

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCHES
GİRİŞİMCİLİK ÖZEL SAYISI

SOBBİAD

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi

ISSN 2149-5858

Bu dergi 1302-7824 ISSN numaralı Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisinin devamıdır. Dergi Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yayımlanmaktadır.

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCHES
GİRİŞİMCİLİK ÖZEL SAYISI

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Adına Sahibi
Owner on Behalf Of Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Mansur HARMANDAR

Editörler/Editors

Yrd. Doç. Dr. Ekrem AYAN / Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ
Doç. Dr. Çiğdem PALA MULL
Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU
Doç. Dr. Hatice HİCRET ÖZKOÇ
Yrd. Doç. Dr. Ekrem AYAN

Dergi Sekreterleri/Editorial Secretaries

Araş. Gör. Mehmet Sait BENEK
Araş. Gör. Hayal YETKİN ŞALE

Bilim Danışma Kurulu/Science Advisory Board

Ahmet Buran (Fırat Üniversitesi)	M. Faysal Gökalp (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)
Bayram Coşkun (Muş Alpaslan Üniversitesi)	Mehmet Elgin (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)
Bilal Eryılmaz (Medeniyet Üniversitesi)	Mustafa Öner (Ege Üniversitesi)
C. Yenal Kesbiç (Celal Bayar Üniversitesi)	Mustafa Tanyeri (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Cihan Çobanoğlu (University of South Florida)	Salih Yılmaz (Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Fevzi Okumuş (University of Central Florida)	Sebahattin Çevikbaş (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)
Güljanat Kurmangazi Ercilasun (Gazi Üniv.)	Şükrü Karatepe (Yıldırım Beyazıt Üniv.)
İbrahim Güngör (Akdeniz Üniversitesi)	Yakup Kepenek (Orta Doğu Teknik Üniv.)
İbrahim Sirkeci (University of Regent)	Yusuf Şevki Hakyemez (Karadeniz T.Ü.)

Kapak Tasarım/Cover Design

Okt. Özden IŞIKTAŞ

Baskı/Printing

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Rektörlüğü Matbaası
Mugla Sıtkı Koçman University Press

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi (SOBBİAD) yılda iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide yayınlanan makalelerin bilim ve dil bakımından sorumluluğu yazarlara aittir. Dergide yer alan makalelerdeki görüş ve düşünceler yazarların kişisel görüşleri olup, hiçbir şekilde Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün veya Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nin görüşlerini yansıtmaz. Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Dergi ASOS İndeks ve Open Akademik Journals Index tarafından taranmaktadır.

Journal Of Social Sciences And Humanities Researches (SOBBIAD) is a refereed journal and published biannually. Authors are responsible for the content and linguistic of their articles. Articles published here could not be used without referring to the Journal. The opinions in the articles published belong to the authors only and do not reflect those of Muğla University and Muğla Sıtkı Koçman University Journal of Social Sciences. The journal is abstracted by ASOS and Open Akademik Journals Index.



Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teŖekkür ederiz.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us to evaluate the articles sent for current issue of the Journal

HAKEMLER/REFEREES

Prof. Dr. Erkan POYRAZ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY	Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Prof. Dr. AyŖe İRMİŖ	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan ERDEM	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. G. Cenk AKKAYA	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Soner TASLAK	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Doğan KUTUKIZ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Saffet OCAK	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Nihat GÜLTEKİN	Harran Üniversitesi
Doç. Dr. Murat ÇETİN	Erzincan Üniversitesi
Doç. Dr. Nilsun SARIYER	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
Doç. Dr. Celaleddin SERİNKAN	Pamukkale Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. M. Yılmaz İÇERLİ	Aksaray Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mustafa BAYHAN	Pamukkale Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yener PAZARCIK	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

