

LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN ÖZYETERLİK ALGILARI ve BAŞARMA GÜDÜLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ¹

DOI NO: 10.5578/jeas.28038

Erdem AKKAN², M. Sami SÜYGÜN³

ÖZ

Ekonomik ve sosyal hayatın gelişmesi ile birlikte sosyal girişimcilik olgusu da giderek artan bir öneme ve genişleyen bir uygulama alanına sahip olmaya başlamıştır. Bu çalışmada sosyal girişimcilik kavramının önemi güncel örneklerle birlikte ortaya konmuş, ardından birer sosyal girişimci adayları olarak varsayılan lisans öğrencilerinin sosyal girişimcilik eğilimlerine; özyeterlik algıları ve başarıma güduları ile demografik özelliklerinin etkileri incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre; sosyal vizyon boyutu açısından, kadınların sosyal girişimci eğilimlerinin erkeklerden, sosyal bilimler öğrencilerinin sosyal girişimci eğilimlerinin ise fen bilimleri öğrencilerinden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Finansal getiri boyutu açısından, erkeklerin sosyal girişimci eğilimlerinin kadınlardan, girişimci ebeveyne sahip olanların sosyal girişimci eğilimlerinin, olmayanlardan daha yüksek olduğu görülmüştür. Girişimci akrabaya sahip olma, sivil toplum örgütü tecrübesine sahip olma veya sivil toplum örgütü tecrübe süresinin, sosyal girişimci eğilimler üzerinde bir etkisi tespit edilememiştir. Bireylerin özyeterlik algıları, sosyal girişimcilik eğilimlerinin yalnızca finansal getiri boyutunu etkilerken; başarıma güdülerinin, sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal vizyon boyutlarını etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Girişimcilik, Özyeterlik Algısı, Başarma Güdüsü, Üniversite Öğrencileri.

Jel Kodu: L26, L31

35

AN INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF UNDERGRADUATE STUDENTS' SELF-EFFICACY PERCEPTIONS AND ACHIEVEMENT MOTIVATIONS ON THEIR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP TENDENCIES

ABSTRACT

With the development of economic and social life, the concept of social entrepreneurship become more important and has an expanding application field. In this study, the importance of social entrepreneurship has been put forth with current examples. Then, as they are presumed as social entrepreneur candidates, the effects of self-efficacy perceptions, achievement motivations and demographic features of undergraduate students on their social entrepreneur tendencies have been examined. According to the findings, in terms of social vision dimension, women and social science students have greater social entrepreneurship tendencies than men and natural science students respectively. In terms of financial returns dimension, men and those who have entrepreneurship parent have greater social entrepreneurship tendencies than women and those who haven't respectively. There are not any effects of having entrepreneur relative or parent, having civil association experience and time of civil association experience on social entrepreneurship tendencies. While the self-efficacy perception of individuals affects only the financial returns dimension of social entrepreneurship tendencies, it has been came out that, achievement motivation dimension affects on sustainability, innovativeness and social vision dimensions of social entrepreneurship tendencies.

Keywords: Social Entrepreneurship, Self-Efficacy Perception, Achievement Motivation, Undergraduate Students.

Jel Code: L26, L31

¹ Geliş Tarihi:26.05.2016 - Kabul Tarihi:12.08.2016

² Yrd.Doç.Dr. Erdem Akkan, Mersin Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, +90 324 482 24 80, eakkan@mersin.edu.tr

³ Dr. M.Sami Süygün, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Demir Çelik Sektör Şefi, +90 324 325 37 37, samisuygun@akib.org.tr

GİRİŞ

Dünya genelinde yaşanan ekonomik durgunluk pek çok açıdan toplumları tehdit eder hale gelmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre önümüzdeki yıllarda işsizlik, yavaşlayan büyüme dönemine girilmesiyle birlikte artmaya devam edecektir. Dünya genelinde işsiz sayısının, günümüzdeki 201 milyon rakamından 2019 yılında 212 milyon rakamına ulaşması beklenmektedir. En zengin %10'un toplam gelirin %30-40'nı, en fakir %10'un ise toplam gelirin %2-7'ni elde ettiği gelir adaletsizliğinin artarak devam edeceği, özellikle genç işsizlerin oranının yüksek olduğu ya da hızla yükseldiği ülkelerde, toplumsal huzursuzluk riskinin yüksek olduğu ILO'nun (I.L.O., 2015: 11-12) hazırladığı raporda vurgulanmaktadır. Beslenme açısından bakıldığında, Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre 2015 yılında 780 milyonu geliştirmekte olan ülkelerde olmak üzere, dünya genelinde yaklaşık 795 milyon insan yetersiz beslendiği görülmektedir. Rapora göre ekonomik büyümenin, yetersiz beslenmeyi azaltmada anahtar bir unsur olduğu, ancak bu büyümenin kapsayıcı ve fakir nüfusun geçimini iyileştirici fırsatlar yaratacak nitelikte olması gerektiği; iyileştirme için küçük ölçekli çiftçi ailelerin verimliliğini ve gelirlerini arttırmanın kritik önemde olduğu vurgulanmaktadır (F.A.O., 2015: 3). Birçok makroekonomik göstergeye göre; dünya genelinde, özellikle geliştirmekte olan ülkelerde hükümetlerin, refah toplumu yaratmada anahtar rolü olan ekonomik hedefleri gerçekleştirmede başarısız oldukları görülmektedir.

Toplumsal açıdan bakıldığında küresel anlamda çözülemeyen diğer pek çok sorun vardır. Örneğin Dünya Ekonomik Forumu'nun (WOE) hazırladığı Küresel Cinsiyet Farklılığı raporuna göre, dünya genelinde 21 ülkedeki kadınların hala erkeklere nazaran %90 daha az eğitim çıktısına sahip oldukları; 35 ülkenin eğitim çıktısının, ortalamasının altında olduğu belirtilmektedir. Ekonomiye katılım ve fırsatlar, eğitim hizmetlerine ulaşma, sağlık ve yaşam ile siyasal yetki olmak üzere 4 faktöre göre yapılan genel sıralamada Türkiye, 145 ülke içerisinde Nijerya, Etiyopya, Kuveyt, Cezayir gibi ülkelerin gerisinde yer alarak 130. sırada kendine yer bulabilmiştir (W.O.E., 2015: 7,9).

Güncel rakamlarla toplumsal etkileri belirtmeye çalışılan işsizlik, kadın erkek eşitsizliği gibi pek çok sorunun çözümünde devletler, hükümetler, kamu kurumları ve uluslararası örgütlerin üzerinde çok ağır bir

yük vardır. Söz konusu sorunlara yönelik ilerleme sağlayabilmek için dünya nüfusunun %3-5'nin, bu problemleri çözebileceğine inanmaları gerektiği ifade edilmektedir. İşte bu nedenle çok daha fazla sayıda sosyal girişimciye ihtiyaç vardır. (Drayton, 2010). Hükümetler ve kamu otoriteleri, ekonomik ve/veya toplumsal hedefleri gerçekleştirmede yaşanan zorluklar neticesinde, girişimci faaliyetleri teşvik etmektedirler. Özellikle toplumsal eşitsizliği azaltma konusunda hükümetlerin sıklıkla sivil toplum örgütlerinden yararlandığı görülmektedir. Girişimciler; hayat kurtarıcı, verimliliği geliştirici yeniliklere öncülük etmişler, ayrıca yaşam tarzımıza, sağlıklı ve mutlu olmamıza önemli katkılar sunmuşlardır (Miller, 2015). Kâr veya diğer finansal çıktılar yerine, toplumsal değişim yaratma ve bunu sürdürmeyi amaçlayan sosyal girişimlerin gerçekleştirdikleri başarıların fark edilmesiyle birlikte, son on yılda dünya çapındaki üniversitelerde artan sayıda sosyal girişimcilik merkezleri kurulmaya başlanmış, sosyal girişimcilik, sosyal girişim ve sosyal dönüşüm üzerine yeni bilimsel dergiler yayın hayatına başlamıştır. Ayrıca bilimsel dergilerde bu konuya atfedilen özel sayılar ile bilimsel toplantıların sayısı belirgin biçimde artmıştır (Choi ve Majumdar, 2014).

Bu çalışmada, literatüre göre sosyal girişimcilerin büyük çoğunluğunun yüksek öğrenim gördüğü (Güler, 2008: 240; Van Ryzin vd., 2009), ayrıca aktif girişimciler ile öğrenci örneklemini benimseyen çalışmaların benzer sonuçlara ulaştığından (Urban, 2013) hareketle, bir etkinliğe katılan farklı üniversite ve farklı bölümlerde eğitim gören üniversite öğrencileri araştırma örneklemini olarak belirlenmiştir. Araştırmada öğrencilerin özyeterlik algısı ve başarma güdülerinin sosyal girişimci eğilimlerine etkileri incelenmiştir. Literatürde özyeterlik algısının girişimcileri ayırt etmek için önemli bir faktör olduğu (Markman vd., 2002) ve başarma güdüsünün sosyal girişimci eğilimler ile ilişkili olduğunu (Kırılmaz, 2012; Miller, 2015) gösteren örnekler vardır. Öğrencileri araştırma örneklemini olarak benimseyen ve tek bir fakültenin öğrencilerinin dahil edildiği sosyal girişimcilik çalışmalarının (Çermik, 2015; Konaklı ve Göğüş, 2013) aksine, bu çalışmada fen-edebiyat, iktisadi ve idari bilimler, işletme, mühendislik, turizm, uluslararası ticaret, yönetim bilimleri fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin çalışmaya dahil edilmesinin literatüre bir zenginlik katacağı umulmaktadır. Özyeterlik algısı ve başarma güdüsünün sosyal girişimci eğilimlere etkisinin tespit edilmesi

yanında, bazı demografik özellikler açısından sosyal girişimci eğilimler arasındaki farklılıkların belirlenmesi ile de literatüre katkı sunulacağı beklenmektedir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Girişimcilik ve Sosyal Girişimcilik Kavramları

Girişimcilik, çağdaş ekonomik ve sosyal hayatın temel ve önemli bir parçası olarak görülmektedir. Girişimciler, toplumlarda önemli rol oynarlar (Stokes vd., 2010: 6). Girişimcilik kavramı, doğuşundan itibaren yıllar içerisinde değişikliğe uğramıştır. 18. yüzyılın başlarında yapılan ilk tanımına göre girişimcilik, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişidir (Başar, 2013: 3-4). Doğal olarak, klasik ekonomistlere göre girişimci, üretim faktörlerini bir araya getiren ve üretim maliyetinden daha yüksek fiyata satacağı ürünün üretimini gerçekleştirerek riski üstlenen kişidir (Douglas ve Shepherd, 2000: 232). Ekonomik gelişim ile birlikte girişimcinin risk üstlenme işlevi yanında, üretim girdilerini örgütlenme ve yönetme, yenilikçi ve dinamik olma nitelikleri önem kazanmaya başlamıştır (Başar, 2013 :4). Günümüzde girişimci, kıt kaynakların koordinasyonu ile ilgili yargısal kararlar alma yetkinliği olan kişi olarak tanımlansa da (Casson, 2002: 16), sanayi devriminin ilk yıllarıyla birlikte sermaye, üretim ekipmanları gibi klasik üretim girdileri anlamında kullanılan kıt kaynaklar; bugün yaratıcılık, zekâ, yenilik, inovasyon gibi üretime doğrudan katılmayan ancak rekabette kritik önemde olan unsurları da kapsamaktadır. Geçmişteki anlamının aksine, bugün girişimcilerin toplumda değişimi yaratacak kişiler olarak algılanmakta oldukları ve yalnızca para ve sermaye sahibi olmanın bu değişimi gerçekleştirmek için yeterli olmadığı vurgulanmaktadır (Besler, 2010: 4).

Surdna Girişim'in yöneticisi Edward Skloot'un ilk defa 'kâr amacı gütmeyen teşebbüs' terimini kullanması ve Ashoka'nın kurucusu Bill Drayton'un bu terimi 'sosyal girişimcilik' olarak uyarlamasının üzerinden 30 yıldan fazla zaman geçmiştir (Light, 2006). Sosyal girişimcilik, girişimcilik⁴ literatürünün bir

⁴ Bazı kaynaklarda sosyal girişimcilik ile girişimcilik kavramları arasındaki farkı daha iyi ifade edebilmek için, ikincisine ticari girişimcilik (Coşkun, 2015; Erdoğan, 2014, Kırılmaz, 2012, Austin vd, 2006), geleneksel girişimcilik (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009) ya da özel sektör girişimciliği (Güler, 2008: 76,80) dendiği görülmektedir.

parçası olarak gelişmiştir. Girişimcilik literatürünün büyük kısmı ise kâr edecek yeni girişimler yaratma üzerine odaklanmıştır. Ancak sosyal girişimcilikte çıktılar kâr, büyüme, satışlar gibi doğrudan ölçülebilir nitelikteki finansal araçlar değildir. Sosyal girişimciliğin çıktıları da bu çıktıların ölçümü de girişimcilikten farklıdır (El Ebrashi, 2013). Sosyal girişimciler, girişimci yetenekleri toplumsal değişim yaratmak için kullanırlarken, girişimciler bu maharetlerini kişisel getiri sağlamak için kullanırlar. Toplumsal değer yaratmak sosyal girişimci için daha önemliyken; girişimci, ekonomik değer üzerine daha çok odaklanır. Sosyal girişimci, kaynaklarını toplumsal fayda yaratacak sorunlar üzerinde kullanma arayışında iken; girişimci, kaynaklarını ekonomik fayda yaratacak sorunlar üzerinde kullanma arayışındadır (Trivedi ve Stokols, 2011).

Girişimcilik gibi, sosyal girişimciliğin de oldukça geniş kapsamlı ve zor tanımlanabilen bir olgu olduğu ifade edilmektedir (Güler, 2011; Okandan ve Görgülü, 2012: 5). Bu nedenle, sosyal girişimciliğe yönelik artan ilgiye ve kavramın çeşitli teorilerle benzerliklerine rağmen, halen sosyal girişimciliğin ne olduğu veya ne olmadığına yönelik bir görüş birliği yoktur (Hoogendoorn vd., 2010: 2). Benzer şekilde Mueller vd. (2015), sosyal girişimciliğin nüfuz alanı, sınırları, anlamı ve tanımı konusunda görüş birliği eksikliğinden bahsetmektedir. Literatüre göre, bazı yazalar sosyal girişimciyi, -basit anlamda- sosyal amaçlı bir örgütü ortaya çıkararak yöneten biri olarak tanımlarken; diğerleri ileri görüşlü, yenilikçi ve risk alarak değişimi gerçekleştiren kişi olarak görürler (Choi ve Majumdar, 2014). Belki de bu durumun bir nedeni de Alvord vd.'nin (2004:262) belirttiği gibi sosyal girişimcilik kavramının toplumsal kaygularla ilişkili olması ve buna bağlı olarak çeşitli anlamları bünyesinde barındırmasıdır. Klasik girişimciliğin ilk zamanlarındaki durumu gibi, sosyal girişimcilik kavramına da genel olarak olgusal olarak bakılmaktadır. Bununla birlikte kavramın diğer araştırma disiplinlerine göre sınırları belirsiz ve bütünlük bir paradigmasının olmadığı görülmektedir (Hoogendoorn vd., 2010: 2; Mair ve Marti, 2004). Kavram üzerinde yapılan araştırmalar hala başlangıç safhasındadır ve teori gelişimi üzerinde çok küçük bir gelişme söz konusudur (Choi ve Majumdar, 2014).

Bu çalışmada ise Budak'a (2015) benzer olarak, yalnızca girişimcilik ifadesi tercih edilmiştir.

Sosyal girişimcilerin amaçları ve motive olma biçimleri girişimcilerden farklı olsa da, girişimin başlatılmasından, kurulmasına ve kurumsallaştırılmasına kadar karşılaşılan sorunların ve fırsatların, girişimcilerin karşılaştıkları ile benzer olduğu ifade edilmektedir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009).

Örneğin yeni bir örgüt kurma, sosyo-ekonomik gelişime katkı, fırsatları görebilme, inovasyon ve kararlılık her iki girişimcilikte de var olan ortak hususlardan olduğu belirtilmektedir (Güler, 2011). Tablo 1'de girişimcilik ve sosyal girişimcilik kavramları arasındaki temel farklar özetlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 1: Girişimcilik ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki Temel Farklar

	<i>Girişimcilik</i>	<i>Sosyal Girişimcilik</i>
Odak	Ekonomik büyüme	Sosyal konular
Üyelik	Bireysel kariyer amacıyla	Gönüllülük esasıyla
Çıktı	Pazar payı, müşteri güveni, kalite gibi ölçülebilir değerler	Sosyal etki, sosyal dönüşüm, algı gibi ölçülmesi zor değerler
Örgüt türü	Kâr amaçlı örgüt	Kâr amaçlı, kâr amaçsız, ya da melez örgüt
Riskin sahibi	Hissedarlar	Paydaşlar (diğer insanlar, örgütler, programlar)

Kaynak: Kırılmaz, S. 2012. *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Çanakkale, s.49-51'den uyarlanmıştır.

