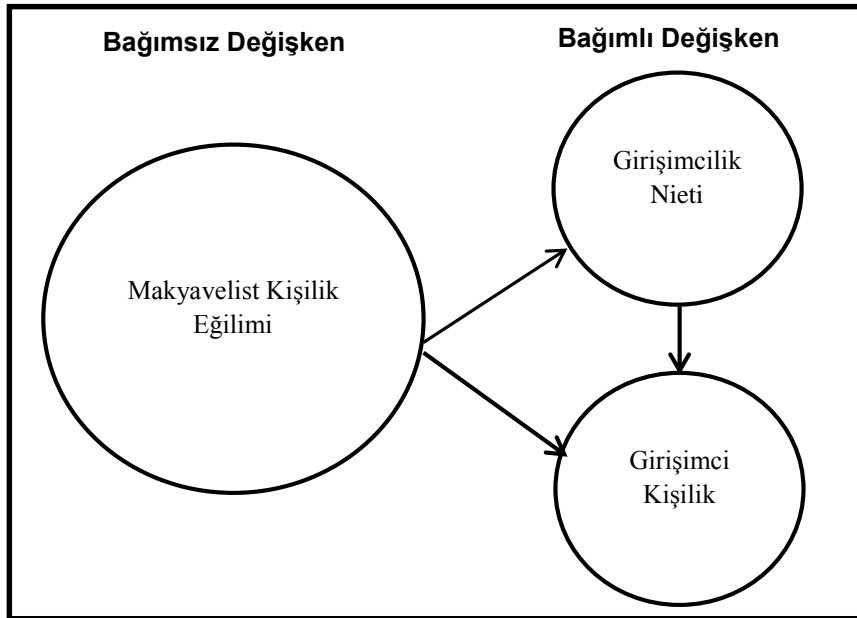
Kaynak: Yüksekbilgili, Z. (2013). TÜRK TİPİ Y KUŞAĞI. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 45(45). s.346

3. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Bu bölümde ilk olarak araştırma modeli hakkında bilgi verilecek olup ardından Y kuşağı bireyler üzerinde makyavelist kişilik eğiliminin girişimciliğe olan etkisi ve cinsiyet etkenleriyle bağlantıları üzerine geliştirilmiş hipotezlere yer verilecektir.

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, Y kuşağı (1980 ile 1999 yılları arasında doğanlar) bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimci kişilik ve niyetleri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma modelinde makyavelist kişilik eğilimi bağımsız değişken olarak kabul edilirken, girişimci kişilik ve girişimcilik niyeti bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Söz konusu değişkenlerin arasındaki ilişki cinsiyet yönünden de ayrıca ele alınmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

3.2. Hipotezler

Bu çalışmanın amacı kapsamında 6 adet hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Y kuşağı erkeklerin makyavelist kişilik eğilimi ile Y kuşağı kadınların makyavelist kişilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Y kuşağı erkeklerin girişimci kişilik eğilimi, Y kuşağı kadınlara göre daha fazladır.

H₃: Y kuşağı erkeklerin girişimcilik niyeti, y kuşağı kadınlara göre daha fazladır.

H₄: Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₅: Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimci kişilik eğilimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₆: Y kuşağı bireylerin girişimci kişilik eğilimleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

Çalışmanın bu bölümünde hipotezlerin test edilebilmesi için gerekli verilerin toplanması amacıyla veri toplama aracının oluşturulması, verilerin toplanması, hipotezlerin test edilmesi amacıyla toplanan veriler üzerinde uygulanan analiz yöntemleri, rastlanan bulgular ve değerlendirmeler yer almaktadır.

4.1. Örneklem Seçimi

Bu çalışmanın evrenini bir kamu üniversitesindeki İİBF işletme bölümü öğrencileri oluşturmakta olup, toplam gece ve gündüz eğitiminde 320 öğrenci bulunmaktadır. Değerlendirmeye alınan anket sayısı ise 103 adet iken, bunun evreni açıklama derecesi % 32'dir. Bu oran evreni ifade etmesi açısından kabul edilebilir düzeydedir.