1	Ezgi CEVHER	1
	Yenilikçi Girişimciliğin Geliştirilmesinde Girişimcilik Eğitiminin Önemi: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	
2	Ali YILDIZ, Fatih Mehmet DEMİR	18
	Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği	
3	Savaş ARTUĞER, Gökhan AYAZLAR, Ozan BAHAR	37
	Otel Çalışanlarının Girişimcilik Yönelimlerinin Sosyo Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi	
4	Saffet OCAK, Tezcan KAŞMER ŞAHİN, Ömer GİDER	53
	Hekimlerin İş Tatmin Düzeylerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkileri: Muğla İlinde Bir Araştırma	
5	Hale ÇOLAKOĞLU, Tanju ÇOLAKOĞLU	70
	Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması	
6	Yeliz MOHAN BURSALI, İbrahim AKSEL	85
	Sosyal Girişimciliğin Genç Aktörleri: Üniversite Öğrenci Toplulukları Örneği	
7	Çağla ARIKER, Andaç TOKSOY	102
	Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi	
8	Nevzat TETİK, Ersin KANAT	122
	Döviz Kuru Riskinin Ölçülmesinde Garch Yönteminin Uygulanması	
9	Yener PAZARCIK	140
	Üniversitelerimiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi	

**Yenilikçi Girişimciliğin Geliştirilmesinde Girişimcilik Eğitiminin Önemi:
Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**

Yrd. Doç. Dr. Ezgi CEVHER
Süleyman Demirel Üniversitesi
Isparta MYO, İşletme Yönetimi
ezgicevher@sdu.edu.tr

Öz

Girişimciliğin ve yenilikçiliğin birbirleriyle etkileşim içinde olduğu, yenilikçiliğin girişimcilikte bir araç olarak kabul edildiği önemli ölçüde kabul gören bir gerçektir. Yenilik ve yenilikçi anlayış, bir girişimci için fırsatları değere dönüştürür ve ekonomik bir getirinin elde edilmesini sağlar. Bu nedenle, yenilikçilik, girişimciliğin dayandığı bir kavram olarak karşımıza çıkmakta, girişimcilik faaliyetleri yeniliklerle başlayabilmektedir. Bu noktada girişimcilik eğitimi yenilikçi ve yaratıcı girişimcilerin yetiştirilmesinde önemli hale gelmiştir. Bu durum özellikle yükseköğretim düzeyinde girişimcilik eğitimi zorunlu kılmıştır. Bu yüzdendir ki bugün pek çok üniversitede girişimcilik dersleri verilmektedir. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin yenilikçi iş fikirlerini ortaya koymaya yönelik bu çalışma, nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi ile hazırlanmıştır. Çalışma, işletme yönetimi bölümüne kayıtlı 450 öğrenciden 120 si ile gerçekleştirilmiştir. Amaç, meslek yüksekokulu öğrencilerinin aldıkları girişimcilik eğitimleri sonucunda yenilikçi girişimcilik düzeylerini tespit etmek, elde edilen bulgulardan yola çıkarak girişimcilik eğitimlerinin içeriği ve eğitimlerin uygulanış biçimi konusunda görüş ve öneriler sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Yenilikçi Girişimcilik, Girişimcilik Eğitimi

**The Importance Of Entrepreneurship Education At The Development Of
Innovative Entrepreneurship:
A Research On Vocational School Students**

Abstract

It is a considerably accepted fact that innovation and entrepreneurship are in interaction with each other, innovation is accepted as a means of entrepreneurship. Innovation and innovative approach make the opportunities a value for entrepreneurs and provide an economic return. Therefore, innovation emerges a concept as based on entrepreneurship, and entrepreneurial activities can be started with innovations. At this point, entrepreneurship education has become important in the upbringing of the innovative and creative entrepreneurs. This situation has necessitated the entrepreneurial education at the higher education level. That is why today entrepreneurship courses are given at many universities. This study aimed to demonstrate the innovative business ideas of vocational school students was conducted with the content analysis method, one of the qualitative analysis methods. The study was conducted with 120 of 450 students who have enrolled in the business management department. The aim to determine levels of innovative entrepreneurship of vocational college students who have entrepreneurial education, considering the findings, is to provide comments and suggestions on the content and implementation of entrepreneurship education.