Sosyal girişimcilik kavramı ile ilgili çeşitli tanımlar olduğu açıktır. Belki de bu durumunun bir nedeni de sosyal girişimcilik kavramının kapsamının oldukça geniş olmasıdır. Huang (2014: 41), sosyal girişimciliğin işletme, ekonomi ve yönetim literatüründe sıklıkla kullanılan bir kavram olduğunu, kâr amacı gütmeyen, kâr amacı güden ve kamu sektörlerinde gerçekleşen yenilikçi ve sosyal fayda yaratan faaliyetleri nitelendirmek için kullandığını ifade etmektedir. Mair ve Marti'ye (2004) göre sosyal girişimcilik, toplumsal değişimi hızlandıracak ve/veya toplumsal ihtiyaçları karşılayacak fırsatları kovalayabilmek için kaynakların yenilikçi kullanımını ve bileşimini kapsayan bir süreçtir. Dees (1998: 1), sosyal girişimciliğin, kâr amacı gütmeyen yenilikçi girişimlere ek olarak; kâr amacı güden kalkınma bankaları gibi toplumsal amaç güden ticari girişimcileri, ayrıca sakinlerinin eğitim aldığı ve istihdam edildiği yeni iş alanları yaratan evsiz yurtları gibi kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen unsurları uyumlu bir şekilde harmanlayan melez örgütleri de kapsayabildiğini vurgulamaktadır. Dees ile paralel biçimde Biçerli (2010:55), sosyal girişimciliğin, toplumun kamu yönetimi tarafından yeterince karşılanmamış ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla; sosyal amaçlı, yenilikçi, kâr amacına dayanmayan veya elde edilen kârın dezavantajlı gruplara harcanmasını esas alan faaliyetler olduğunu ifade etmiştir.

Bir kavram olarak sosyal girişimcilik çok kısa bir geçmişe sahip iken, sosyal girişimciliğin uygulaması kavramından daha eskidir (Hoogendoorn vd., 2010: 4). Sosyal girişimcilik toplumun herhangi bir alanında fiili bir

iyileşme yaratan herhangi bir faaliyet olabilir. Yani, toplumda dezavantajlı konumda bulunan kadınların istihdamını arttırmaya yönelik bir

faaliyet de, yemek artıklarıyla sokak hayvanlarının beslenmelerini sağlayacak bir proje de ya da evsel atıkların değerlendirilerek ekonomiye kazandırılması da birer sosyal girişimcilik faaliyetidir. Bu konuda Praszkiev ve Nowak (2012:16-17), literatür bulguları ile sosyal girişimcilerin ilgi alanında olan problemlerin kapsamına bakarak, çözülmesi gereken sosyal problemlere yönelik detaylı bir çerçeve çizmiştir. Yazarlara göre sosyal girişimcilik problem alanları şu alt başlıklarda değerlendirilebilir:

- Yaşlanma,
- Madde bağımlılığı,
- Özel gereksinimi olan çocuklar,
- Engelliler,
- Azınlıklara yönelik ayrımcılık,
- Eğitim,
- Bilgi ve İletişim teknolojileri yoksunlukları,
- Enerji, üretim ve dağıtım,
- Çevre,
- Sağlık,
- Evsizler,
- Barış, çatışmaların önlenmesi,
- Yoksulluk,
- Kırsal topluluklar ve bu toplulukların sağlık hizmetlerinde iyileştirme,
- Sokak çocukları,
- Sürdürülebilir enerji,
- Kadınlara ve çocuklara yönelik kaçakçılık,
- İşsizlik,
- Kadın-erkek eşitliği.

Praszkier ve Nowak'ın (2012: 16-17) belirttiği sosyal girişimcilik problem alanları incelendiğinde, hemen hepsinde sosyal girişimciliğin tanımında da yer alan toplumsal ihtiyaçlar veya dezavantajlı gruplar rahatlıkla görülebilir. Örneğin kadın-erkek eşitsizliğini azaltmaya yönelik bir sosyal girişimcilik projesinin çıkış nedeni kadınların erkeklere nazaran ekonomik hayattaki dezavantajlı durumları olabilir. Benzer şekilde evsizlerin, temel ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için bir takım basit işlerde istihdam edilmelerine yönelik bir sosyal girişimcilik projesinin çıkış noktası hükümetin, kamu kurumlarının ya da sivil toplum örgütlerinin bu sorunu tamamıyla çözmemiş olmasıdır.

1.2. Sosyal Girişimcilik, Sosyal Sorumluluk ve Kâr Amacı Gütmeyen Örgütler

Sosyal girişimcilik literatürünün büyük bir bölümü, kâr amacı gütmeyen sivil toplum örgütleri ile ilişkilidir (Weerawardena ve Mort, 2006). Son yıllarda toplumsal ihtiyaçlara yönelik örgütlerin sayılarında bir artış olduğu görülmektedir. Bull'a (2008) göre, son yirmi yılda küresel anlamda 'sosyal girişim' terimi ve sosyal örgütlerin ortaya çıkması şu üç nedene bağlıdır:

- Toplumda planlanan hizmetlerin uygulanması sırasında devletin katılımının azalması ve 'pazar'ın kavramsallaştırılması,
- Bireysel sorumluluk ve kendine güveni teşvik eden bir kültüre odaklanma ve girişimciliğin yaygınlığında yaşanan artış,
- Toplumda, gönüllü ve kâr amaçsız (sosyal) sektörlerde finansman olanaklarında yaşanan değişim – özellikle, sadece hibe vermekten sözleşmeye dayanan/rekabetçi ihalelere doğru kayış ile küresel çaptaki refah devletlerindeki devirler, özertleştirme ve özelleştirmeler.

Literatüre bakıldığında, sosyal girişimciliği alternatif finansman sağlama stratejilerini ya da sosyal değer yaratacak yönetim biçimlerini arayışa yönelik kâr amacı gütmeyen girişimler olarak; ticari işletmelerin diğer –ticari olmayan- sektörlerdeki ortaklarıyla giriştikleri sosyal sorumluluk faaliyetleri olarak; ya da toplumsal sorunları azaltmaya ve toplumsal dönüşümü hızlandırmaya yönelik çabalar olarak görenler vardır (Mair ve Marti, 2004). Belki de bu nedenle sosyal girişim, sosyal sorumlu örgüt ve kâr amacı gütmeyen örgüt arasında bulanık bir çizgi vardır. Bu konuda Budak (2015); sosyal girişimciliğin, sosyal

sorumlulukla birbirini destekleyen çalışmaları bünyesinde barındırdığını, sosyal sorumluluğun, kuruluşların alacakları kararların toplumu nasıl etkileyeceğine odaklanan çalışmalar yürütürken, sosyal girişimciliğin ise sosyal sorumluluk faaliyetlerini tamamlamak üzere örgütün üstlendiği geniş çaplı çalışmaları içerdiğini ifade etmiştir. Budak'a göre sosyal sorumluluk ve hayırseverliğin aksine sosyal girişimcilik, insanları yoksulluğa iten koşulları değiştirmeye yönelik pratik, yenilikçi ve piyasa odaklı yaklaşımları benimser. Özdevecioğlu ve Cingöz'e (2009) göre sosyal girişimcilik, "kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda finansman sağlamak ya da sosyal fayda yaratmak için gerçekleştireceği bir takım faaliyetler olarak görülebileceği gibi, kâr amacı güden işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları ve toplumun sosyal problemlerinin çözüme ulaştırılmaya çalışılmasıdır". Bu konuda Trivedi ve Stokols (2011) ise daha kesin bir ayırım yapmıştır. Yazarlara göre sosyal girişimci örgütler ve kâr amacı gütmeyen örgütler belirli bir toplumsal sorunu hafifletmeyi amaçlarlar, ancak sosyal girişimci örgütler bir adım ileriye giderek olumlu toplumsal değişim sağlamak için çaba gösterirler. Oysaki kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için olumlu toplumsal değişimi amaçlamak şart değildir. Sosyal girişimci örgütlerin temel amacı uzun süredir çözülmemiş durumda olan toplumsal sorunların belirlenmesi ve çözülmesi iken, kâr amacı gütmeyen kuruluşların temel amacının ise uzun süreli olan veya olmayan (acil afet yardımları gibi) sorunların belirlenmesi ve çözülmesidir (Trivedi ve Stokols, 2011). Başka bir deyişle, sosyal girişimcilikte sorunun varlığı da, çözümünün yarattığı olumlu etkiler de daha uzun dönemli olmaktadır.

Özet olarak; kâr amacı gütmeyen örgütler, sosyal girişimci örgütler veya sosyal sorumluluk bilincine sahip örgütlerin tamamı toplumsal bir soruna odaklanırlar. Sosyal sorumluluk projelerinde kâr amacı güdülmese bile, uzun dönemli ticari amaçlar (hissedar değerini arttırmak, müşteri algısını değiştirmek gibi) ön plandadır. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda ise ticari hedefler ön planda değildir. Bu örgütlerde bir kâr veya gelir elde edilse bile, bu getiri örgütün ihtiyaçlarının finansmanında kullanılır. Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çıkış noktası, kamuoyu hassasiyetlerinin gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte artmasına paralel olarak, toplumsal bir sorununun çözülmesine katkı sunma yoluyla işletme itibarını geliştirmektir. Fakat sosyal girişimci

faaliyetlerin çıkış noktası, herhangi bir doğrudan ticari fayda yaratma amacı gütmeksizin, yalnızca toplumsal fayda yaratmak ve yaratılan bu fayda yoluyla olumlu bir toplumsal dönüşüm sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.

1.3. Sosyal Girişimciliğin Boyutları

Sosyal girişimciliğin boyutları konusunda – aynen tanımında olduğu gibi- bir görüş birliği yoktur. Örneğin Praszkiev ve Nowak (2012: 15), sosyal girişimcilik kavramının; sosyal misyon, sosyal inovasyon, sosyal değişim, girişimci ruh ve kişilik olmak üzere beş boyuttan oluştuğunu ifade etmiştir. Yazarlara göre sosyal girişimci tanımının ifade edilen beş boyutu da kapsamı gerektiğini, yalnızca söz konusu niteliklerin eşsiz bir bileşiminin bir sosyal girişimci yaratabileceğini ifade etmiştir. Weerawardena ve Mort (2006), sosyal girişimciliğin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve çevresel dinamikler, inovasyon, proaktiflik, risk yönetimi, sürdürülebilirlik, sosyal misyon ve fırsat arama/tanıma gibi yedi boyuttan oluştuğunu ifade etmişlerdir. Hervieux vd. (2010), sosyal girişimcilik akademik ve uygulama literatürünü söylem analizi ile taradıklarında, sekiz boyutun ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Önem derecesine göre söz konusu boyutlar: sosyal misyon, sosyo-ekonomik organizasyon, inovasyon, sürdürülebilirlik, sosyal değişim, fırsatlar, özerklik ve risktir. Kırılmaz (2012: 158), sosyal içerikli misyon sahibi olma, sosyal değer yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama, sosyal ağlardan faydalanma olmak üzere sosyal girişimciliğin beş boyutundan bahsetmiştir. Farklı yazarlarca farklı sosyal girişimcilik boyutları ortaya korsa da, bir faaliyetin sosyal girişimcilik faaliyeti mi, sıradan bir girişimci veya sosyal sorumluluk faaliyeti mi olduğuna karar verilirken söz konusu alt boyutlar faydalı olabilir. Nga ve Shamuganathan (2010) ise sosyal girişimciliğin; finansal getiri, sosyal vizyon, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar olmak üzere beş alt boyuttan oluştuğunu ifade etmektedir. Çalışmanın uygulama bölümünde de ilgili çalışmadan faydalandığı için, söz konusu beş alt boyutun açıklanmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Finansal Getiri

Finansal perspektiften bakıldığında, girişimcilerin ekonomik geri dönüşler yaratmak için fırsatları elde etmeye ve kıt kaynaklar için rekabet etmeye gereksinimleri vardır (Nga ve Shamuganathan, 2010). Hissedar önceliğini destekleyen ekonomik

perspektife göreyse, girişimcinin rolü, temelde finansal getirinin ençoklanması ile sınırlıdır (Nga ve Shamuganathan, 2010). Her ne kadar sosyal girişimcilerin misyonu finansal çıktılardan öte, sosyal değişim yaratmak ve sürdürmek olsa da, söz konusu değişimin yaratılmasının da, sürdürülmesinin de finansal gereksinimlere ihtiyaç duyduğu açıktır. Tek seferlik büyük bir sponsorluk ve/veya uzun dönemli tek bir kaynaktan gelen finansman, toplumsal sorunun çözülmesinde elbette bir kaynak oluşturabilir. Büyük başarıya veya gelişmelere de olumlu yönde katkı sağlayabilir. Ancak sosyal girişimcinin başarısı herhangi bir girişimcinin iyi niyetine bağlı olmamalıdır (Göçenoğlu, 2014). Örneğin evsizlerin barınması ve temel ihtiyaçlarının karşılanması kısa dönemde bir kaç hayırseverin katkıları ile sağlanması yerine bu faydanın sürdürülebilmesi için uzun dönemde, evsizlere istihdam sağlanması gibi finansal getiri sağlayan yaratıcı bir projeye ihtiyaç vardır.

Sosyal Vizyon

Sosyal girişimci, klasik girişimciden farklı olarak, toplumsal değişimi ve bunu sürekli kılmayı amaç edinir. Sosyal girişimcilikte çıktılar, kâr veya hissedar değeri gibi genellikle sayısal nitelikte finansal araçlardan ziyade; sosyal etki, sosyal dönüşüm gibi ölçülmesi daha zor olan unsurlardır. Sosyal vizyon, işletme yönetiminin, mevcut amaçlarının ötesinde sosyal değişim ajanı olmasına imkân tanıyacak şekilde fırsatları görebilme yeteneğini teşvik eder (Nga ve Shamuganathan, 2010). Sosyal girişimciler, genellikle hükümetlerin ve özel işletmelerin karşılamakta geç kaldıkları ihtiyaçları dile getiren ve karşılayan savunucular olarak hareket ederler (Nga ve Shamuganathan, 2010).

İnovasyon

Kısıtlı kaynaklar bahsedilen, belirsizliklerle boğuşan, buna karşın toplumsal değişim ajanı olmaya sarsılmaz biçimde inanan sosyal girişimciler, müşterek toplumsal çözümleri biçimlendirmede çevik ve yaratıcı olmaya gereksinim duyarlar (Nga ve Shamuganathan, 2010). Schumpeter (1934'den aktaran Misra ve Kumar, 2000: 145), inovasyonun girişimci davranışının temel özelliği olduğunu ifade etmektedir. Schumpeter'e göre tüm girişimci süreçler bir fikir ve yeni bir şey yaratma ile başlamaktadır. Sosyal inovasyon; kapasitelerin, ürünlerin, süreçlerin ve teknolojinin sinerjik bir birleşimi yoluyla sürdürülebilir çözümler için bir platform yaratarak değer ortaya çıkarabilir (Nga ve Shamuganathan, 2010).

Kırılmaz (2012: 163), yenilik kavramını girişimcilik ve sosyal girişimcilik açısından şu şekilde değerlendirmiştir: "Girişimcilikte olduğu gibi, sosyal girişimcilikte de yenilik temel gerekliliktir. Sosyal girişimcilikte yenilik; ürünler, hizmetler ya da süreç düzeyinde ortaya çıkabilir." Sosyal girişimcilikte yeniliğe örnek olarak 'yuvarla' verilebilir. 'Yuvarla', internetten kredi kartı ile yapılan alışverişlerde sepet toplam tutarının yukarıya yuvarlanarak aradaki farkın, tüketicinin seçtiği sivil toplum kuruluşuna aktarılmasına olanak sağlamaktadır. 'Yuvarla', çevrimiçi alışveriş pazarının giderek büyüdüğü Türkiye'de, tüketicilere kolay ve ucuz bir şekilde ulaşarak, küçük meblağlar ile onları bağışçı olmaya ikna eden, başarılı ve inovatif bir sosyal girişimcilik projesi olmuştur⁵.

Sürdürülebilirlik

Besler'e (2010: 13) göre sosyal girişimcilik, "eldeki mevcut kaynaklarla sınırlı kalmadan yeni kaynaklar yaratabilme ve böylelikle de sürdürülebilir olma özelliğine sahiptir" (Besler 2010: 13). Toplumsal dönüşümler, genellikle bir anda olmaktan ziyade, belirli bir süre içinde gerçekleştiğinden, kendisine toplumsal dönüşümü hedeflemiş sosyal girişimcilerin, bu hedefe ulaşmak adına sürdürülebilir faaliyetler içerisine girmek zorunda olduğu söylenebilir (Şeker, 2012: 46). Sürdürülebilirliği benimseyerek sosyal girişimciler, en alt sosyo-ekonomik düzeyde yer alan daha çok sayıda insanın, klasik girişimcilerin ve hükümetlerin karşılamayı karlı görmediği ihtiyaçlarını karşılamak yoluyla toplumsal değişimi yürütmeye kararlı hale gelirler (Nga ve Shamuganathan, 2010).