4.2. Verilerin Toplanması

Oluşturulan hipotezlerin sınanması amacıyla oluşturulan anket formu ile sayısal veriler toplanmıştır. Oluşturulan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde bireyin girişimci kişilik düzeyi ve girişimcilik niyetini belirlemeyi amaçlayan anket, ikinci bölümde bireyin makyavelist kişilik eğiliminin ölçülmesini amaçlamıştır.

Anket formunun oluşturulması için yapılan yazın taraması sonrası girişimci kişilik, girişimcilik niyeti ve makyavelist kişilik ölçekleri kullanılmıştır. Makyavelist kişilik eğilimini tespit etmek amacıyla kullanılan ölçek yabancı kaynaklı olup (Allen, Vandenberghe, 2003) daha önce Türkçe bir araştırmada kullanılmış (Demirtaş, Biçkes, 2014) ve söz konusu araştırma kapsamında tercüme-tekrar tercüme yöntemiyle çevrilmiştir. Gene aynı araştırmada ilgili ölçek hem araştırmacılar hem de literatüre hâkim başka uzman kişiler tarafından da çevrilmiştir (Demirtaş, Biçkes, 2014). Girişimcilik ölçeğinin hazırlanmasında ise girişimci kişilik (İşcan, Kaygın, 2011) ve girişimcilik niyetini (Şeşen, Basım, 2012) ölçen iki ölçek birleştirilmiştir.

4.3. Anketlerin Dağılımı

Araştırmaya veri toplamak amacıyla oluşturulan anket formu, katılımcılarla yüz yüze görüşerek uygulanmıştır. Katılımcılardan soruları eksiksiz ve doğru bir biçimde yanıtlamaları istenmiştir. Ayrıca katılımcıların görüşlerini objektif bir biçimde ifade edebilmeleri için, yapılan anketlerin gizlilik ilkesine göre değerlendirileceği belirtilmiştir.

117 adet anket toplanmış olup, 14 adeti eksik veya geçersiz bilgi verilmesi, güvenilirlik analizinden geçememesi gibi gerekçelerle araştırma dışı bırakılmıştır. Değerlendirmeye uygun bulunan anket formu sayısı 103 adettir.

4.4. Güvenilirlik Analizi

Çalışmada toplanan anket formlarındaki verilerin güvenilirliğine ilişkin analiz, ölçek maddeleri arasındaki korelasyonun ortalamasına dayanan Cronbach's Alpha katsayısı kullanılarak yapılmıştır. Doldurulmuş anket formlarında bulunan girişimci kişilik, girişimcilik niyeti ve makyavelist kişilik eğilimi ölçüm bölümlerine verilmiş cevaplar ayrı ayrı analiz edilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 2'de görüleceği üzere girişimci kişilik ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,908'dir. Cronbach's Alpha değeri 1'e oldukça yakın olduğundan ankette kullanılan bu ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Girişimcilik niyeti ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri ise 0,900 olarak karşımıza çıkmaktadır. Değerin 1'e yakınlığı göz önüne alınarak güvenilirliğinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak makyavelist kişilik eğilimi ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,748 ile güvenilirliğinin makul seviyede olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Girişimci Kişilik Ölçeği Korelasyon Sonuçları

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Girişimci Kişilik	28	,908
Girişimcilik Niyeti	6	,900
Makyavelist Kişilik Eğilimi	20	,748

Sonuç olarak bu ölçekler güvenilir kabul edilerek tüm maddelerin kullanılmasına karar verilmiştir.

4.5. Katılımcıların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Katılımcıların cinsiyetlere göre dağılım oranları Tablo 3’de gösterilmiştir. Buna göre kadınlar 66 katılımcı (%64,1) ile çoğunluğu oluştururken, erkekler 37 katılımcıdan (%35,9) ibarettir.

Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde
Erkek	37	35,9
Kadın	66	64,1
Toplam	103	100

4.6. Anket Sonuçlarından Çıkan İstatistikler

Bu bölümde anket sonuçlarından elde edilen veriler neticesinde, ankete katılan bireylerin minimum, maksimum ve ortalama istatistiklerine değinilecektir.