Key words: Entrepreneurship, Innovative Entrepreneurship, Entrepreneurship Education

1. Giriş

Bir ülkede gelişmenin ve kalkınmanın temel yapı taşlarından birini oluşturan girişimcilik faaliyetlerinin odağında girişimci vardır. Girişimci, insanların ihtiyaç duyduğu mal veya hizmetleri temin etmek amacıyla riske katlanan (Yıldız vd., 2011) fırsatları izleyerek, belirsizliklerde bile yeni açılımlar yapabilen kişidir (Naktiyok, 2004: 9). Girişimcilik faaliyetleri ile ortaya çıkan iş geliştirme fikri ise girişimcilerin yenilikçi yeteneklerine bağlı olarak iş kurma becerisini ifade etmektedir. Bu nedenle girişimcilik ve iş kurma

faaliyetinde kişilerin girişimcilik yetenekleri ile iş kurmayı etkileyen pek çok unsur doğru orantılıdır (Akyüz, 2009: 139).Eğitim, genel anlamda kişilerde istenen davranışları değiştirme sürecidir. Bu süreçte bireyin davranışları istenen yönde planlı bir şekilde değiştirilebilmekte hatta geliştirilmektedir (Ertürk, 1973; Aktaran: Demirel ve Kaya, 2006). Bir bilim dalı olarak ise eğitim, istenen yönde davranış geliştirmeye çalışan, psikoloji, sosyoloji, ekonomi vb. bilim dalları ile yakından ilişki içerisinde (Erden ve Akman, 1997). Dar anlamda eğitim ise bireylere yetenek ve isteklerine bağlı olarak özellikle okullar aracılığıyla belirli bilgi ve becerilerin kazandırılmasıdır (Eroğlu, 2011:137). Girişimcilik faaliyetlerinde de eğitimin önemi pek çok çalışmada araştırılmıştır. Hatta girişimciliği etkileyen faktörlerin başında yaş, cinsiyet, eğitim, ailenin tutumu, başarı güdüsü sıralanmaktadır (Erdoğan, 2012:28-29). Girişimciliğin tamamen doğuştan olmaması, eğitim faaliyetleri ile de pekiştirilebileceği düşüncesinden yola çıkılarak eğitim unsuru önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda son yıllarda girişimcilik kültürünün oluşturulmasında özellikle üniversitelerde zorunlu veya seçmeli girişimcilik eğitimleri eğitim ve öğretim süreçlerine dahil edilmiştir. Bunun yanı sıra bireylerin girişimcilik yetenekleri ile aldıkları eğitim arasında da doğrusal bir ilişki mevcuttur (Akyüz, 2009: 139).Girişimciliğin ve yenilikçiliğin birbirinden vazgeçilmez bir etkileşim içerisinde olmasından dolayı, yenilik ve yaratıcılık, girişimciliğin temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Yenilik kavramının tanımlarına bakıldığında; yeniliğin girişimciler için farklı iş ve hizmetlerde bir araç olarak kabul edilmesi ön plana çıkmaktadır (Drucker, 2001). Yenilik aynı zamanda yeni veya büyük ölçüde değiştirilmiş ürün, hizmet ya da sürecin bir pazarlama yönteminin ya da organizasyonel yöntemin işletme içinde uygulanmasıdır (Manuel, 2005). Yenilik, kavram, icat ve yeni bir şeyin toplamı olarak ifade edilebilir (Rosenfeld, 1990). Yenilik, müşterilerin istedikleri yeni ürün ve hizmetleri sunabilmek için teknoloji ve pazara ait olan yeni bilgilerin kullanılmasıdır (Afuah, 2003). Bu yüzden ki, girişimciliğin yenilik tarafına bakan kısmı, girişimcilik faaliyetlerinin bazen benzeri olmayan yeni bir ürün veya hizmet sunma şeklinde başlayabileceği şeklindedir. Ya da mevcut ürün

veya hizmetlere yenilik veya farklılıklar katma şeklinde de ortaya çıkabilmektedir. Üniversitelerdeki girişimcilik derslerinin amacı da son dönemlerde öğrencilerde yenilikçi ve yaratıcı davranma, risk alma eğilimini kazandırma, nispeten bağımsızlık konusunda öğrencileri motive etmek şeklinde ortaya çıkmıştır (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010:41). Normal şartlarda verilen girişimcilik eğitimleri öğrencilerin iş kurma ve iş fikirlerini geliştirmeyi hedeflerken, yenilikçi girişimcilik ekseninde girişimcilik eğitimleri yenilikçi girişimciliği destekler nitelikte olabilmektedir. 2012 yılında üniversitelerin girişimcilik eğitimlerine yönelik yapılan bir araştırmada (Eroğlu, Koç ve Eroğlu, 2012: 400) üniversitelerin gerek eğitim alanında gerekse verdikleri mesajlarda girişimcilik kavramını ne kadar gündeme getirdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular şu şekildedir:

Tablo 1. Kamu ve Vakıf Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi

Üniversiteler ve Girişimcilik Eğitimi Değerlendirmesi	Kamu		Top	Vakıf		Top
	Var	Yok		Var	Yok	
İşletme Bölümü	97	6	103	44	18	62
Girişimcilik Kavramına Yer Verilmesi	28	75	103	16	46	62
Girişimcilik Dersi	68	35	103	30	32	62
Zorunlu Girişimcilik Dersi	16	52	68	11	19	30
Seçmeli Girişimcilik Dersi	52	13	68	19	11	30

Kaynak: Eroğlu F., Koç M., Eroğlu Ş.G., (2012) Eğitim Yoluyla Girişimcilik Olgusunun Yükseltilmesi ve Bir Araştırma, 4. Uluslar arası Girişimcilik Kongresi, 2-4 Mayıs 2012

Tablo 1'den anlaşılacağı üzere yapılan bu araştırmada aslında girişimcilik derslerinin zorunlu tutulmadığı çok net görülmektedir. Derslerin içeriği dikkate alındığında ise daha çok işletmecilik bilgilerine yer verildiği, uygulamalı anlatımların olmadığı, girişimciliğin yenilikçilik ve yaratıcılık üzerine şekillenmediği ders içerikleri ve kitaplar incelendiğinde söylenebilir.

Bunun dışında üniversitelerde yapılan araştırmalarda, özellikle öğrencilerin iş kurma eğilimlerini destekleyen girişimcilik unsurları, kendine güven, yenilikçilik eğilimine sahip olma, başarıma güdüsü, risk alma eğilimine yatkınlık şeklinde ortaya çıkmıştır (İşçan ve Kaygın, 2011). Yine benzer bir çalışmada, meslek yüksek okulu öğrencileri üzerine girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik bir anket yapılmış ve elde edilen bulgular bir girişimcide bulunması gerek temel özellikleri öğrencilerin bakış açısından ortaya koymuştur. Buna göre en yüksek oranda “yenilikçilik, duyarlılık/yardım etme, fırsatçılık, iletişim, araştırmacılık, risk alma vb.” bir girişimcide bulunması gereken özellikler olarak tanımlanmıştır (Yüksel, Cevher ve Yüksel, 2015). Yine “Girişimcilik eğitiminin girişimci öz yeteneklerini açığa çıkarıp çıkarmadığı” konusunda yapılan benzer bir çalışmada “uygulamalı girişimcilik eğitimi” alanlarda iş kurma ve işe başlama eğitiminin belirgin şekilde arttığı tespit edilmiştir (Tağraf, Halis, 2008). Çalışma, üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimleri içeriğinden yola çıkılarak hazırlanmıştır. Türk üniversitelerindeki girişimcilik derslerine bakıldığında dört boyuttan söz etmek mümkündür. Bunlar “genel işletmecilik bilgilerinin verilmesi, sınırlı ölçüde girişimcilik bilgi ve becerilerinin kazandırılmaya çalışılması, iş planı hazırlamaya teşvik, yine sınırlı ölçüde yenilikçiliğin kullanılmasına dair bilgiler öğretmek” şeklinde sıralanmaktadır (Eroğlu, Koç ve Eroğlu, 2012: 400). Bu içeriklere göre çalışmadaki amaç, bir ders dönemi boyunca öğrencilere verilen “yenilikçilik ve farklılık” temalı girişimcilik eğitimi sonrasında girişimci iş fikirlerinde ortaya çıkan mevcut durumu tespit etmektir. Bunun için öğrenci girişimci iş kurma grup çalışmaları, içerik analizi ile incelenmiştir. Çalışmaya işletme yönetimi bölümüne kayıtlı 450 öğrenciden 120 si dahil edilmiştir.