Sosyal ağlar

Kırılmaz'a (2012:165) göre sosyal girişimcilik teorisi, sosyal girişimin, bireylerin toplum içindeki sosyal ağlarından faydalanarak başlar. Kırılmaz ayrıca, büyük ağların, kaynakların elde edilmesi ve daha uzun süre hayatta kalınabilmesi için bazı fırsat sunduğunu da ifade etmiştir. Sosyal girişimciler, misyonlarını ilerletmek için, sahip oldukları kişisel varlıkları yanında, yoğun biçimde, sosyal ağlarına da güvenirliler (Trivedi ve Stokols, 2011). Sosyal girişimler, vatandaşların katılımını teşvik ederek veya bireyleri ve toplulukları güçlendirme yoluyla ekonomik ve sosyal kazançlar sağlamak için kişilerarası ve profesyonel ağları harekete geçirirler (Trivedi

ve Stokols, 2011). Sosyal girişimciler, finansörler, yöneticiler, farklı deneyime sahip çalışanlar, gönüllüler ve diğer ortaklar gibi çeşitli çıkar gruplarıyla ilişkilerinden dolayı, geniş bir ilişki ağını yönetebilme becerisine sahip olan kişiler olduğu söylenebilir (Besler, 2010: 15). Bir küresel ağ olarak Ashoka'nın sosyal girişimlere verdiği destek önemlidir. Söz konusu ağın kalıcı olduğu ve halen kullanıldığı ifade edilmektedir (Ersen vd., 2010).

Sosyal girişimcinin sahip olduğu ağ ilişkileri, geniş bir topluluğun çıkarına hizmet edecek, daha yenilikçi ve amaca uygun çözümlere ulaşacak şekilde bilginin ve tecrübenin paylaşılmasına olanak sağlar (Nga ve Shamuganathan, 2010). Örneğin, atık malzemelerden yaratıcı ve sürdürülebilir ürünler üreterek atölyenin kurulduğu Ayvalık'ta yaşayan kadınlara iş olanağı sunan çöp(m)adam projesinin kurucu ortağı Tara Hopkins'in uzun yıllar Sabancı Üniversitesinde Toplumsal Duyarlılık Projelerinde yöneticilik yapması sayesinde, Türkiye'de bu alanda çalışan birçok kurum, kuruluş ve kişi ile irtibat sağlanmıştır. Hopkins, üniversitenin güçlü ve etkili isimlerinden oluşan sosyal ağından bir hayli faydalanmış, mezun öğrenciler de projeye desteklerini sürdürmüşlerdir. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), kuruluşunda ihtiyaç duyulan kaynaklara kurucusu Şengül Akçar'ın kişisel sosyal ağı sayesinde ulaşmıştır. Kişisel ağları takiben KEDV, Türkiye'nin en büyük kadın kooperatifi ve yuva ağı olmuştur (Okandan ve Görgülü, 2012: 26-27).

1.4. Sosyal Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Bazı Kişisel Özellikler

Peter F. Drucker'a göre sosyal girişimci, bir toplumun üretkenlik yeteneğini değiştirir (Gendron, 1996). Bu değişimi ise kâr etmek, büyüme, yatırım yapmak için değil sosyal bir fayda yaratmak için yapar. Öyleyse sosyal girişimciyi bu değişimi yaratmaya iten nedenler nelerdir? Aslında, genel olarak, girişimcileri girişimci olmayanlardan ayırmaya çalışan özellikler, girişimcilik disiplininin merkezinde yer almaktadır (Markman vd., 2002). Özdevecioğlu ve Cingöz'e (2009) göre sosyal girişimci:

- Bir ihtiyaç boşluğunu tanımlar ve bu boşluğu bir fırsatla ilişkilendir,
- Gerekli ağları kurmak için diğer kişileri bir araya getirir ve güdüler,
- Engellerin üstesinden gelir ve içsel riskle baş eder,
- Riski kontrol etmek için uygun sistemleri öne sürer.

⁵<http://www.sosyalinovasyonmerkezi.com.tr/wp-content/uploads/2015/02/buradan.pdf>, Erişim:18.3.2016

Ancak bu özelliklere sahip kişilerin belirli ortak özellikleri var mıdır? Robinson vd. (1991'den aktaran Douglas ve Shepherd, 2000), tutumların kişilik özelliklerinden daha iyi bir girişimcilik eğilimi belirleyicisi olduklarını ifade etmişlerdir. Yazarlara göre tutumlar öğrenilebilir niteliktedir. Tutumlar; bireyin yetiştirme tarzı, aile değerleri, bireyin çalışma ve toplumsal çevresine bir düzeyde bağlı iken, birey çalıştığı ve yaşadığı çevre ile etkileşim kurdukça zaman içinde değişebilirler. Öte yandan Baron ve Markman (2003'ten aktaran Denisi, 2015) ise, girişimci başarıda sosyal becerilerin, kişilik özelliklerinden daha önemli olabileceğini ifade etmiştir. Yazarlara göre sosyal beceriler, diğer insanları ikna etmede, onların duygularını anlamada ve farklı durumlara uyum sağlamada girişimci başarı açısından daha önemli olabilir. Miller (2015) ise, girişimcilerin başarısının, sahip olunan olumlu özellikler yanında olumsuz özelliklerden de kaynaklanabileceğini irdelediği çalışmasında, başarılı bir girişimciliğin kişilik noksanlığı ya da engelleri ile başladığına yönelik kanıtlar sunmuştur. Örneğin Logan (2010'dan aktaran Miller, 2015) ve Miller (2010'dan aktaran Miller, 2015), girişimci ruhun okuma güçlüğünden kaynaklanabileceğini ifade etmişlerdir. Ki bu kusur, genelde bilişsel ve sosyal bağımsızlığa ve otoriteyi sorgulamaya dönüşecektir. Gladwell (2009'dan aktaran Miller, 2015) ise yüksek düzeyde başarılı liderler ve mucitlerin genellikle oldukça zor bir çocuklukla baş başa kaldıklarını belirtmiştir. Güler (2008: 251), olumsuz yaşam deneyimine sahip olma, hayatın büyük bölümünü kırsal bölgede geçirme ve insani gelişmişlik açısından düşük düzeyde bir ülkede bulunma gibi değişkenlerin de sosyal girişimci davranışları etkilediğinden bahsetmiştir. Literatürde, uzun depresyon sonucu intihara kalkışmış anne, yaşam yerini zorunlu terk etmiş olan ya da doğuştan bacak problemleri gibi olumsuz deneyimlere sahip sosyal girişimcilerden sıkça bahsedilmektedir (Kırılmaz, 2012: 131). Örneğin Türkiye'nin 2014 yılı sosyal girişimcisi ödülü sahibi Bedriye Hülya, 16 yaşında yaşadığı bir kaza nedeniyle 3 yıllık tedavi sonucu yürüyebilmiş, yükseköğrenimini yurtdışında büyük yokluklar içinde tamamlayabilmiş, kanser hastalığı ile mücadele etmiştir (Hürriyet Gazetesi, 2015).

Kişilik ve Demografik Özellikleri

Genel olarak girişimcilik literatüründe girişimci kişilik özelliklerinin tespiti yaygın bir araştırma alanıdır (Denisi, 2015). Kişinin yaşı, cinsiyeti, gelir durumu gibi demografik özellikleri veya liderlik özellikleri, özgüven,

başarı ihtiyacı gibi kişilik özellikleri ile girişimci eğilimler arasındaki ilişkiler girişimcilik araştırmalarının ilgi alanındadır. Örneğin Küresel Girişimcilik Endeksinin 2012 yılı verilerine göre, Türkiye'de bir iş kuranların nispeten yaşlı, yüksek gelir grubuna mensup ve iyi eğitilmiş oldukları görülmektedir. 2009 yılından sonra Türkiye'de, kadın girişimcilerin dağılımı açısından küçük bir artış olduğu da ifade edilmektedir (G.E.M., 2012). Toplumsal açıdan bakıldığında, sosyal girişimcilik kavramı, genel olarak, tüm ihtimallere karşın toplumsal değişim yaratacak risk alan bireyin rolüne odaklanır (Praszkiar ve Nowak, 2012: 22). Bankaların kullanılmayı oldukça riskli gördükleri fonları kendi çabalarıyla bularak küçük üreticilere kullandıran Bangladeşli ekonomist Muhammed Yunus, büyük bir finansal risk üstlenmiştir. Sosyal girişimciler, genellikle azimli, sosyal bir misyon edinen, toplumsal fayda yoluyla tatmin olma arayışında olan kişilerdir.

Genel olarak girişimcilik konusuna bakıldığında, bu alanın hala 'eril' bir alan olarak algılandığı ve genç kadınların, gereken yetenek ve becerilere sahip olmadıklarını düşünmeleri nedeniyle girişimci kariyer arzularını kısıtlayabildikleri görülmektedir (Wilson vd., 2007). Örneğin White vd. (2006'dan aktaran Miller, 2015), erkek cinsiyet hormonu olan testosteronun, girişimcilerde nüfusun geneline kıyasla daha yüksek olduğunu ifade etmektedir. Sosyal girişim açısından bakıldığında, benzer şekilde, sosyal girişimcilerin daha çok eril özelliklere sahip bireyler olarak ifade edildiği görülmektedir (Güler, 2008: 178). Literatürde genellikle erkeklerin kadınlara yönelik daha sık girişimci faaliyetler içerisinde oldukları ifade edilse de, 2004 yılı Birleşik Krallık Girişimcilik Platformu (GEMUK) raporunda, kadınların ve etnik azınlıkların, özel sektör girişimcilerinden çok, sosyal girişimci olma eğilimi gösterdikleri belirtilmektedir (Güler, 2008: 158). Benzer şekilde ABD'de yapılan bir araştırmada, sosyal girişimcilerin kadın olmalarının daha olası olduğu belirtilmektedir (Van Ryzin vd., 2009). Buradan hareketle hipotez şu şekilde ifade edilebilir:

H₁: Cinsiyet grupları arasında sosyal girişimci eğilimleri açısından fark vardır.

Girişimcilik araştırmalarında üzerinde en çok durulan faktörlerden birisi de eğitimidir (Kırılmaz, 2012:130). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğitimine yönelik bir ihtiyacın gerekliliğine ilişkin bir anlayışları olmasının, girişimcilik niyetini pozitif yönde ve anlamlı

olarak etkilediğine yönelik araştırma bulguları vardır (Akmaliah ve Pihie, 2009). Güler (2008: 160), “sosyal girişimci olmak isteyen bireylerin, amaçlarına yönelik eğitim almalarının onların kariyerlerinde ilerlemelerine ve başarılı sosyal girişimciler olmalarına etki eden önemli bir unsurdur” demektedir. Benzer şekilde Lussiers ve Pfeifer (2001’den aktaran Akmaliah ve Pihie, 2009), yükseköğrenim görmüş, endüstriyel ve yönetsel tecrübeye sahip olanların, kendilerine ait işlerde başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğuna yönelik bulgulara ulaşmışlardır. Eğitim düzeyi yanında, alınan eğitimin niteliği de girişimcilik eğilimi açısından fark yaratabilir. Yapılan bir araştırmada öğrencilerin aldıkları yönetim dersleri ile girişimci eğilim düzeyi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır (Chen vd., 1998). Benzer şekilde Kuratko (2005’den aktaran Akmaliah ve Pihie, 2009), girişimci eğitim programlarına katılmanın, girişimciliğe yönelik tutum ve niyetler ile ilişkili olduğunu belirtmektedir. Türkiye’de yapılan bir araştırmada ise, mühendislik fakültesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin, diğer fakültelerde (Fen-Edebiyat, İİBF, Yüksekokul/MYO) okuyan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinden yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Uygun vd., 2012). Buradan hareketle hipotez şu şekilde ifade edilebilir:

H₂: Fen bilimleri ve sosyal bilimler eğitimi alan öğrenciler arasında, sosyal girişimci eğilimler açısından fark vardır.

Bird (1989:121’den aktaran Güler, 2008: 161), ailenin; insanların duygu, düşünce, tutum ve davranışlarının ilk şekillenmeye başladığı ortam olduğunu, özellikle ebeveynlerin bireydeki girişimci davranışı ortaya çıkaran bağımsızlık ve kontrol etme isteğini olumlu ya da olumsuz etkileyebilecek güce sahip olduklarını ifade etmektedir. Literatürde ailenin eğitim düzeyi veya mesleği ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri irdeleyen çalışmalar vardır (Misra ve Kumar, 2000). Ailenin girişimci olması, özellikle de babanın kendi işine sahip olmasının girişimciliği etkileyen önemli bir unsur olduğu ifade edilmektedir (Kırılmaz, 2012: 131). Türkiye’de yapılan güncel bir araştırmaya göre, ailede girişimci olmasının kişilerin girişimcilik eğilimlerini anlamlı düzeyde ve pozitif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır (Bozyiğit ve Yaşa, 2015). Girişimci ebeveyne sahip olma ile girişimcilik eğilimi arasındaki anlamlı ilişkileri vurgulayan örneklerle karşın, yapılan bir araştırmada sosyal girişimci olma eğilimi ile girişimci ebeveyne sahip olma

değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ifade edilmiştir (Germak, 2013). Benzer şekilde Türkiye’de yapılan bir araştırmada, ebeveyn mesleği ile sosyal girişimcilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır (Çermik, 2015). Buradan hareketle hipotezler şu şekilde ifade edilebilir:

H₃: Girişimci ebeveyne sahip olan ve olmayan öğrenciler arasında sosyal girişimci eğilimler açısından fark vardır.

H₄: Girişimci akrabaya sahip olan ve olmayan öğrenciler arasında sosyal girişimci eğilimler açısından fark vardır.

Girişimcilik faaliyetlerinin çıkış noktası yeni bir fikir olsa da, fikirlerin olgunlaştırılması ve uygulanması için finansal gereksinimler söz konusudur. Gelir kavramı, sosyal girişimcilik niteliklerini tanımlamada anahtar bir unsur olmayabilir, ancak sosyal girişimcilerin yatırımlarını sürdürmeleri açısından büyük önem arz etmektedir (El Ebrashi, 2011). Türkiye’de 36 iş profesyoneli ile yapılan bir araştırmada, düşük ve orta gelir grubu üyelerin zorunluluktan, yüksek gelir grubu üyelerinin ise fırsatçı yönelimler ile yeni bir iş kurdukları ifade edilmiştir (Karadeniz, 2011: 28). Üniversite öğrencileri ile yapılan bir araştırmaya göre, aile gelir kategorileri arasında girişimcilik bileşenleri olan başarı ihtiyacı ve risk alma açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir (Bozyiğit ve Yaşa, 2015). Üniversite öğrencileri örneklemini benimseyen başka bir araştırmada ise, aile geliri yüksek olanların, görece düşük olanlara göre kendi işini kurma eğilimlerinin daha yüksek olduğu ifade edilmiştir (Uygun vd., 2012). Buradan hareketle hipotez şu şekilde ifade edilebilir:

H₅: Hane halkı gelir grupları arasında sosyal girişimci eğilimler açısından fark vardır.

Sosyal girişimcilerin klasik girişimcilerden önemli bir farkı, temel motivasyonlarının kâr etme gibi finansal bir getiriden çok, toplumsal bir ihtiyacı giderme yoluyla manevi tatmin arayışında olmalarıdır. Etkileri veya çözüm yöntemleri daha dar kapsamlı olsa da, sivil toplum örgütü çalışanlarının temel motivasyonu da manevi tatmin arayışındır. Haliyle sivil toplum örgütü çalışanları ile sosyal girişimcilerin ortak özellikleri olduğu düşünülebilir. Buradan hareketle hipotezler şu şekilde ifade edilebilir:

H₆: Geçmişte sivil toplum örgütünde çalışanlar ile çalışmayanlar arasında sosyal girişimci eğilimler açısından fark vardır.

H₇: Sivil toplum örgütünde çalışanlar arasında çalışma sürelerine göre, sosyal girişimci eğilimler açısından fark vardır.