4.6.1. Girişimci Kişilik İstatistikleri

Tablo 4’de ortaya çıkan sonuçlar neticesinde girişimci kişilik oranının 5 üzerinden minimum 1,64, maksimum ise 4,82 olduğu görülmektedir. Girişimci kişilik ortalaması ise 3,72’dir. Buna göre bu oranın üzerinde kalan bireylerin yüksek girişimci kişiliğe sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 4. Girişimci Kişilik İstatistikleri

Katılımcı Sayısı	103
Kayıp	0
Minimum	1,64
Maksimum	4,82
Ortalama	3,7285

4.6.2. Girişimcilik Niyeti İstatistikleri

Tablo 5’de ortaya çıkan sonuçlar neticesinde girişimcilik niyeti oranının 5 üzerinden minimum 1,67, maksimum ise 5,00 olduğu görülmektedir. Girişimcilik niyeti ortalaması ise 3,75’dir. Buna göre bu oranın üzerinde kalan bireylerin yüksek girişimcilik niyetine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 5. Girişimcilik Niyeti İstatistikleri

Katılımcı Sayısı	103
Kayıp	0
Minimum	1,67
Maksimum	5,00
Ortalama	3,7508

4.6.3. Makyavelist Kişilik Eğilimi İstatistikleri

Tablo 6’da ortaya çıkan sonuçlar neticesinde makyavelist kişilik eğilimi oranının 7 üzerinden minimum 1,75, maksimum ise 5,40 olduğu görülmektedir. Makyavelist kişilik eğilimi ortalaması ise 3,32’dir. Buna göre bu oranın üzerinde kalan bireylerin yüksek makyavelist kişilik eğilimine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 6. Makyavelist Kişilik Eğilimi İstatistikleri

Katılımcı Sayısı	103
Kayıp	0
Minimum	1,75
Maksimum	5,40
Ortalama	3,3267

4.7. Hipotezlerin Sınanması

Bu çalışmada, madde 3.2’de detaylı açıklandığı gibi 6 adet hipotez oluşturulmuştur. Bu hipotezlerle y kuşağı bireylerde makyavelist kişilik eğilimi, girişimci kişilik ve girişimcilik niyeti olgularını cinsiyet yönünden ele

alınması ve bunun yanı sıra makyavelist kişilik eğilimi, girişimci kişilik ve girişimcilik niyeti olgularının kendi içlerinde ilişkide olup olmadığı saptanması amaçlanmıştır.

4.7.1. Y Kuşağında Makyavelist Kişilik Eğilimi Düzeylerinin Cinsiyet Yönünden Farklılaşması

Ankete katılan 103 Y kuşağı katılımcıdan toplanan veriler neticesinde erkeklerin makyavelist kişilik eğilimi ortalaması 7 üzerinden 3,66 olarak tespit edilirken, kadınların makyavelist kişilik eğilimi ortalaması 7 üzerinden 3,13 olarak saptanmıştır. Y kuşağı erkeklerin makyavelist kişilik eğilimi ortalamasının Y kuşağı kadınların makyavelist kişilik eğilimi ortalamasının üzerinde olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 7’de görülebileceği gibi yapılan t-testi neticesinde grupların varyanslarının homojen olduğu ve arada anlamlı fark olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda “Y kuşağı erkeklerin makyavelist kişilik eğilimi ile Y kuşağı kadınların makyavelist kişilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi (H₁) bu çalışmada kabul edilmiştir.

Tablo 7. Y Kuşağı Makyavelist Kişilik Eğilimi Düzeylerinin Cinsiyet Yönünden Farklılaşması

Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması			
Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Erkek	37	3,6689	,62919
Kadın	66	3,1348	,66205
Varyansların Homojenliği (Levene's Test)			
F		Sig.	
,593		,443	
T-Test			
T	DF	Sig.(2-tailed)	
3,997	101	,000	
4,056	77,930	,000	