Özyeterlik Algısı

Bandura (1994'den aktaran Yıldırım ve İlhan, 2010), özyeterlik kavramını şu şekilde ifade etmiştir: "Kişinin çevresinde olup bitenler üzerinde etkili olabilecek biçimde bir edimi başlatıp sonuç alıncaya kadar sürdürülebileceğine olan inanç". Yıldırım ve İlhan (2010) ise özyeterliğin, "bir eylemin planlanması, gerekli becerilerin farkında olunması ve örgütlenmesi, zorluklarla birlikte elde edilecek kazançların gözden geçirilmesi sonucunda oluşan güdülenme düzeyi gibi öğeleri içerdiğini" ifade etmektedirler. Kişinin belli bir eylemi başarabileceğine yönelik kişisel inancı olarak adlandırılabilir özyeterliğin yüksek olduğu bireylerde, düşük olduğu bireylere göre, başarı, sarf edilen çaba ve isteğin daha fazla olacağı ifade edilmektedir (Türkmen, 2009: 21). Benzer biçimde Bandura (1997'den aktaran Yıldırım ve İlhan, 2010), özyeterliği düşük ve yüksek olanlar arasındaki en önemli farkın, yüksek olanların başarısızlık karşısında çabuk toparlanıp ısrarcı olmaları, yani yılmamaları olduğunu ifade etmektedir. Zhao vd.'ne (2005'den aktaran Güler, 2008: 167) göre girişimci özyeterlik, girişimci olma niyetini belirleyen bir faktördür ve girişimci özyeterliğin gelişmesinde alınan eğitim, girişimci deneyim ve risk alma eğilimi etkilidir. Bazı çalışmalara göre özyeterlik, girişimcileri girişimci olmayanlardan başarılı bir şekilde ayırt etmemize yardımcı olabilir (Markman vd., 2002). Reyhanoglu ve Akın'ın (2012) 112 girişimci ile yaptığı çalışmada, girişimci özyeterlik ile sosyal girişimci özellikleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Başarma Güdüsü

Başarma güdüsü, mükemmeliyetçilik standartlarını da dikkate alarak, işleri daha iyi yapmaya yönelik bir çaba olarak tanımlanabilir (Umay, 2002). Miller (2015) başarma güdüsünün girişimcilikle ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Başarma güdüsü yüksek olan girişimcilerin para kazanma arzularından çok, başarılı olma arzusu içinde oldukları ifade edilmektedir (Güler, 2008: 188). Kaya ve Selçuk (2007), başarma güdüsünün, temel olarak bireysel bir farklılık olduğunu ve bireyin sahip olduğu bir nitelik olduğunu söylemektedirler. Yazarlara göre başarma güdüsüne sahip olan bireylerin bireysel ve profesyonel hedeflere yönelik olarak istekli ve gayretli çalışma ile zorluklara meydan okuma

eğilimleri yüksektir. Muhammed Yunus gibi başarılı sosyal girişimci örneklerine bakıldığında, sosyal girişimcilerin pek çok engelle rağmen başarma güdülerini yitirmedikleri görülmektedir. McClelland (1961, 1975, 1987'den aktaran Miller, 2015) girişimcilerin; başarma, özerklik, güç ve bağımsızlığa yönelik olağanüstü yüksek düzeyde gereksinimleri olduğundan bahsetmiştir.

Denisi (2015) her hangi bir olayda, başarma ihtiyacının başarmaya yönelik bir güdü olduğunu ve başarma ihtiyacı yüksek olan bireylerin, sonuçlar üzerinde bir miktar kontrollerinin olduğu ve başarı olasılığın yaklaşık %50 olduğu şartları tercih edeceklerini ifade etmektedir. McClelland (1987'den aktaran Denisi, 2015), üç ülkedeki başarılı girişimcilerin, proaktivite, diğer insanlara bağlılık ve başarma yönelimleri düzeylerinin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Türkiye'de yapılan bir çalışmada, vakıf ve dernek yöneticilerin başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik eğilimleri arasında güçlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır (Kırılmaz, 2012). Buradan hareketle hipotezler şu şekilde ifade edilebilir:

H₈: Özyeterlik algısı ve başarma güdüsünün, sosyal girişimci olma eğilimleri üzerinde etkisi vardır.

1.4.5. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik

Türkiye'de son yıllarda sivil toplumun hızlı bir değişim ve gelişim süreci içine girdiği görülmektedir. Sivil toplum kuruluşları ülkenin demokratikleşme ve kalkınmasında önemli aktörler olarak ortaya çıktığı, giderek gerek nitelik gerekse sayıca arttığı ve çeşitlendiği ifade edilmektedir (Ersen vd., 2010: 4). Türkiye'de sosyal girişimcilik faaliyetleri, mevzuatta sosyal girişimci diye bir tanım olmamasına rağmen büyük oranda vakıflar veya dernekler vasıtasıyla yürütülmektedir. Türkiye'de 5008 yeni, 264 mülhak, 1 esnaf ve 167 cemaat vakfı olmak üzere toplam 5440 vakıf (Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2015: 40) ve 109.613 faal dernek (Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2016 (a)) bulunmaktadır. Derneklerin yüzdesel dağılımına bakıldığında mesleki ve dayanışma dernekleri (%33,6), spor ve spor ile ilgili dernekler (%20,5), dini hizmetlerin gerçekleştirilmesine yönelik faaliyet gösteren dernekler (%17,9), insani yardım dernekleri (%6,3) ve eğitim araştırma dernekleri (%6,2) başı çekmektedir (Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2016 (b)). Benzer şekilde vakıfların faaliyet alanlarında sosyal yardım

(%56,1), eğitim (%47,5) ve sağlık (%21,8) alanları başı çekmektedir (T.O.G., 2013: 12).

Girişimciliğin genel olarak ekonomi ve toplumsal gelişme üzerindeki olumlu etkileri fark edilmeye başlandıça, Türkiye'de girişimcilik eğitimine daha fazla önem vermeye başlanmıştır. Uzun yıllardır yükseköğrenim düzeyinde verilen girişimcilik derslerine ek olarak, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olan Talim Terbiye Kurulu'nun 26.08.2009 tarih ve 127 sayılı kararı ile ortaöğretim kurumlarında girişimcilik dersi verilmektedir (Konaklı ve Göğüş, 2013). Sosyal girişimcilik ise, Türkiye'deki üniversiteler için görece yeni bir alan olup, özellikle bazı özel üniversitelerin düzenledikleri yarışmalar ve eğitim faaliyetlerinin göze çarptığı görülmektedir (T.O.G., 2013: 25). Örneğin vakıf üniversitelerinde konulan sosyal girişimcilik dersleri yoğun talep görmekte, bir vakıf üniversitesinin bünyesinde başlatılan Sosyal Değişim Laboratuvarı ile iş planlama desteği, danışmanlık ve çekirdek yatırım destek hizmetleri sunulmaktadır (Koenig, 2013). Başka bir vakıf üniversitesi 2010 yılında Genç Sosyal Girişimci Ödülleri düzenlemeye başlamış, bir devlet üniversitesi bünyesinde ise Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi (SOGLA) faaliyet göstermeye başladığı ifade edilmiştir (Ersen vd., 2010: 22). Başka bir örneğe göreyse, 2009 yılında Dünya Bankası tarafından Türkiye'nin yaratıcı kalkınma fikirlerinden biri seçilen SOGLA'nın, gençlerin kendilerini geliştirirken sosyal değer üreten yaklaşımlar ve iş modelleri öğrenmelerine yardımcı olduğu görülmektedir (T.O.G., 2013: 30).

Sosyal girişimcileri destekleyen ve 'stratejik bağlılığı' yaygınlaştırmayı hedefleyen yeni bir sosyal girişim olarak hazırlanan Buluşum'da sosyal fayda yaratacak projeler Boyner Grup ve 'el veren'lerin (bağışçıların) desteğiyle hayata geçirileceği ifade edilmiştir⁶. "Benim bir buluşum var" diyenler ile "ben bu buluşu desteklerim" diyenleri buluşturan buluşum projesi; hedef ve beklentilerin net olarak tanımladığı, alan ve sektör ayrımı yapmayan, yardım veya hayırseverlik için para toplamak yerine; toplum hayatında bir şeyleri değiştirme veya toplumsal hayata katkıda bulunma potansiyeli bulunan yaratıcı projelere destek bulunmasına aracı olmayı hedefleyen bir platformdur⁷. Buluşum'da tamamlanan projelerden biri olan 'Yuvarla' ile hedeflenen

⁶ <http://boynergrup.com/sosyal-girisimler-ve-el-verenler-bulusumda-bulusuyor/>, Erişim:18.3.2016

⁷ <https://www.bulusum.biz/bulusumnedir/#amac>, Erişim:18.3.2016

şeyin, sivil toplum örgütlerine kaynak yaratmaktan ziyade, sunulan kolaylıklar ile mümkün olduğunca fazla insana, belki de ilk defa bağış deneyimi yaşatmak ve ileride bu insanların geleneksel bir sivil toplum örgütü destekçisi olmalarını sağlamak olduğu ifade edilmektedir⁸.

Başka bir örnek ise Tülin Akın'ın kurduğu tarımsal pazarlama platformudur. Söz konusu platform çiftçileri internetle buluşturarak, ürünlerinin korunması hakkındaki bilgilere ulaşmalarını, tarlalarından aldıkları mahsulünü hem değerinde, hem de komisyonsuz daha hızlı bir şekilde satmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca hayvanlarda kolayca önlenebilir hastalıklar ve buna ilişkin ürünler hakkında habersiz olan çiftçiler bu platform ile çözümler sunulmaktadır⁹. Tarımsal pazarlama platformu, Anadolu'nun çeşitli yerlerinde yaklaşık bir milyon çiftçiye tarımsal içerikleri bilişim araçlarıyla ulaştırmakta, ayrıca tarım firmaları ve çiftçilerin ücretsiz tanıtım sayfaları oluşturarak ürün satış ilanlarını paylaşmalarına olanak sağlamaktadır¹⁰. Ayrıca Tarımsal pazarlama platformu iş ortağı Vodafone, çiftçi kulübü üyelerine özel il ve ilçe hava tahminleri, ürüne yönelik hastalık uyarıları ve risk bilgilendirmeleri, hal ve borsa fiyatları, tarımsal hibe ve yatırım destekleri, tarım sektörü ile haberleri, ücretsiz fuar davetleri gibi haberleri herkesten önce zahmetsizce öğrenme ayrıcalığı sağlamaktadır¹¹.

2015 yılı rakamları ile Türkiye'de işsizlik oranı genelde %10,8 -bu oran ülkede 3 milyon 204 bin işsiz olduğu anlamına gelir-, gençlerde ise %19,2 olarak açıklanmıştır.(T.Ü.İ.K., 2016). Sosyal girişimcilik, gerek sosyal gerekse girişimcilik boyutları ile sağlık, eğitim, işsizlik gibi birçok alandaki sorunların ve bunlara yönelik çözümlerin bulunduğu bir platform olarak değerlendirilmelidir (Optimist Dergisi, 2013:6).

Bununla birlikte uygulamada bir takım sorunlardan da bahsedilmektedir. Yasal açıdan bakıldığında, sosyal girişimciler dernek, kooperatif, özel şirket -veya bu konuda hukuki sistemin var olduğu ülkelerde sosyal amaçlı şirket- gibi birçok farklı şekilde faaliyet gösterebilmektedir. Ancak bütün bu özellikleri

⁸ <http://www.sosyalinovasyonmerkezi.com.tr/wp-content/uploads/2015/02/buradan.pdf>, Erişim:18.3.2016

⁹ <https://www.tarimsalpazarlama.com/Sayfa/28/Hakkimizda.aspx>, Erişim:18.3.2016

¹⁰ <https://www.tarimsalpazarlama.com/Haber/9970/Tarimsal-Pazarlamanin-Kurucusu-Tulin-Akin-Marketing-Anadoluda.aspx>, Erişim:18.3.2016

¹¹ <http://www.ciftcikulubu.com/Bilgi>, Erişim:18.3.2016

nedeniyle sosyal girişimciler tek bir kategori altında toplanamamakta ve kendilerini çoğu zaman farklı dünyalar arasında sıkışmış bulmaktadırlar (Koenig, 2013). Sosyal girişimcilerin vakıf, dernek, kooperatif, kâr amacı gütmeyen şirket gibi farklı kurumsal yapıları benimsemesi, sosyal girişimlerin kurulup işletilmesini oldukça kısıtlamaktadır (Ersen vd., 2010:18). Mevzuatta sosyal girişimler ve benzeri örgütler için özel düzenlemelere ihtiyaç olduğu aşikârdır. Bu düzenlemeler sayesinde sosyal girişimcilik alanında karşılıksız alın teri döken gençlerin önünün açılacağı düşünülmektedir (Gürsoy, 2014). Sosyal girişimcilik alanında uzman eksikliği de göze çarpmaktadır. Sosyal girişimler, insan kaynaklarının yetersizliğinden dolayı yeterince gelir elde edemediklerini ve bu sebeple hibe ve bağışlara bağımlılıklarının devam ettiğini bildirmekte, ayrıca mali kaynak sıkıntısı nedeniyle nitelikli ve uzman eleman alamadıklarını bildirmektedirler (Ersen vd., 2010: 24-25). Bir sosyal girişimci bu konuda şöyle söylemektedir (Koenig, 2013):

“Türkiye’de, bu alanda profesyonel kariyer diye bir şey söz konusu değil. İnsanlar henüz sosyal organizasyonların sağladığı hizmetlere para ödemeye hazır değil; bizden gelen her şeyin parasız olmasını bekliyorlar. (...) Sosyal girişimciler tek başlarına faaliyet göstermiyor. Sosyal girişimleri besleyecek, organizasyonların etki alanlarını genişletmeye yardım edecek, risk almayı göze alan hayırsever destekçilere ve güçlü bir sosyal etki piyasasının altyapısını oluşturacak öncü vizyon sahiplerine ihtiyacımız var...”

Benzer biçimde, ‘Yuvarla’ projesinin kurucu ortağı Emre Danacı, sosyal girişimcilerin güdülenmeleri ile ilgili sorunları, biraz da çarpıcı biçimde, şu şekilde ifade etmektedir¹²:

“Çevreye ve topluma faydalı işler yapan insanlar salak değildir, onlara bedava işgücü muamelesi lütfen yapmayın. Yoksa bu insanları küstürürsünüz ve yakın zamanda iyi bir şeyler için mücadele edecek kimse kalmaz.”

Mali düzenlemelerdeki eksiklikler nedeniyle sosyal girişimcilik alanında faaliyet gösteren tüm tüzel kişilikler adeta kâr amacı güden bir şirket yaklaşımıyla normal bir şirketin tabii olduğu vergi mevzuatına tabidirler. Türk Hukuk Sisteminde haksız rekabetin engellenmesi yaklaşımı, sosyal girişimcilerin sosyal alanda yaptığı faaliyetlerin yok

sayılması anlamına gelmektedir (Ersen vd., 2010:19).

Türkiye’de uygulamada başarılı sosyal girişimcilik örnekleri yanında, son yıllarda akademik alanda yapılan araştırmalar ile sosyal girişimcilik konusunda Türkiye özelinde önemli çıkarımlar sağlanabildiği görülmektedir. Örneğin Çermik (2015), sosyal girişimci özelliklerin; yaş, ebeveyn eğitim düzeyi, aylık gelir, ebeveyn mesleği, üniversiteye gelmeden önce yaşanan yer değişiklerine göre anlamlı farklılık göstermediğini; bunun yanında toplumsal, küresel ve çevresel sorunlara duyarlı olma ve sivil toplum kuruluşuna üye olma değişkenlerine göre sosyal girişimci özelliklerin anlamlı farklılık gösterdiğini ifade etmektedir. Yazara göre sosyal girişimcilik, küresel vatandaşlık ve çevre davranışı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır (Çermik, 2015). Oktay vd. (2015), Denizli Belediyesi özelinde yaptıkları araştırmada, birçok sorunun çözümü ve dezavantajlı birçok grubunun potansiyellerinin ortaya çıkarılmasında belediyelerin önemli katkılar sunabileceğini, bu sayede yaratılacak yerel kalkınma yoluyla ülke kalkınmasının da tetiklenebileceğini ifade etmektedirler. Konaklı ve Göğüş (2013), yaptıkları araştırmada, bireylerin sosyal girişimci özelliklerinin risk alma, özgüven ve yaratıcılık olmak üzere üç faktör altında toplandığını ifade etmektedirler. Ünlü (2012), sosyal girişimci projelerin, sivil toplum örgütlerine mali kaynak, insan kaynağı, paydaş ilişkileri kurma, iş çevresi bağlantıları, sosyal ortaklık, kaynakların paylaşılması, sosyal kimlik, itibar sağlama ve marka imajını güçlendirme gibi faydalar sağladığını ifade etmektedir. Güler (2011), sosyal girişimcilerin; yoksulluk, işsizlik, özelleştirme gibi ekonomik alanlar yanında; sosyal dışlanma, toplum olarak güvensizlik, göç ve kentsel sorunlar, taşeronlaşma gibi sosyo-ekonomik nitelikli alanlara önem verdiklerini; söz konusu sorunların çözümünde sosyal girişimcilerin; güçlendirme, soruna bütüncül yaklaşım, örgütlenme, halkı bilinçlendirme, ortaklıklar kurma, devletin sağladığı hizmete göre üstünlük, kaynak bulabilme gibi yenilikçi stratejiler benimsediklerini ifade etmektedir. Özdemir (2010), Türkiye’de sosyal girişimcilerin yoksulluk, eğitim, sağlık gibi konulara ağırlık verirken; HIV/AIDS, gecekondü sakinlerinin yaşamı konuları yanında, yaratıcılık ve yenilik da açısından yetersiz kaldıklarını ifade etmektedir.

¹² <http://www.sosyalinovasyonmerkezi.com.tr/wp-content/uploads/2015/02/buradan.pdf>, Erişim:18.3.2016

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Bu çalışmayı önemli kılan bazı özellikler vardır. Sosyal girişimcilerin büyük oranda yüksek eğitilmiş oldukları düşünüldüğünde (Güler, 2008: 240; Van Ryzin vd., 2009), Türkçe literatürde üniversite öğrencilerinin sosyal girişimci eğilimlerini ölçen çalışma sayısı birkaç örnekle (Çermik, 2015; İrengün, 2014; Konaklı ve Göğüş, 2013) sınırlıdır. Ayrıca, söz konusu çalışmalarda katılımcılar tek bir üniversitenin yalnızca eğitim fakültesi (Çermik, 2015; Konaklı ve Göğüş, 2013) veya sadece işletme bölümü (İrengün, 2014) öğrencileri olmuştur. Türkiye'de üniversite öğrencileri örneklemini benimseyen az sayıdaki çalışma dışında örnek kütleler, sosyal girişimciler (GÜLER, 2008), vakıf ve dernek yöneticileri (KIRILMAZ, 2012), girişimciler (Reyhanoğlu ve Akın, 2012; Yumuşakipek, 2015), okul öncesi eğitim kurumları yöneticileri (Coşkun, 2015) olmuştur. Türkiye'de üniversite öğrencileriyle yapılan önceki çalışmaların aksine, bu çalışmada örnek kütle olan üniversite öğrencileri, 12 farklı üniversitenin¹³, fen-edebiyat, iktisadi ve idari bilimler, işletme, mühendislik, turizm, uluslararası ticaret, yönetim bilimleri fakültelerinde eğitim görmektedirler. Bu durumun çalışmanın kapsayıcılığına katkı sunacağı beklenmektedir.

Bu araştırmanın amacı, belirlenen örnek kütlelerin sosyal girişimcilik eğilim düzeyinin belirlenmesi, sosyal girişimcilik eğilimlerine özyeterlik algıları ve başarma güdülerinin etkilerinin araştırılması, ayrıca literatürde yer alan bazı demografik özellikler açısından sosyal girişimcilik eğilimlerinin farklı olup olmadığını tespit edilmesidir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacına bağlı olarak, ilgili değişkenlerin ölçülebilmesi için bir anket formu tasarlanması planlanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Nga ve Shamuganathan'ın (2010) 33 ifadeli sosyal girişimcilik eğilimi ölçeği, Bradley ve Roberts'ın (2004) 4 ifadeli özyeterlik ölçeği (Cronbach Alfa=0,633) ve Florin vd.'nin (2007) 7 ifadeli başarma güdüsü ölçeği (Cronbach Alfa=0,82) yer almaktadır. Literatürde diğer bazı sosyal girişimcilik eğilimi ölçekleri

¹³Katılımcı sayılarına göre araştırmaya katılan öğrencilerin bağlı oldukları üniversiteler şöyledir: Erciyes (80), Nuh Naci Yazgan (76), Çukurova (53), Melikşah (24), Karamanoğlu Mehmet Bey (23), Adana Bilim ve Teknoloji (21), Osmaniye Korkut Ata (19), İskenderun Teknik (15), Toros (15), Abdullah Gül (10), Mersin (3), Mustafa Kemal (1).

(Gandy, 2012; Kırılmaz, 2012; Konaklı ve Göğüş, 2013; Van Ryzin vd., 2013) yer almasına karşın, Nga ve Shamuganathan'ın (2010) ölçeğinin seçilmesinin nedeni, daha uygulanabilir olduğunun düşünülmesi ve söz konusu ölçeğin Reyhanoğlu ve Akın (2010) tarafından Türkiye'de denenmiş ve güvenilir (Cronbach Alfa=0,69-0,84) bulunmuş olmasıdır.

Örneklemin sosyal girişimcilik eğilimini ölçmek için ölçek ifadelerinin üzerinde "Lütfen gelecekte çalışmak istediğiniz işletmenin aşağıda belirtilen özelliklere sahip olma düzeyini belirtiniz" şeklinde bir başlık yer almıştır. Her üç ölçek de anket formunda 5:Kesinlikle katılıyorum, 4:Katılıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 1:Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde beşli Likert ölçeği ile derecelendirilmiştir. Özyeterlik ifadelerinden olumsuz nitelikli olanlar, analize tabi tutulmadan önce ters kodlanmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere cinsiyet, hane halkı geliri, kayıtlı bulunan bölüm, sivil toplum örgütünde çalışma isteği, sivil toplum örgütü tecrübesi ve girişimci ebeveyn ile akrabaya sahip olup olunmadığına yönelik sorular yer almaktadır. Araştırmada tanımlayıcı araştırma modeli benimsenmiştir.

2.3. Ana Kütle ve Örnek Kütle Çerçevesi

Araştırmanın ana kütle, Ekonomi Bakanlığı katkıları ile Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ev sahipliğinde 05-06 Kasım 2015 tarihinde düzenlenen "Adana İnovasyon Haftası" etkinliğine katılan öğrencilerdir. Sosyal girişimcilik eğilimlerinin üniversite öğrencileri örneklemini ile belirlenmesi önemlidir, çünkü üniversite dönemi, üniversite öğrencilerinin sivil toplum örgütleri ve aktivist hareketlere katılımın entegre bir parçası kabul edilmektedir (T.O.G., 2013: 17). Ayrıca öğrenci örneklemini ile girişimci örneklemini benimseyen çalışmaların bu açıdan oldukça benzer sonuçlar verdiği vurgulanmaktadır (Urban, 2013). Adana ilinde gerçekleşen, bölgesel olarak önemli bir etkinliğe 'gönüllü olarak' katılmaları nedeniyle öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin, katılmayanlara göre daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir. İlgili etkinliğe Adana, Hatay, Kayseri, Karaman gibi illerdeki çeşitli üniversitelerin fen-edebiyat, iktisadi ve idari bilimler, işletme, mühendislik, turizm, uluslararası ticaret, yönetim bilimleri fakültelerinin 3. ve 4. sınıf öğrencileri katılmaktadır. Etkinliğe katılan öğrenci sayısı, başka bir deyişle ana kütle hacmi 1530'dur.

Anket uygulaması, etkinliğin yapıldığı otele yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulanmıştır. Anket uygulaması neticesinde 350 katılımcıya ulaşılmış, 8 anketin eksik veya hatalı olduğu gerekçesiyle analizden çıkarılmasıyla analize hazır 342 rakamına ulaşılmıştır. 1.530 kişilik ana kütle hacmi için %95 güven aralığında hesaplama yapıldığında 342 örneklem

hacminin yeterli olduğu görülmektedir (Ural ve Kılıç, 2011: 49).

4. BULGULAR

Katılımcıların ankette yer alan demografik ifadelerle verdikleri cevaplar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2: Katılımcıların Bazı Demografik Özellikleri

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Bölüm</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Erkek	147	43,0	Fen Bilimleri	170	49,7
Kadın	193	56,4	Sosyal Bilimler	159	46,5
Yanıt yok	2	0,6	Yanıt yok	13	3,8
Toplam	342	100,0	Toplam	342	100
<i>Hane halkı geliri (TL)</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Kariyerini sivil toplum örgütünde sürdürme isteği</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
0-1500	80	23,4	Evet	259	75,7
1.501-4.500	158	46,2	Hayır	76	22,2
4.501 ve üzeri	60	17,5	Yanıt yok	7	2,0
Yanıt yok	44	12,9	Toplam	342	100,0
Toplam	342	100			
<i>Girişimci ebeveyn</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Sivil toplum örgütü (STÖ) tecrübesi</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Evet	119	34,8	Evet	79	23,1
Hayır	220	64,3	Hayır	257	75,1
Yanıt yok	3	0,9	Yanıt yok	6	1,8
Toplam	342	100,0	Toplam	342	100,0
<i>Girişimci akraba</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>STÖ tecrübe süresi (ay)</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Evet	202	59,1	0-12	31	39,2
Hayır	136	39,8	13-24	21	26,5
Yanıt yok	4	1,2	24'den fazla	17	21,5
Toplam	342	100,0	Yanıt yok	10	12,6
			Toplam	79	100,0

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların %43'nün erkek, %56,4'nün ise kadın olduğu görülmektedir. Eğitim alınan bölüm açısından bakıldığında katılımcıların %49,7'sinin fen, %46,5'nin ise sosyal bilimler alanında eğitim görmekte olduğu; hane halkı geliri açısından %23,4'nün 0-1500 TL, %46,2'sinin 1501-4.500 TL, %17,5'nin 4.501 TL ve üzeri gelire sahip oldukları; katılımcıların %75,7'sinin kariyerini bir sivil toplum örgütünde sürdürmek istediği, %75,1'nin daha önce bir sivil toplum örgütünde çalışmadığı; katılımcıların %64,3'nün girişimci ebeveyne, %39,8'nin ise girişimci bir akrabaya sahip olmadıkları görülmektedir.

4.1. Faktör Analizleri

Araştırma sorularına ilişkin hipotezleri test etmek için öncelikle, kullanılan ölçeklere faktör analizi yapılmasının gerektiği düşünülmektedir. Faktör analizi için literatürde, gereken toplam örneklem hacmi ve her bir değişken için gereken örneklem hacimleriyle ilgili farklı görüşler olmasına karşın, ulaşılan 342 örneklem hacminin faktör analizi için yeterli olduğu görülmektedir (Alpar, 2011: 281). Sosyal girişimcilik ölçeği ile özyeterlik algısı ve başarma güdüsü ölçeklerine ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4'de sunulmuş ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Tablo 3: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktör Yükleri				Özdeğeri	Açıklanan varyans	Cronbach α
	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4			
Finansal Getiri					4,535	26,677	0,772
Ürünlerini ve hizmetlerini kâr elde etmek için satmalıdır	0,818						
Finansal getiriyi maksimize etmelidir	0,768						
Yatırımcılarının servetlerini maksimize etmelidir	0,732						
Varlığının temel nedeni kâr sağlamak olmalıdır	0,691						
Kar etmesi toplumsal bir amaca ulaşmasına vesile olur	0,597						
Sürdürülebilirlik					2,736	16,094	0,776
Ekonomik, toplumsal ve çevresel kaygılara yönelik bir dengeyi teşvik etmelidir		0,777					
Toplumsal misyon ve toplumsal değer arasında bir dengeyi teşvik etmelidir		0,766					
Etik çözümleri teşvik etmelidir		0,708					
Uzun dönem bir toplumsal ihtiyacı karşılamalıdır		0,640					
İnovasyon					1,291	7,594	0,691
Sıradan girişimci işletmelere kıyasla daha iyi toplumsal değer yaratabilmelidir			0,761				
Toplumsal fırsatları tanımlamada inisiyatif sahibi(proaktif) bireylere sahip olmalıdır			0,738				
Yenilikçi ürün ve hizmetlerle sürdürülebilir avantaj sağlayabilmelidir			0,690				
Toplumsal değer yaratmada riskleri fırsat olarak görebilmelidir			0,452				
Ürünler veya hizmetler yoluyla toplumsal değer yaratabilir			0,435				
Sosyal Vizyon					1,018	5,991	0,669
Toplumsal ihtiyaçları açıkça tanımlayabilmelidir				0,724			
Toplumsal bir ihtiyacı savunacak güçlü bir motivasyonu olmalıdır				0,655			
Açık bir toplumsal vizyon yaratabilmelidir				0,650			
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği=0,816, Bartlett'in Küresellik Testi ($\chi^2=1651,373$; $p<0.05$) Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi, Döndürme Yöntemi: Kaiser Normalleştirilmesi ile Varimax, İterasyon Sayısı:5							

33 ifadeden oluşan sosyal girişimcilik eğilimi ölçeğinin faktör desenin belirlemek için yapılan nihai faktör analizi sonuçları Tablo 3'de görülebilir. Faktör yükü kesme noktası 0.40 olarak belirlenmiştir. İfadelerin, ölçekle olan korelasyonları, binişik olma durumları, eş kökenlilik değerleri ve güvenilirlik katsayı değerleri açısından incelediğinde, orijinal ölçekte sırasıyla 1, 2, 3, 7, 16, 29, 31 no.lu ifadeler güvenilirlik katsayısı Cronbach Alfa değerini önemli oranda düşürdükleri için; 8, 13, 17, 21,

23, 32 no.lu ifadeler birden çok faktör altında toplandıkları için; 24, 30, 33 no.lu ifadeler faktör altında tek kaldıkları için ölçekten çıkartılmıştır. Nihai faktör analizinde, kalan 17 ifadenin dört faktör altında toplandığı, Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği ölçütünün 0,816 değeri ile çok iyi (Kalaycı, 2010: 322) olduğu ve faktörlerin toplam varyansın %56,35'ni açıkladığı görülmektedir.

Orijinal ölçekte beş olan faktör sayısı bu çalışmada dörde düşmüştür. Orijinal ölçekte

yer alan sosyal ağlar faktörü çalışmamızda ortaya çıkmamıştır. Bu durumun nedeninin örneklemin niteliği olduğu düşünülmektedir. Örneğin, girişimcileri araştırma örneklemleri olarak belirleyen ve bu çalışmada da kullanılan sosyal girişimcilik eğilimleri ölçeğini (Nga ve Shamuganathan, 2010) benimseyen başka bir çalışmada, yapılan nihai faktör analizi sonucunda bu defa sürdürülebilirlik faktörü

ortaya çıkmamıştır (Reyhanoğlu ve Akın, 2012). Türkiye'de yapılan bir diğer çalışmada ise yeni bir sosyal girişimcilik ölçeği geliştirilmiş, doğrulayıcı faktör analizi ile geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin ardından ölçeğin özgüven, kişisel yaratıcılık ve risk alma olmak üzere üç faktör altında toplandığı ifade edilmiştir (Konaklı ve Göğüş, 2013).

Tablo 4: Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Ölçekleri Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktör Yükleri		Özdeğeri	Açıklanan varyans	Cronbach α
	Faktör 1	Faktör 2			
Başarma güdüsü			2,965	32,942	0,695
Mevcut kaynaklara ulaşabilmek için titiz bir çaba harcarım	0,754				
Ödevlerimi geliştirmek için çok çalıştığımda kendimi iyi hissedirim	0,737				
Başarılı olabilmek için mutlaka geleceği planlamaya zaman harcanmalıdır	0,680				
İnsanın kendi zayıflıklarını bilmesi önemlidir	0,646				
Başarılı olmak için zamanın akıllıca kullanılması önemlidir	0,641				
Her işi hakkıyla yaparım	0,538				
Özyeterlik algısı*			1,670	18,550	0,748
Başıma gelecek şeyler üzerinde çok az kontrolüm var		0,805			
Hayattaki bazı problemlerimi çözmek için gerçekten hiçbir yol yok		0,776			
Bazen hayatın bir köşesine itildiğimi düşünüyorum		0,757			
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği=0,762, Bartlett'in Küresellik Testi ($\chi^2=657,711$; $p<0.05$) Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi, Döndürme Yöntemi: Kaiser Normalleştirilmesi ile Varimax, İterasyon Sayısı:3 *İlgili ölçeğin ifadelerinin tamamı olumsuz nitelikte olduğu için ters kodlanarak analize tabi tutulmuştur.					

50

Özyeterlik ölçeği altında yer alan 1 no.lu ifade ölçek güvenilirliği belirgin biçimde düşürdüğünden, başarma güdüsü ölçeği altında yer alan 2 no.lu ifade ise birden çok faktör altında toplandığından ölçekten çıkarılmıştır. Kalan 9 ifade tekrar faktör

analize tabi tutulmuş ve söz konusu 9 ifadenin, iki faktör altında toplandığı, Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçütünün 0,762 değeri ile iyi olduğu (Kalaycı, 2010: 322), faktörlerin toplam varyansın %51,49'nu açıkladığı Tablo 4'den görülmektedir.