4.7.2. Y Kuşağında Girişimci Kişilik Eğiliminin Cinsiyet Yönünden Farklılaşması

Ankete katılan 103 Y kuşağı katılımcıdan toplanan veriler sonucunda elde edilen bulgulara göre y kuşağı erkeklerin girişimci kişilik eğilimi ortalamaları 5 üzerinden 3,66 olarak tespit edilirken, y kuşağı kadınların girişimcilik eğilimi ortalamaları 5 üzerinden 3,76 olarak saptanmıştır. Y kuşağı kadınların girişimci kişilik eğilimlerinin y kuşağı erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Tablo 8’de görülebileceği gibi yapılan t-testi neticesinde grupların varyansları homojen bulunurken arada anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Bu sebeple Y kuşağı kadınların girişimci kişilik eğilimleri ile y kuşağı erkeklerin girişimci kişilik eğilimleri arasındaki fark önemsizdir. Öte yandan “Y kuşağı erkeklerin girişimcilik eğilimi, y kuşağı kadınlara göre daha fazladır.” hipotezi (H₂) bu bulgular ışığında reddedilmiştir.

Tablo 8. Y Kuşağında Girişimci Kişilik Eğiliminin Cinsiyet Yönünden Farklılaşması

Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması			
Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Erkek	37	3,6689	,68520
Kadın	66	3,7619	,49919
Varyansların Homojenliği (Levene's Test)			
F		Sig.	
,531		,063	
T-Test			
T	DF	Sig.(2-tailed)	
-,791	101	,431	
-,725	57,777	,472	

4.7.3. Y Kuşağında Girişimcilik Niyetinin Cinsiyet Yönünden Farklılaşması

Ankete katılan 103 Y kuşağı katılımcıdan toplanan veriler neticesinde elde edilen bulgulara göre y kuşağı erkeklerin girişimcilik niyeti ortalamaları 5 üzerinden 3,85 olarak tespit edilirken, y kuşağı kadınların girişimcilik niyeti 5 üzerinden 3,69 olarak saptanmıştır. Y kuşağı erkeklerin girişimcilik niyetleri y kuşağı kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Tablo 9’da görülebileceği gibi yapılan t-testi neticesinde grupların varyansları homojen bulunurken arada anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Bu sebeple Y kuşağı erkeklerin girişimcilik niyetleri ile y kuşağı kadınların girişimcilik niyetleri arasındaki fark önemsiz bulunmuştur. Öte yandan “Y kuşağı erkeklerin girişimcilik niyeti, y kuşağı kadınlara göre daha fazladır.” hipotezi (H₃) bu bulgular ışığında reddedilmiştir.

Tablo 9. Y Kuşağında Girişimcilik Niyetinin Cinsiyet Yönünden Farklılaşması

Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması			
Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Erkek	37	3,8559	,95836
Kadın	66	3,6919	,92507
Varyansların Homojenliği (Levene's Test)			
F		Sig.	
,0,27		,870	
T-Test			
T	DF	Sig.(2-tailed)	
,852	101	,396	
,843	72,478	,402	

4.7.4. Y Kuşağında Makyavelist Kişilik Eğilimi İle Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki

Ankete katılan 103 Y kuşağı katılımcıdan toplanan verilere dayanarak y kuşağında makyavelist kişilik eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Tablo 10'da görülebileceği gibi yapılan korelasyon testi ile makyavelist kişilik eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülse de arada anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edildiğinden bu durum önemsiz bulunmuştur. Bu durumda "Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi (H₄) bu çalışmada reddedilmiştir.

Tablo 10. Y Kuşağında Makyavelist Kişilik Eğilimi İle Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki

Korelasyon Sonuçları			
		Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması	Girişimcilik Niyeti Ortalaması
Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması	Person Korelasyonu	1	,082
	Sig. (2-tailed)		,409
	N	103	103
Girişimcilik Niyeti Ortalaması	Person Korelasyonu	,082	1
	Sig. (2-tailed)	,409	
	N	103	103

4.7.5. Y Kuşağında Makyavelist Kişilik Eğilimi İle Girişimci Kişilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Ankete katılan 103 Y kuşağı katılımcıdan toplanan verilere dayanarak y kuşağında makyavelist kişilik eğilimi ile girişimci kişilik eğilimi arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Tablo 11'de görülebileceği gibi yapılan korelasyon testi ile makyavelist kişilik eğilimi ile girişimci kişilik eğilimi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu görülse de arada anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edildiğinden bu durum önemsiz bulunmuştur. Bu durumda "Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimci kişilik eğilimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi (H₅) bu bulgular ışığında reddedilmiştir.