Tablo 5: Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Düzeyleri

	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6
1.Finansal getiri	325	3,35	0,80	1					
2.Sosyal vizyon	341	4,53	0,50	-,290	1				
3.İnovasyon	334	4,36	0,50	,169**	,443**	1			
4.Sürdürülebilirlik	339	4,35	0,56	,053	,525**	,470**	1		
5.Özyeterlik Algısı	339	3,62	0,99	-,128*	,129*	,149**	,053	1	
6.Başarma güdüsü	338	4,48	0,47	,057	,411**	,371**	,428**	,216**	1

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü)

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü)

Tablo 5'de güvenilirlik ve faktör analizleri sonucunda, analizde kullanılmasına karar verilen değişkenlerin korelasyon analizi sonuçları görülebilir. Buna göre finansal getiri

ile sosyal vizyon, sürdürülebilirlik ve başarma güdüsü değişkenleri arasındaki ilişki anlamlı çıkmamış; başarma güdüsü ile sosyal vizyon, inovasyon ve sürdürülebilirlik değişkenleri arasındaki ilişkiler ise pozitif yönde ve anlamlı

çıkmiştir. Bu sonuçlar, finansal getiri değişkeni hariç olmak üzere, Kırılmaz (2012) ve Miller'ın (2015) çalışmaları ile uyumludur. Tablo 6'ya göre, özyeterlik algısı ve inovasyon

değişkenleri ile finansal getiri değişkeni arasında negatif, sosyal vizyon ve inovasyon değişkenleri arasında ise pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilirken, sürdürülebilirlik

değişkeni ile özyeterlik algısı değişkeni arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

4.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

H_1 hipotezini test etmek için bağımsız iki grup arası farkların testi (t-testi) yapılmış ve analiz sonucu Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Cinsiyet Grupları Açısından Farklılık Testi Sonucu

Değişken	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	sd	F	t
Finansal Getiri	Erkek	140	3,48	,83	322	,235	2,48*
	Kadın	184	3,26	,77			
Sürdürülebilirlik	Erkek	145	4,32	,57	335	,670	-,889
	Kadın	192	4,38	,55			
İnovasyon	Erkek	145	4,33	,47	331	,305	-,819
	Kadın	188	4,37	,52			
Sosyal Vizyon	Erkek	146	4,43	,55	337	6,716	-2,77**
	Kadın	193	4,59	,46			
Özyeterlik Algısı	Erkek	147	3,54	1,14	337	19,104	-1,25
	Kadın	192	3,68	,85			
Başarma Güdüsü	Erkek	145	4,45	,51	336	1,234	-1,26
	Kadın	193	4,51	,44			

** $p < 0.01$ ve * $p < 0.05$

Tablo 6'ya göre sosyal girişimcilik ölçeği faktörlerinden sürdürülebilirlik ve inovasyon açısından anlamlı bir fark bulunamazken; finansal getiri ve sosyal vizyon açısından kadın ve erkekler arasında anlamlı fark bulunmuştur. Başka bir deyişle H_1 hipotezi finansal getiri ve sosyal vizyon faktörü açısından desteklenmiş; sürdürülebilirlik ve inovasyon faktörleri açısından desteklenmemiştir. Sosyal vizyon faktörü açısından bakıldığında kadınların sosyal girişimci eğilimleri erkeklerden anlamlı bir şekilde daha yüksek çıkmıştır. Yalnızca sosyal vizyon açısından değerlendirildiğinde bu sonuçların, Van Ryzin vd.'nin (2009) çalışması ile uyumlu olduğu söylenebilir. İlgili çalışmada kadınların sosyal girişimci olmalarının daha olası olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, özellikle sosyal vizyon faktörü açısından düşünüldüğünde bu bulguların, Kırılmaz (2012) ile kısmen uyumlu olduğu söylenebilir. Kırılmaz, sosyal girişimcilik eğilimleri açısından sosyal değer yaratma¹⁴ faktörüne göre kadınların erkeklerden daha yüksek algılara sahip olduğunu belirtmiştir. Finansal getiri açısından bakıldığında, araştırma bulgularına göre erkeklerin sosyal girişimci eğilimleri kadınlardan daha yüksektir. Başka bir deyişle erkekler, sosyal

girişimcilik eğilimlerinde finansal getiriye daha çok önem vermektedirler denilebilir.

Başarma güdüsü ve özyeterlik algısı değişkenleri açısından bakıldığında, kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir

¹⁴ Belirtilen çalışmada sosyal girişimcilik eğilimlerinin; sosyal içerikli misyon sahibi olma, sosyal değer yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama, sosyal ağlardan faydalanma olmak üzere beş alt faktörden oluştuğu ifade edilmiştir.

Tablo 7: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Alınan Eğitim Türü Açısından Farklılık Testi Sonucu

Değişken	Eğitim Türü	n	\bar{X}	SS	sd	F	t
Finansal Getiri	Fen Bilimleri	165	3,27	,82	315	1,343	-1,909
	Sosyal Bilimler	152	3,44	,76			
Sürdürülebilirlik	Fen Bilimleri	169	4,32	,58	324	,279	-,604
	Sosyal Bilimler	157	4,36	,54			
İnovasyon	Fen Bilimleri	167	4,35	,49	321	,024	-,032
	Sosyal Bilimler	156	4,35	,51			
Sosyal Vizyon	Fen Bilimleri	169	4,44	,53	326	4,341	-3,090**
	Sosyal Bilimler	159	4,61	,46			
Özyeterlik Algısı	Fen Bilimleri	169	3,64	,97	326	,004	0,04
	Sosyal Bilimler	159	3,64	,98			
Başarma Güdüsü	Fen Bilimleri	170	4,43	,53	325	7,231	-1,977*
	Sosyal Bilimler	157	4,53	,46			

** $p<0.01$ ve * $p<0.05$

Tablo 7'ye göre sosyal girişimcilik ölçeği faktörlerinden finansal getiri, sürdürülebilirlik, inovasyon açısından anlamlı bir fark bulunamazken; sosyal vizyon açısından sosyal bilimler ile fen bilimleri eğitimi alan öğrenciler arasında anlamlı fark bulunmuştur. Başka bir deyişle H_2 hipotezi sosyal vizyon faktörü açısından desteklenmiş; finansal getiri, sürdürülebilirlik ve inovasyon faktörleri açısından desteklenmemiştir. Yalnızca sosyal vizyon açısından değerlendirildiğinde, bu sonuçların Chen vd.'nin (1998) çalışması ile uyumlu olduğu söylenebilir. İlgili çalışmada öğrencilerin yönetim dersi almalarını girişimcilik eğilimini olumlu etkilediği belirtilmektedir. Bunun yanında bu bulgular, mühendislik fakültesi öğrencilerinin

girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğunu ifade eden Uygun vd.'nin (2012), çalışmasını desteklememektedir. Bu çalışmada fen bilimleri öğrencileri olarak mühendislik fakültesi öğrencileri yanında, fen edebiyat fakültesi öğrencilerinin de yer alması bu sonuca neden olmuş olabilir.

Başarma güdüsü değişkeni açısından bakıldığında, sosyal bilimler öğrencilerinin başarma güdülerinin fen bilimleri öğrencilerinin başarma güdülerinden anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülürken; öz yeterlik değişkeni açısından bakıldığında sosyal bilimler öğrencileri ile fen bilimleri öğrencileri arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Tablo 8: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Girişimci Ebeveynine Sahip Olup Olmama Açısından Farklılık Testi Sonucu

Değişken	Girişimci ebeveyn	n	\bar{X}	SS	sd	F	t
Finansal getiri	Hayır	215	3.29	.78	321	,303	-2,15*
	Evet	108	3.50	.82			
Sürdürülebilirlik	Hayır	218	4.33	.56	334	,027	-,961
	Evet	118	4.40	.56			
İnovasyon	Hayır	217	4.38	.48	330	1,497	1,186
	Evet	115	4.31	.54			
Sosyal Vizyon	Hayır	219	4.53	.50	336	,007	,377
	Evet	119	4.51	.51			
Özyeterlik Algısı	Hayır	220	3.71	.92	336	,007	,377*
	Evet	118	3.44	1.08			
Başarma Güdüsü	Hayır	219	4.47	.50	335	5,162	2,409
	Evet	118	4.52	.51			

** $p<0.01$ ve * $p<0.05$

Tablo 8'e göre, sosyal girişimcilik ölçeği faktörlerinden sürdürülebilirlik, inovasyon, sosyal vizyon açısından anlamlı bir fark bulunamazken; finansal getiri açısından girişimci ebeveynine sahip olan öğrenciler ile olmayan öğrenciler arasında anlamlı fark bulunmuştur. Başka bir deyişle H_3 hipotezi finansal getiri faktörü açısından desteklenmiş;

sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal vizyon faktörleri açısından desteklenmemiştir. Bu sonucun bazı çalışmaları kısmen desteklediği söylenebilir. Örneğin, Türkiye'de yapılan girişimcilik üzerine bir çalışmada, ailede girişimci olmasının, fırsat odaklılık, başarı ihtiyacı, risk alma inovasyon ve kendine güven olmak üzere tüm girişimcilik faktörleri

açısından anlamlı fark yarattığı tespit edilmiştir (Bozyiğit ve Yaşa, 2015).

Başarma güdüsü değişkeni açısından bakıldığında, girişimci ebeveyne sahip olan ve olmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark

bulunmazken; girişimci ebeveyne sahip olmayan öğrencilerinin özyeterlik algılarının, girişimci ebeveyne sahip olan öğrencilerin özyeterlik algılarından anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Girişimci Akrabaya Sahip Olup Olmama Açısından Farklılık Testi Sonucu

Değişken	Girişimci akraba	n	\bar{X}	SS	sd	F	t
Finansal Getiri	Hayır	131	3.32	.82	320	,363	-,754
	Evet	191	3.38	.79			
Sürdürülebilirlik	Hayır	135	4.49	.59	333	,002	-1,653
	Evet	200	4.40	.54			
İnovasyon	Hayır	134	4.35	.53	330	,440	-,227
	Evet	198	4.36	.49			
Sosyal Vizyon	Hayır	136	3.71	.89	335	,727	1,168
	Evet	201	3.56	1.04			
Özyeterlik Algısı	Hayır	136	3.71	.49	335	5,463	1,359
	Evet	201	3.56	.51			
Başarma Güdüsü	Hayır	135	4.48	.44	335	1,393	-,254
	Evet	201	4.49	.49			

** $p < 0.01$ ve * $p < 0.05$

Tablo 9'a göre, sosyal girişimcilik eğilimi ölçeği faktörleri açısından girişimci akrabaya sahip olan ve olmayan öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. H_3 hipotezi gibi H_4 hipotezi de desteklenmemiştir. Başka bir deyişle, ne ebeveynlerin ne de akrabaların girişimci olmasının, bireylerin sosyal girişimcilik eğilimlerine yönelik bir etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır.

Başarma güdüsü ve özyeterlik algısı değişkenleri açısından bakıldığında, girişimci akrabaya sahip olan ve olmayan öğrenciler

arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

H_5 hipotezini tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test etmek için öncelikle varyansların homojenliği varsayımının sağlanması gerekir (Antalyalı, 2010: 133). Levene testine göre dört faktör için hesaplanan p değerleri 0,05 anlam değerinden büyük olduğundan (sırasıyla 0,189, 0,800, 0,746 ve 0,112) varyans değerlerinin eşit olduğu kabul edilir.

Tablo 10: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Gelir Grupları Açısından ANOVA Sonucu

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Finansal Getiri	Gruplararası	1,661	2	,831	1,292	,276
	Gruplarıçi	250,836	282	,643		
	Toplam	258,714	284			
Sürdürülebilirlik	Gruplararası	,507	2	,253	,793	,454
	Gruplarıçi	93,682	293	,320		
	Toplam	94,189	295			
İnovasyon	Gruplararası	,086	2	,043	,174	,841
	Gruplarıçi	71,774	289	,248		
	Toplam	71,860	291			
Sosyal Vizyon	Gruplararası	,352	2	,176	,690	,502
	Gruplarıçi	74,884	294	,255		
	Toplam	75,235	296			
Özyeterlik Algısı	Gruplararası	3,955	2	1,977	2,073	,128
	Gruplarıçi	280,464	294	,954		
	Toplam	284,418	296			
Başarma Güdüsü	Gruplararası	,054	2	,027	,118	,889
	Gruplarıçi	67,735	294	,230		
	Toplam	67,790	296			

Tablo 10 incelendiğinde, hane halkı gelir grupları arasında, sosyal girişimcilik eğilimleri açısından anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Başka bir deyişle H_5 hipotezi desteklenmemiştir. Bu sonuçlar bazı çalışmaların sonuçlarını desteklememektedir. Örneğin Türkiye'de yapılan girişimcilik üzerine bir çalışmada, gelir gruplarına göre yalnız, başarı ihtiyacı ve risk alma faktörleri açısından

girişimcilik eğilimlerinde farklılık olduğu, fırsat odaklılık, inovasyon ve kendine güven faktörlerinde anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır (Bozyiğit ve Yaşa, 2015).

Başarma güdüsü ve özyeterlik algısı değişkenleri açısından bakıldığında, gelir grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 11: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Sivil Toplum Örgütünde (STÖ) Çalışıp Çalışmama Açısından Farklılık Testi Sonucu

Değişken	STÖ'nde Çalışma	n	\bar{X}	SS	sd	F	t	p																																																												
Finansal getiri	Hayır	243	3,39	,81	318	,008	1.319	,188																																																												
	Evet	77	3,25	,78					Sürdürülebilirlik	Hayır	254	4,35	,55	331	2,126	-,146	,633	Evet	79	4,38	,61	İnovasyon	Hayır	251	4,36	,48	327	1,150	,310	,735	Evet	78	4,34	,57	Sosyal Vizyon	Hayır	257	4,54	,50	333	1,530	1,062	,289	Evet	78	4,47	,53	Özyeterlik Algısı	Hayır	256	3,54	,99	333	,001	-2,507	,013*	Evet	79	3,86	,96	Başarma Güdüsü	Hayır	257	4,54	,50	332	1,046	-1,267
Sürdürülebilirlik	Hayır	254	4,35	,55	331	2,126	-,146	,633																																																												
	Evet	79	4,38	,61					İnovasyon	Hayır	251	4,36	,48	327	1,150	,310	,735	Evet	78	4,34	,57	Sosyal Vizyon	Hayır	257	4,54	,50	333	1,530	1,062	,289	Evet	78	4,47	,53	Özyeterlik Algısı	Hayır	256	3,54	,99	333	,001	-2,507	,013*	Evet	79	3,86	,96	Başarma Güdüsü	Hayır	257	4,54	,50	332	1,046	-1,267	,206	Evet	78	4,47	,53								
İnovasyon	Hayır	251	4,36	,48	327	1,150	,310	,735																																																												
	Evet	78	4,34	,57					Sosyal Vizyon	Hayır	257	4,54	,50	333	1,530	1,062	,289	Evet	78	4,47	,53	Özyeterlik Algısı	Hayır	256	3,54	,99	333	,001	-2,507	,013*	Evet	79	3,86	,96	Başarma Güdüsü	Hayır	257	4,54	,50	332	1,046	-1,267	,206	Evet	78	4,47	,53																					
Sosyal Vizyon	Hayır	257	4,54	,50	333	1,530	1,062	,289																																																												
	Evet	78	4,47	,53					Özyeterlik Algısı	Hayır	256	3,54	,99	333	,001	-2,507	,013*	Evet	79	3,86	,96	Başarma Güdüsü	Hayır	257	4,54	,50	332	1,046	-1,267	,206	Evet	78	4,47	,53																																		
Özyeterlik Algısı	Hayır	256	3,54	,99	333	,001	-2,507	,013*																																																												
	Evet	79	3,86	,96					Başarma Güdüsü	Hayır	257	4,54	,50	332	1,046	-1,267	,206	Evet	78	4,47	,53																																															
Başarma Güdüsü	Hayır	257	4,54	,50	332	1,046	-1,267	,206																																																												
	Evet	78	4,47	,53																																																																

* $p < 0.05$

Tablo 11'e göre, sosyal girişimcilik ölçeği faktörleri açısından sivil toplum örgütünde geçmişte çalışan ve çalışmayanlar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Başka bir deyişle H_6 hipotezi desteklenmemiştir. Beklentinin aksine sivil toplum örgütünde daha önce çalışan bireylerin sosyal girişimcilik eğilimleri, çalışmayanlardan farklı çıkmamıştır. Bu açıdan Uygun vd. (2012) ile Zhao vd.'nin (2005) elde ettiği sonuçlar kısmi olarak desteklenmemiştir. Uygun vd. (2012), herhangi bir sosyal kuruma üye olanların kendi işini kurma eğilimlerinin, çalışmayanlara göre daha yüksek olduğunu vurgularken; Zhao vd. (2005) ise daha fazla girişimci deneyime sahip olanların, daha yüksek düzeyde girişimci özyeterlikleri olduğunu ifade etmektedir. Başarma güdüsü değişkeni açısından

bakıldığında, sivil toplum örgütünde çalışma deneyiminin anlamlı bir fark yaratmadığı; daha önce sivil toplum örgütünde çalışan öğrencilerinin özyeterlik algılarının, çalışmayanların özyeterlik algılarından anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

H_7 hipotezini tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test etmek için öncelikle varyansların homojenliği varsayımının sağlanması gerekir (Antalyalı, 2010: 133) Levene testine göre dört faktör için hesaplanan p değerleri 0,05 anlam değerinden büyük olduğundan (sırasıyla 0,127, 0,196, 0,081 ve 0,525) varyans değerlerinin eşit olduğu kabul edilir.

Tablo 12: Sosyal Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ile Özyeterlik Algısı ve Başarma Güdüsü Değişkenlerinin Sivil Toplum Örgütü Tecrübe Süresi Açısından ANOVA Sonucu

Değişken		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Finansal Getiri	Gruplararası	,018	2	,009	,013	,987
	Gruplarıçi	43,352	65	,667		
	Toplam	43,369	67			
Sürdürülebilirlik	Gruplararası	,507	2	,254	,642	,530
	Gruplarıçi	26,069	66	,395		
	Toplam	26,576	68			
İnovasyon	Gruplararası	1,076	2	,538	1,529	,224
	Gruplarıçi	22,869	65	,352		
	Toplam	23,945	67			
Sosyal Vizyon	Gruplararası	,254	2	,127	,410	,666

	Gruplarıçı	20,169	65	,310		
	Toplam	20,423	67			
Özyeterlik Algısı	Gruplararası	2,029	2	1,015	1,068	,350
	Gruplarıçı	62,708	66	,950		
	Toplam	64,738	68			
Başarırna GÜdüsü	Gruplararası	,000	2	,000	,001	,999
	Gruplarıçı	14,230	65	,219		
	Toplam	14,230	67			

Tablo 12 incelendiğinde, sivil toplum örgütü tecrübe süresi grupları arasında sosyal girişimcilik eğilimleri açısından anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Başka bir deyişle H_7 hipotezi desteklenmemiştir. Ortaya konan bu sonuç, Reyhanoğlu ve Akın'ın (2012) elde ettiği sonuçlar ile kısmi olarak benzerdir. İlgili çalışmada, sosyal girişimci olarak faaliyet gösterilen sürenin, sosyal girişimcilik eğilimi boyutlarından sadece 'toplum ihtiyacını görme' boyutunu anlamlı bir şekilde ve negatif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Başarırna güdüsü ve özyeterlik algısı değişkenleri açısından bakıldığında, sivil toplum örgütü tecrübe süresinin istatistiksel olarak anlamlı bir fark yaratmadığı ortaya çıkmıştır.

H_8 hipotezini test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma modelinde, bağımlı değişken sayısı bir, bağımsız değişken

sayısı iki olarak gösterilmiş olsa da; faktör analizi sonucu bağımlı değişken olan sosyal girişimcilik ölçeği dört faktör altına toplanmış olduğundan, regresyon analizinde dört bağımlı, iki bağımsız değişken söz konusudur. Bu nedenle, H_8 hipotezini test etmek için dört adımda çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon modellerinde VIF değerlerinin her bir değişken için 5'den küçük olması, çoklu bağlantı sorunu olmadığını göstermektedir (Alpar, 2011: 518).

1. Özyeterlik algısı ve başarırna güdüsünün finansal getiri üzerindeki etkisinin incelenmesi

Özyeterlik algısı ve başarırna güdüsünün finansal getiri üzerindeki etkisinin incelenmesi için, bağımsız değişkenler arasında önem farklılığı gözlemlenmediğinden 'enter' metodu ile çoklu regresyon analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 14'de sunulmuştur (Küçüksille, 2010: 260, 263).

Tablo 13: Özyeterlik Algısı ve Başarırna GÜdüsü Değişkenlerinin Finansal Getiri Değişkenine Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t	VIF
	β	Std.Hata	B		
Sabit değer	3,125	,422		7,405**	-
Özyeterlik algısı	-,116	,046	-,143	-2,510*	1,051
Başarırna güdüsü	,147	,094	,089	1,559	1,051

Bağımlı değişken: Finansal Getiri

R= 0,150, R²=0,023, R²düzeltilmiş=0,016, F=3,683, p=0,026

**p<0.01 ve *p<0.05

Tablo 13'e göre kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F=3,683, p=0,026). Modelde özyeterlik değişkeni anlamlı (p<0,05), başarırna güdüsü değişkeni ise anlamlı çıkmamıştır (p>0,05). Özyeterlik algısı değişkeninin, finansal getiri değişkeni üzerindeki varyansın %2,3'ünü açıkladığı görülmektedir. \hat{Y} değişkeninin finansal getiri,

X_1 değişkeninin özyeterlik algısı, X_2 değişkeninin başarırna güdüsünü ifade ettiği regresyon modeli $\hat{Y}=3,125 - 0,116 X_1 + 0,147 X_2$ şeklinde ifade edilebilir.

2. Özyeterlik algısı ve başarırna güdüsünün sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin incelenmesi

Tablo 14: Özyeterlik Algısı ve Başarım Güdüsü Değişkenlerinin Sürdürülebilirlik Değişkenine Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t	VIF
	β	Std.Hata			
Sabit değer	2,106	,270		7,788**	-
Özyeterlik algısı	-,028	,029	-,049	-,955	1,053
Başarım güdüsü	,523	,061	,439	8,635**	1,053

Bağımlı değişken: Sürdürülebilirlik
R= 0,431, R²=0,185, R²düzeltilmiş=0,181, F=37,798, p<0.01
**p<0.01 ve *p<0.05

Tablo 14'e göre kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F=37,798, p<0.05). Modelde özyeterlik algısı değişkeni anlamlı çıkmamış (p>0,05), başarım güdüsü değişkeni ise anlamlı çıkmıştır (p<0,05). Başarım güdüsü değişkeninin, sürdürülebilirlik değişkeni üzerindeki varyansın %18'ni açıkladığı görülmektedir. \hat{Y} değişkeninin sürdürülebilirlik, X₁ değişkeninin

özyeterlik algısı, X₂ değişkeninin başarım güdüsünü ifade ettiği regresyon modeli $\hat{Y}=2,106 - 0,028 X_1 + 0,523 X_2$ şeklinde ifade edilebilir.

3. Özyeterlik algısı ve başarım güdüsünün inovasyon üzerindeki etkisinin incelenmesi

Tablo 15: Özyeterlik Algısı ve Başarım Güdüsü Değişkenlerinin İnovasyon Değişkenine Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t	VIF
	β	Std.Hata			
Sabit değer	2,497	,253		9,872**	-
Özyeterlik algısı	,039	,027	,074	1,424	1,041
Başarım güdüsü	,383	,056	,357	6,836**	1,041

Bağımlı değişken: İnovasyon
R= 0,379, R²=0,144, R²düzeltilmiş=0,138, F=27,401, p<0.01
**p<0.01 ve *p<0.05

Tablo 15'e göre kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F=27,401, p<0,05). Modelde özyeterlik algısı değişkeni anlamlı çıkmamış (p>0,05), başarım güdüsü değişkeni ise anlamlı çıkmıştır (p<0,05). Özyeterlik algısı değişkeninin, sürdürülebilirlik değişkeni üzerindeki varyansın %14'ünü

açıkladığı görülmektedir. \hat{Y} değişkeninin inovasyon, X₁ değişkeninin özyeterlik algısı, X₂ değişkeninin başarım güdüsünü ifade ettiği regresyon modeli $\hat{Y}=2,497 + 0,039 X_1 + 0,383 X_2$ şeklinde ifade edilebilir.

4 . Özyeterlik algısı ve başarım güdüsünün sosyal vizyon üzerindeki etkisinin incelenmesi

Tablo 16: Özyeterlik Algısı ve Başarım Güdüsü Değişkenlerinin Sosyal Vizyon Değişkenine Etkisine Yönelik Regresyon Modeli

Bağımsız Değişkenler	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t	VIF
	β	Std.Hata			
Sabit değer	2,520	,244		10,319*	-
Özyeterlik algısı	,022	,026	,042	,820	1,047
Başarım güdüsü	,430	,054	,403	7,888*	1,047

Bağımlı değişken: Sosyal Vizyon
R= 0,414, R²=0,171, R²düzeltilmiş=0,166, F=34,376, p<0.01
**p<0.01 ve *p<0.05

Tablo 16'da görülen regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($F=34,376$, $p<0,05$). Modelde özyeterlik algısı değişkeni anlamlı çıkmamış ($p>0,05$), başarım güdüsü değişkeni ise anlamlı çıkmıştır ($p<0,05$). Başarım güdüsü değişkeninin, sürdürülebilirlik değişkeni üzerindeki varyansın %17'sini açıkladığı görülmektedir. \hat{Y} değişkeninin sosyal vizyon, X_1 değişkeninin özyeterlik algısı, X_2 değişkeninin başarım güdüsünü ifade ettiği regresyon modeli $\hat{Y}=2,520 + 0,022 X_1 + 0,430 X_2$ şeklinde ifade edilebilir. Yapılan regresyon analizlerine göre; özyeterlik algısı, sosyal girişimcilik bileşenlerinden yalnızca finansal getiri değişkenini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilerken; başarım güdüsü, sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal vizyon değişkenlerini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Başka bir deyişle, sosyal girişimcilik eğilimleri üzerinde başarım güdüsünün etkisinin, özyeterlik algısına nazaran daha anlamlı olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde toplumsal problemlerin kapsamı; hükümetlerin, sivil toplum örgütlerinin ve uluslararası kuruluşlarının tek başlarına çözebileceklerinden çok daha ciddi hale gelmiştir. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bu sorunların etkileri daha ciddi olarak hissedilmektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluk projeleri, kâr amacı gütmeyen örgütlerin çabaları, söz konusu sorunların çözümünde katkı sunsa da, bu kuruluşların sürekli finansman ihtiyaçları, sürdürülebilir çözümlere ulaşmasını zorlaştırmaktadır.

Girişimci niyetlerle toplumsal açıdan dezavantajlı gruplara yardımcı olacak politikalar oluşturmak ve sürdürmek olarak tanımlanabilecek sosyal girişimcilik faaliyetlerine, hem uygulamada hem de teoride artan bir ilgi söz konusudur. Sosyal girişimcilik faaliyetleri ile sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında ince bir çizgi olsa da, sosyal girişimciliğin daha uzun dönemli, sürdürülebilir çözümler yaratmayı hedeflediği söylenebilir. Basit bir benzetme ile sosyal sorumluluk faaliyetleri sivrisinekleri kovmaya, sosyal girişimcilik faaliyetleri ise bataklığı kurutmaya çalışmaktadır.

Bu çalışmada girişimci bireylerde bulunan ortak özelliklerden olduğu düşünülen özyeterlik algısı (Markman vd., 2002) ve başarım güdüsünün (Güler, 2008: 188), sosyal girişimci eğilimlere etkileri incelenmiştir. Literatürde sosyal girişimcilerin lisans ve üzeri eğitim aldıklarına yönelik bulgularından

hareketle (Güler, 2008: 240; Van Ryzin vd., 2009), sosyal girişimci adayları olduğu varsayılan üniversite öğrencileri, araştırma örneklemini olarak belirlenmiştir.

Yapılan faktör analizi neticesinde, sosyal girişimcilik eğilimleri, finansal getiri, sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal vizyon olmak üzere dört faktör altında toplanmış, orijinal ölçekte yer alan sosyal ağlar faktörü bu çalışmada ortaya çıkmamıştır. Diğer bazı Türkçe çalışmalarda da, yapılan faktör analizleri sonucu benzer sonuçlar ortaya çıkmasından hareketle (Reyhanoğlu ve Akın, 2012; Konaklı ve Göğüş, 2013) bu durumun en önemli nedeninin araştırma örnekleminin niteliği olduğu düşünülmektedir. Araştırma bulgularına göre kadınların sosyal vizyon boyutu açısından sosyal girişimci eğilimleri, erkeklerden daha yüksek çıkmıştır. Her ne kadar genel girişimcilik literatüründe, girişimci niteliklerde erkeklerin daha üstün olduklarını gösteren bazı örnekler olsa dahi (Miller, 2015), sosyal girişimcilerin kadın olmalarının daha olası olduğunu gösteren örnekler de vardır (Van Ryzin vd., 2009). Bedriye Hülya örneğinde olduğu gibi, geçmişte yaşanan travmaların sosyal girişimcilerin başarıları üzerindeki olumlu etkilerine yönelik kanıtlardan hareketle (Miller, 2015); araştırmaya katılan kadınların, sosyal girişimciliğe yönelik motivasyonlarının daha güçlü olabileceği düşünülebilir. Finansal getiri açısından bakıldığında ise erkeklerin sosyal girişimci eğilimleri kadınlardan anlamlı şekilde daha yüksektir. Özetle cinsiyet açısından bakıldığında, anlamlı farklılık yalnızca finansal getiri ve sosyal vizyon faktörlerinde ortaya çıkmıştır. Kadınların sosyal girişimciliğe yönelik sosyal vizyonları, erkeklerin ise finansal getiri algıları daha yüksektir.

Sosyal vizyon boyutu açısından sosyal bilimler öğrencileri, fen bilimleri öğrencilerinden daha yüksek eğilim ortalamalarına sahiptirler. Chen vd.'nin (1998) de işaret ettiği gibi, sosyal bilimler eğitimi alan öğrencilerin, fen bilimleri eğitimi alan öğrencilerine nazaran, sorumlu oldukları yönetim dersleri nedeniyle, sosyal vizyon eğilimlerinin yüksek olduğu düşünülebilir.

Literatürde ailede girişimci olmasının bireyin girişimci eğilimini olumlu etkileyeceğine yönelik bulgular vardır (Misra ve Kumar, 2000; Kırılmaz, 2012: 131; Bozyiğit ve Yaşa, 2015). Sosyal girişimcilik açısından bakıldığında, araştırma bulgularına göre, ailede girişimci olan bireylerin yalnızca finansal getiri boyutu

açısından sosyal girişimcilik eğilimleri daha yüksek çıkmış, diğer boyutlarda anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Girişimciliğin odak noktasının ekonomik büyüme, çıktılarının ise pazar payı, müşteri güveni, kalite gibi ölçülebilir değerler olduğu düşünüldüğünde (Kırılmaz, 2012: 49-51), girişimci ebeveyne sahip bireylerin, olmayan bireylere nazaran sosyal girişimcilikte finansal getiri faktörüne daha fazla önem vermekte oldukları söylenebilir.

Araştırma bulgularına göre, girişimci akrabaya sahip olma, sivil toplum örgütünde çalışma durumu veya sivil toplum örgütü tecrübe süresi değişkenlerinin hiç birisinin, sosyal girişimci eğilimler üzerinde anlamlı bir fark yaratmadığı tespit edilmiştir.

Bireylerin özyeterlik algısının, sosyal girişimciliğin yalnızca finansal getiri boyutuna etki ettiği ortaya çıkmıştır. Literatürde girişimcilerin özyeterlik algıları ile yıllık gelirleri arasında ilişki olduğu gösteren çalışmalar mevcuttur (Markman vd., 2002). Bu yönüyle bakıldığında, sosyal girişimcilik açısından finansal getiri ile özyeterlik arasında bir ilişki ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Katılımcı olan öğrencilerin özyeterlik algıları yükseldikçe, sosyal girişimciliğin finansal getiri boyutuna verdikleri önem de artmaktadır.

Bireylerin başarıma güdüsünün, sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal vizyon üzerinde etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle özyeterlik algısının, başarıma güdüsüne kıyasla sosyal girişimcilik üzerinde daha fazla boyutu etkilediği, dolayısıyla da, sosyal girişimcilik eğilimleri açısından daha önemli olduğu söylenebilir.

Öğrencilerin aldıkları yönetim ve girişimcilik derslerinin, girişimcilik eğilimlerine yönelik olumlu etkilerine yönelik kanıtlar düşünüldüğünde (Kuratko, 2005'den aktaran Akmaliah ve Pihie, 2009; Chen vd., 1998), biçimsel girişimcilik eğitiminin uzun yıllardır yükseköğretimde, bir süredir de orta

öğretimde verilmeye başlanması sevindirici olmakla beraber, artık literatürde girişimcilik kavramından ayrı değerlendirilmeye başlanan sosyal girişimciliğe yönelik teorik ve uygulamalı eğitimin, yükseköğretimden başlayarak girişimcilik dersi kapsamında ayrılması ve bağımsız bir ders olarak tanımlanması gerektiği düşünülmektedir. Özellikle geçmiş araştırmaların, girişimcilik eğitiminin, öğrencilerin bilgi düzeyini artırma, kendine güvenlerini geliştirme ve özyeterliklerini teşvik etme yoluyla girişimcilik düzeyini yükseltebileceğine yönelik kanıtlar sunduğu düşünüldüğünde (Saeed vd., 2014), biçimsel sosyal girişimcilik eğitiminin önemi rahatlıkla anlaşılacaktır. Biçimsel eğitim yoluyla öğrencilere, sosyal girişimciliğin yalnızca bir hayırseverlik faaliyeti olmadığı, onlara finansal getiri, istihdam ve sürdürülebilir kariyer imkânı da sağlayabildiği ifade edilerek, öğrencilerin sosyal girişimciliğe yönelik olumlu algıları pekiştirilebilir. Drayton'un (2010) da çok güzel ifade ettiği gibi, gençlerimize insanlara yardım edebileceklerini, öncü olabileceklerini, toplumlarında ve dünya genelinde sürdürülebilir ve önemli değişiklikler yapabileceklerini öğretmeye ihtiyacımız var.