Tablo 11. Y Kuşağında Makyavelist Kişilik Eğilimi İle Girişimci Kişilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Korelasyon Sonuçları			
		Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması	Girişimci Kişilik Ortalaması
Makyavelist Kişilik Eğilimi Ortalaması	Person Korelasyonu	1	-,185
	Sig. (2-tailed)		,061
	N	103	103
Girişimci Kişilik Ortalaması	Person Korelasyonu	-,185	1
	Sig. (2-tailed)	,061	
	N	103	103

4.7.6. Y Kuşağında Girişimci Kişilik Eğilimi İle Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki

Ankete katılan 103 Y kuşağı katılımcıdan toplanan verilere dayanarak y kuşağında girişimci kişilik eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Tablo 12'de görülebileceği gibi yapılan korelasyon testinde Y kuşağında girişimcilik eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Öte yandan aradaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu ve bu iki değişkenin birbirini pozitif olarak etkilediği tespit edilmiştir. Bu durumda "Y kuşağı bireylerin girişimci kişilik eğilimleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi (H₆) bu çalışmada kabul edilmiştir.

Tablo 12. Y Kuşağında Girişimci Kişilik Eğilimi İle Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki

Korelasyon Sonuçları		
	Girişimcilik Niyeti Ortalaması	Girişimci Kişilik Ortalaması
Girişimcilik Niyeti Ortalaması	Person Korelasyonu	,550**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	103
Girişimci Kişilik Ortalaması	Person Korelasyonu	,550**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	103

Aşağıdaki tabloda (Tablo 13), araştırma bulguları ve değerlendirmelerin sonuçları topluca verilmiştir.

Tablo 13. Araştırma Bulguları ve Değerlendirmeler

Hipotezler	Araştırma Bulguları	Değerlendirmeler
H1: Y kuşağı erkeklerin makyavelist kişilik eğilimi ile Y kuşağı kadınların makyavelist kişilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Y kuşağında makyavelist kişilik eğilimi, cinsiyet yönünden anlamlı farklılık göstermektedir.	H ₁ hipotezi kabul edilir.
H2: Y kuşağı erkeklerin girişimci kişilik eğilimi, y kuşağı kadınlara göre daha fazladır.	Y kuşağında girişimci kişilik eğilimi, cinsiyet yönünden anlamlı farklılık göstermemektedir.	H ₂ hipotezi reddedilir.
H3: Y kuşağı erkeklerin girişimcilik niyeti, y kuşağı kadınlara göre daha fazladır.	Y kuşağında girişimcilik niyeti, cinsiyet yönünden anlamlı farklılık göstermemektedir.	H ₃ hipotezi reddedilir.
H4: Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Y kuşağında makyavelist kişilik eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.	H ₄ hipotezi reddedilir.
H5: Y kuşağı bireylerin makyavelist kişilik eğilimleri ile girişimci kişilik eğilimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Y kuşağında makyavelist kişilik eğilimi ile girişimci kişilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.	H ₅ hipotezi reddedilir.
H6: Y kuşağı bireylerin girişimci kişilik eğilimleri ile girişimcilik niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Y kuşağında girişimci kişilik eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.	H ₆ hipotezi kabul edilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Makyavelizm felsefesi, girişimcilik ve çoklu kuşak kuramı konuları hakkında yazın taraması yapılmış, incelemelerde bulunmuş ve açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir. Çoklu kuşak kuramı kapsamında Y kuşağı bireylerde makyavelizm ve girişimcilik üzerine incelemelerde bulunmuş ve bu konular arasındaki ilişkiye bakılmıştır.