Bu çalışmada farklı üniversitelerin farklı bölümlerinde öğrenim gören lisans öğrencilerinin özyeterlik algıları ve başarıma güdülerinin sosyal girişimcilik eğilimlerine olan etkileri incelenmiştir. Gelecekteki çalışmalarda, bireylerin iyimserlik, bağımsızlık, özerklik, baskın olma (Miller, 2015) gibi girişimcilik eğilimlerine belirgin etkileri olduğu düşünülen diğer bazı kişilik özelliklerinin, sosyal girişimcilik eğilimlerine olan etkilerinin araştırılması ilgi çekici olabilir. Ayrıca lisans öğrencileri örnekleme dışında, çeşitli sektörlerde ücret karşılığı çalışan bireylerin sosyal girişimci özelliklerinin incelenmesi, bu özelliklerin sektörlere göre farklılıkların araştırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akmaliah, Z. ve PIHIE, L. 2009. Entrepreneurship as a Career Choice: An Analysis of Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention of University Students, *European Journal of Social Sciences*, 9(2), 338-349.
- Alpar, R. 2011. *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*, 3. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alvord, S. H., Brown, L. D., Letts, C. W. 2004. Social Entrepreneurship and Societal Transformation an Exploratory Study, *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282, DOI: 10.1177/0021886304266847.
- Antalyalı, Ö.L. 2010. Varyans Analizi, (Ed.) Şeref Kalaycı, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5. Basım, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 131-182.
- Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. 2006. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22, DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x.
- Başar, M. 2013. Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri, (Ed.) Yılmaz Ürper, *Girişimcilik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:3002, 2-19.
- Biçerli, M.K. (2010). Sosyal Girişimcilik ve İstihdam, (Ed.) Senem Besler, *Sosyal Girişimcilik*, İstanbul: Beta Yayıncılık, 55-92.
- Besler, S. 2010. Sosyal Girişimcilik, (Ed.) Senem Besler, *Sosyal Girişimcilik*, İstanbul: Beta Yayıncılık, 3-30.
- Bozyiğit, S., Yaşa, E. 2015. Ailenin Rol Model Alınmasının ve Aile Desteginin Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(19), 59-79.
- Bradley, D. E., Roberts, J. A. 2004. Self-Employment and Job Satisfaction: Investigating the Role of Self-Efficacy, Depression, and Seniority, *Journal of Small Business Management*, 42(1), 37-58, DOI: 10.1111/j.1540-627X.2004.00096.x.
- Budak, G. 2015. Yoksulluğa İnovatif Bir Çözüm; Sosyal Girişimcilik, *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(8), 26-41.
- Bull, M. 2008. Challenging Tensions: Critical, Theoretical and Empirical Perspectives on Social Enterprise, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(5), 268-275, DOI: 10.1108/13552550810897641.
- Casson, M. 2002. The Basic Concepts of Theory, (Ed.) Norris F. Krueger, *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, Volume I, London: Routledge, Taylor & Francis Group, 15-28.
- Chen, C.C., Greene, P.G., Crick, A. 1998. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?, *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316, DOI: 10.1016/S0883-9026(97)00029-3.
- Choi, N., Majumdar, S. 2014. Social Entrepreneurship as an Essentially Contested Concept: Opening a New Avenue for Systematic Future Research, *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376, DOI: 10.1016/j.jbusvent.2013.05.001.
- Coşkun, E. 2015. *Gönüllü Kuruluşların Okul Öncesi Sosyal Girişimcilik Eğitimindeki Rolü*, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Yalova.
- Çermik, F. 2015. *Sosyal Girişimcilik, Küresel Vatandaşlık ve Çevre Davranışı Arasındaki İlişki: Yapısal Eşitlik Modellemesi*, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Erzurum.
- Dees, J.G. 1998. *The Meaning of Social Entrepreneurship*, <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> (Erişim:12.02.2016).
- Denisi, A.S. 2015. Some Further Thoughts on the Entrepreneurial Personality, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 997-1003, DOI: 10.1111/etap.12168.
- Douglas, E.J., Shepherd, D.A. 2000. Entrepreneurship as a Utility Maximizing Response, *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231-251, DOI: 10.1016/S0883-9026(98)00008-1.

- Drayton, B. 2010. The World Needs More Social Entrepreneurs, *Harvard Business Review*, March 30, <https://hbr.org/2010/03/the-world-needs-more-social-entrepreneurs> (Erişim: 20.06.2016).
- El Ebrashi, R. 2013. Social Entrepreneurship Theory and Sustainable Social Impact, *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209, DOI: 10.1108/SRJ-07-2011-0013.
- Erdoğan, M. Y. 2014. *Sivil Toplum Örgüleri Gönüllü Yönetim Yaklaşımları ve Sosyal Girişimcilik Gönüllü Yönetim Modeli Önerisi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Ersen, T.B., Kaya, D., Meydanoğlu, Z. 2010. *Sosyal Girişimler ve Türkiye: İhtiyaç Analizi Raporu*, İstanbul: TÜSEV Yayınları, No:50.
- Florin, J., Karri, R., Rossiter, N. 2007. Fostering Entrepreneurial Drive in Business Education: An Attitudinal Approach, *Journal of Management Education*, 31(1), 17-42, DOI: 10.1177/1052562905282023.
- Food and Agricultural Organization (FAO), 2015. The State of Food Insecurity in the World: Meeting the 2015 International Hunger Targets, Rome, <http://www.fao.org/3/a-i4646e.pdf> (Erişim:10.03.2016).
- Gandy, J.D. 2012. *The Relationship Between Social Entrepreneurship and Organizational Effectiveness*, Doktora Tezi, Dallas Baptist University.
- Gendron, G. 1996. Flashes of Genius: Interview with Peter Drucker, *Inc*, 18(7), 30-37.
- Germak, A.J. 2013. Social Entrepreneurship Motivation: A Quantitative Analysis of Nascent Social Entrepreneurs. EMES-SOCENT Conference Selected Papers, no. LG13-19, *4th EMES International Research Conference on Social Enterprise*, Liege 2013. http://emes.net/content/uploads/publications/Germak_ECSP-LG13-69.pdf (Erişim:18.03.2016).
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2012. *A Significant Post-Recession Increase in Entrepreneurial Activity*, <http://www.gemconsortium.org/country-profile/116> (Erişim:10.03.2016).
- Göçenoğlu, C. 2014. Sosyal Girişimcilik Nasıl Başarıya Ulaşır, *Harvard Business Review Türkiye*, Sosyal Girişim Blog, 18 Aralık. <http://hburturkiye.com/blog/sosyal-girisimcilik-nasil-basariya-ulasir>, (Erişim:16.3.2016).
- Güler, B.K. 2011. Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(3), 79-111.
- Güler, B.K. 2008. *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Gürsoy, S. 2014. *Türkiye ve Sosyal Girişimcilik*, Sabah Gazetesi, 08/01/2014, <http://www.sabah.com.tr/yazarlar/gursoy/2014/01/08/turkiye-ve-sosyal-girisimcilik> (Erişim:4.3.2016).
- Hervieux, C., Gedajlovic, E., Turcotte, M.F.B. 2010. The Legitimization of Social Entrepreneurship, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4(1), 37-67, DOI: 10.1108/17506201011029500.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., Thurik, R. 2010. *What Do We Know About Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research*, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1462018 (Erişim: 08.03.2016).
- <http://boynergrup.com/sosyal-girisimler-ve-el-verenler-bulusumda-bulusuyor/> (Erişim:18.03.2016).
- <https://www.bulusum.biz/bulusumnedir/#amac> (Erişim:18.03.2016).
- <http://www.ciftcikulubu.com/Bilgi> (Erişim:18.03.2016).
- <http://www.sosyalinovasyonmerkezi.com.tr/wp-content/uploads/2015/02/buradan.pdf> (Erişim: 18.03.2016).
- <https://www.tarimsalpazarlama.com/Sayfa/28/Hakkimizda.aspx> (Erişim:18.03.2016).
- <https://www.tarimsalpazarlama.com/Haber/9970/Tarimsal-Pazarlamanin-Kurucusu-Tulin-Akin-Marketing-Anadoluda.aspx> (Erişim: 18.03.2016).

Huang, H.K. 2014. *Examining Youth Attitudes Toward Civic Engagement: A Study of Collaborative Social Entrepreneurship Using a Multi-User Virtual Environment*, The Pennsylvania State University The Graduate School College of Education, Doktora Tezi.

Hürriyet Gazetesi, 3 Mart 2015, <http://www.hurriyet.com.tr/felc-oldu-kanser-oldu-ama-en-sonunda-28391653> (Erişim: 06.03.2016).

International Labour Office (ILO), 2015. *World Employment and Social Outlook: Trends 2015*, Geneva, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_337069.pdf (Erişim:18.03.2016).

İrengün, O. 2014. *Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Kalaycı, Ş. 2010. Faktör Analizi, (Ed.) Şeref Kalaycı, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5. Basım, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 321-331.

Karadeniz, E. 2011. *Entrepreneurship in Turkey 2010*, The Global Entrepreneurship Monitor (GEM). <http://www.gemconsortium.org/report/48353> (Erişim:20.03.2016).

Kaya, N., Selçuk, S. 2007. Bireysel Başarı Güdüsü Organizasyonel Bağlılığı Nasıl Etkiler?, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2), 175-190.

Kırılmaz, S. 2012. *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Çanakkale.

Koenig, A. 2013. *Sosyal Girişimcilik ve Türkiye'de Durum*, Milliyet Gazetesi, 29/06/2013, <http://www.milliyet.com.tr/-sosyal-girisimcilik-ve/gundem/ydetay/1729407/default.htm>, (Erişim: 24.3.2016).

Konaklı, T., Göğüş, N. 2013. Aday Öğretmenlerin Sosyal Girişimcilik Özellikleri Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2), 373-391.

Küçükşille, E. 2010. Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli, (Ed.) Şeref Kalaycı, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5. Basım, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 259-269.

Light, P.C. 2006. Reshaping Social Entrepreneurship, *Stanford Social Innovation Review*, 4(3), 47-51.

Mair, J., Marti, I. 2004. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, *Working paper*, University of Navarra, <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0546-E.pdf>, DOI: 10.1016/j.jwb.2005.09.002 (Erişim:18.3.2016).

Markman, G.D., Balkin, D.B., Baron, R.A. 2002. Inventors and New Venture Formation: The Effects of General Self-efficacy and Regretful Thinking, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 149-165, DOI: 10.1111/1540-8520.00004.

Miller, D. 2015. A Downside to the Entrepreneurial Personality?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 1-8, DOI: 10.1111/etap.12130.

Misra, S, Kumar, E.S. 2000. Resourcefulness: A Proximal Conceptualisation of Entrepreneurial Behaviour, *Journal of Entrepreneurship*, 9(2), 135-154, DOI: 10.1177/09713557000900201.

Mueller, S., D'intino, R.S., Walske, J., Ehrenhard, M.L., Newbert, S.L., Robinson, J.A., Senjem, J.C. 2015. What's Holding Back Social Entrepreneurship?, Removing the Impediments to Theoretical Advancement, *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(3), 245-256, DOI:10.1080/19420676.2014.954259

Nga, J.K.H., Shamuganathan, G. 2010. The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions, *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282, DOI: 10.1007/s10551-009-0358-8.

Okandan, G.D., Görgülü, V. 2012. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri, (Ed.) Gresi Sanje ve Gökhan Dikmener, *Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar: Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, No:386, s.1-33.

Oktay, E., Zeren, H.E., Pekküçükşen, Ş. 2015. Belediyelerin Sosyal Girişimcilik Faaliyetlerinin Yerel Kalkınmaya Etkisi: Denizli Belediyesi Örneği, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 267-276.

Optimist Dergisi, Değişim İçin Sosyal Girişim Eki, Selim Güven Röportajı, 26 Kasım 2013, <http://www.anadoluvakfi.org.tr/Optimist-Ashoka-Ek-26-Kasim-2013.pdf> (Erişim:10.03.2016).

Özdemir, B.K. 2010. Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma, (Ed.) Senem Besler, *Sosyal Girişimcilik*, İstanbul: Beta Yayıncılık, 93-116.

Özdevecioğlu, M., Cingöz, A. 2009. Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 81-95.

Praszkier, R., Nowak, A. 2012. *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*, New York: Cambridge University Press.

Reyhanoğlu, M., Akın, Ö. 2012. Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?, *Yönetim*, 23(71), 8-25.

Saeed, S., Muffatto, M., Yousafzai, S. 2014. A Multi-level Study of Entrepreneurship Education Among Pakistani University Students, *Entrepreneurship Research Journal*, 4(3), 297-321, DOI: 10.1515/erj-2013-0041.

Stokes, D., Wilson N., M., M. 2010. *Entrepreneurship*, Hampshire: Cengage Learning EMEA, UK.

Şeker, M. 2012. *Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

T.C. Başbakanlık, Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2015. Faaliyet Raporu, <http://www.vgm.gov.tr/db/dosyalar/webicerik326.pdf> (Erişim: 02.03.2016).

T.C. İçişleri Bakanlığı, Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2016 (a). Dernek Sayıları, <https://www.dernekler.gov.tr/tr/Anasayfalinkler/derneksayilari.aspx> (Erişim:02.03.2016).

T.C. İçişleri Bakanlığı, Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2016 (b). Derneklerin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı, <https://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/derneklerin-faaliyet-alanina-gore.aspx> (Erişim: 02.03.2016).

Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG), 2013. "Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi Raporu", <https://www.tog.org.tr/tr/indir/22> (Erişim: 09.03.2016).

Trivedi, C., Stokols, D. 2011. Social Enterprises and Corporate Enterprises: Fundamental Differences and Defining Features, *Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 1-32, DOI: 10.1177/097135571002000101.

TÜİK. Aralık 2015 İşgücü İstatistikleri, 2016. 15/03/2016, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21569> (Erişim:21.03.2016).

Türkmen, E. 2009. *İş Karakteristikleri ve Algılanan Örgütsel Destek Kavramlarının Öz-yeterlilik İnancı ile ilişkisi ve Öz-yeterlilik İnancının Çalışan Performansı Üzerine Etkisi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ural, A. ve Kılıç, İ. 2011. *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, 3.Basım. Ankara: Detay Yayıncılık.

Urban, B. 2013. Social Entrepreneurship in an Emerging economy: A Focus on the Institutional Environment and Social Entrepreneurial Self-Efficacy, *Managing Global Transitions*, 11(1), 3-25.

Umay, A. 2002. Matematik Öğretmen Adaylarının Başarı Güdüsü Düzeyleri, Değişimi ve Değişimi Etkileyen Faktörler, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 148-155. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/hunefd/article/viewFile/5000048836/5000046156>, (Erişim:18.4.2016).

Uygun, M., Mete, S., Güner, E. 2012. Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 145-156, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/oybd/article/download/5000145395/5000132737> (Erişim:15.04.2016).

Ünlü, S. 2012. Sosyal Girişimcilik Bağlamında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: AKUT ve TOG Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.

Van Ryzin, G.G., Grossman, S., Dipadova-Stocks, L., Bergrud, E. 2009. Portrait of the Social Entrepreneur: Statistical Evidence from a US Panel, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 20(2), 129-140, DOI: 10.1007/s11266-009-9081-4.

- Weerawardena, J., Mort, G.S. 2006. Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model, *Journal of World Business*, 41(1), 21-35, DOI: 10.1016/j.jwb.2005.09.001.
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D. 2007. Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406, DOI: 10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x.
- World Economic Forum (WEF), 2015. *The Global Gender Gap Report: 10th Anniversary Edition*, Geneva, <http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf> (Erişim:21.03.2016).
- Yıldırım, F., İlhan, İ. Ö. (2010). Genel Öz Yeterlilik Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(4), 301-308.
- Yumuşakipek, H.D. 2015. *Aile İşletmelerinde İç Girişimciliğin Sosyal Girişimciliğe Etkisi: Afyonkarahisar'da Bir Araştırma*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Afyon.
- Zhao, H., Seibert, S.E., Hills, G.E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272, DOI: 10.1037/0021-9010.90.6.1265