5.1. Sonuç

Çalışmada bireylerin makyavelist kişilik eğilimlerini ölçmek için 20 adet, girişimci kişiliklerini ölçmek için 28 adet, girişimcilik niyetlerini ölçmek içinse 6 adet soru sorulmuştur. Katılımcıların verdiği cevaplara göre ortaya çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

Bu çalışmada, Y kuşağı bireylerde makyavelist kişilik eğiliminin artış göstermesinin girişimcilik üzerinde bir etkisi olmadığı görülmüştür. Bilakis makyavelist kişilik eğiliminin artmasının girişimciliği negatif yönde etkilediği fakat anlamlı bir etkisi olmadığı için bu etkinin önemsiz olduğu saptanmıştır. Girişimci kişilik eğiliminin yüksek olması ise beklendiği gibi girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

Bu çalışmada, Y kuşağı bireylerde girişimcilik konusunda cinsiyet yönünden bir ayrım olmadığı görülürken, makyavelist kişilik eğiliminin cinsiyet yönünden farklılık gösterdiği ve Y kuşağı erkek bireylerin daha fazla makyavelist kişilik eğilimine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. İleride yapılabilecek çalışmalar hakkındaki önerilerimiz aşağıda verilmiştir.

- ✓ Çoklu kuşak kuramı ekseninde Y kuşağı üzerinde incelenen bu çalışma diğer kuşaklar üzerinde yapılarak kuşaklar arası farklar incelenebilir.

- ✓ Y kuşağı girişimciler üzerinde yapılacak bir araştırmada makyavelist kişilik eğilimleri tespit edilerek, bu çalışmada ortaya çıkan “y kuşağında makyavelist kişilik eğiliminin girişimci kişilik eğilim ve niyetlerini etkilemediği” sonucu sınanabilir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, A., & Konakay, G. (2014). Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi Ve Yönetim araştırmaları Dergisi, 2(2).
- Akın, A. (2010). İnsan Sermayesi Kaynakları Açısından Girişimci Özellikleri (Anadolu Girişimcileri Üzerine Bir Araştırma. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26, 8-22.
- Allen, Natalie J. ve Vandenberghe, Cgristian (2003), Examining Organizational Commitment in China, Journal of Vocational Behaviour, 62, s.511- 515
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(1), 139-160.
- Başol, O., Dursun, S., & Aytaç, S. (2011). Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama.
- Demirtaş, Ö., & Biçkes, D. M. (2014). Makyavelizm'in Olumsuz Durumları İfşa Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Çalışması. Is, Guc: The Journal of Industrial Relations & Human Resources, 16(2).
- Gürbüz, S. (2015). Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi?. İş ve İnsan Dergisi, 2(1), 39-57.
- İşcan, Ö. F., & Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma/An Investigation to Determine the Entrepreneurship Tendency of University Students. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(2).
- Kanten,P., Yeşiltaş, M., & Arslan, R. (2015). Kişiliğin Karanlık Yönünün Üretkenlik Karşıtı İş Davranışlarına Etkisinde Psikolojik Sözleşmenin Düzenleyici Rolü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 365.
- Kara, H. (2016). Makyavelist Değerlerin Yönetici Olmak İsteyen Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Araştırılması / Investigation The Effect Of Machiavelist Values On Students Aiming To Be Manager. International Journal of Management Economics &Business, 12(29), 125.
- Kesgin, A. (2015). Machiavelli ve Makyavelizm. Beytulhikme: An International Journal of Philosophy, 5(1).
- Naktiyok, A., & Timuroğlu, M. K. (2010). Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama.
- Özen, Y. (2009). İlköğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin Kişisel ve Sosyal Sorumluluk Yordayıcılarının İncelenmesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Sena, C. (1976). Filozoflar Ansiklopedisi. Cilt-3. Remzi Kitabevi.
- Serçemeli, A. G. M., Kurnaz, A. G. E., & Özcan, A. G. M. (2015). Y Kuşağı Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakışı: Atatürk Üniversitesi İİBF’de Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1).
- Şeşen, H., & Basım, N. (2012). Demografik Faktörler Ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış, 12, 21-28.
- Tezcan, M. (1982). Kuşaklar Çatışması. Eğitim Ve Bilim, 6(36).
- Uslu(2015). Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyetinin Duygusal Zekâ Faktörlerine Göre İncelenmesi
- Usta, M. E., & Demirtaş, Z. Farabi ve Makyavel’in Yönetim Anlayışları Bağlamında Yönetim Ahlakı.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk Tipi Y Kuşağı. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 45(45).