2. Yenilikçi Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma

2.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırma, işletme yönetimi bölümü olan bir meslek yüksekokulunun öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Amaç, meslekyüksekokulu öğrencilerinin yenilikçi iş fikirlerini tespit etmek ve bu doğrultuda yenilikçilik eğilimlerini

araştırmaktır. Bunun için işletme yönetimi bölümüne kayıtlı 450 birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinden 120 birinci ve ikinci sınıf öğrencisi örneklem olarak seçilmiştir. 2014-2015 bahar döneminde verilen girişimcilik dersi eğitimi sonucunda 120 öğrenci, en az 4'erli en fazla 6'şarlı gruplar oluşturularak "girişimci iş fikri projesi" kapsamında grup çalışmasına teşvik edilmiştir. Çalışmada yöntem olarak nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Öğrencilerin hazırladıkları iş fikri projeleri ana başlıklar altında detaylı şekilde incelenmiştir. İçerik analizinde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek olmuştur. Bunun için girişimcilik iş fikri kavramları belirli başlıklar halinde alt temalarla desteklenmiş ve kodlama yönergesine uygun şekilde veriler kodlanmıştır. Sonrasında sayısallaştırılarak analiz tamamlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 228). Analiz, iş fikrine yönelik her bir grup ödevinin, derinlemesine incelenmesi ve girişimci iş fikrinin bölümlerine puan verilmesiyle yapılmış, bu puanlar excelde veri olarak girilmiştir. Ayrıca grup ödevini yapma süresince öğrenciler sınıf ortamında 2 saat boyunca gözlemlenmiş, ayrıca yardım istedikleri konularda yönlendirilmişlerdir. Bir girişimcilik faaliyetinde yer alan "işin/işletmenin adı, iş kurma amacı, girişimcilik iş merkezi, faaliyet gösterilecek sektör, işletmenin kurulma amaçları, hedef kitle, girişimci iş fikrinin farkları" gibi başlıklar gruplara dağıtılmış, grupların girişimcilik iş fikrini ortaya koymalarında literatür destekli destek olacak şekilde verilmiştir. Bu başlıklar verilmeden önce bahar döneminde verilen girişimcilik ders içeriğinde sürekli olarak her derste girişimcilik eyleminin "yenilikçilik, farklılık, yaratıcılık" gibi unsurları içerisinde barındırdığı vurgulanmıştır. Ayrıca temel girişimcilik bilgileri de öğrencilere aktarılmıştır. Öğrencilere her derste bu bilgiler tekrarlanmış, girişimciliğin klasik işletme kurma faaliyetinden farklılaşarak aslında "mevcut ürün veya hizmetlere yeniliklerin eklenerek ya da yeni ve benzeri olmayan radikal bir yenilik yaparak sektöre girmek" olduğu belirtilmiştir. Buna göre öğrencilere tanınan bir hafta süre içerisinde girişimcilik faaliyetlerini sunmaları istenmiştir. Elde edilen bulgular ve öğrencilerin demografik bilgileri aşağıdaki gibidir:

2.2. Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

Araştırmada, bahar dönemi girişimcilik dersi alan öğrencilerin yaptığı “girişimcilik iş fikri projesi” sonucunda elde edilen demografik ve içeriğe ilişkin bulgular aşağıdaki gibi tespit edilmiştir:

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyetleri ve Yaşları

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yaş Aralığı</i>	<i>Frekans</i>
Erkek Öğrenci	55	18-20 Yaş	86
Bayan Öğrenci	69	21-23 Yaş	30
		24-26 Yaş	6
		26 Yaş ve Üzeri	2
Toplam	124	Toplam	124

Araştırmaya katılan 124 öğrencinin 69’ u bayan, 55’ i erkek öğrencidir. Buna göre meslek yüksek okulu işletme yönetimi birinci sınıf bölüm öğrencilerinin daha çok bayanlardan oluştuğu söylenebilir. Cinsiyete göre farklılık iş kurma faaliyetlerini de etkileyeceğinden burada da bu husus değerlendirilmiştir. Bayan öğrencilerin de erkek öğrencilerin de grup çalışması esnasında “yenilikçi ve yaratıcı” bir iş fikri bulmaya hevesli oldukları proje ödevinin başlangıcında sınıf ortamında gözlenmiştir. Hem erkek öğrenciler hem de bayan öğrencilerden oluşan dört grubun iş fikrini sunumda özellikle görsel malzemeleri kullanmaları dikkat çekmiştir. Örneğin sadece bayan öğrencilerden oluşan bir grup iş fikirlerine özel poster hazırlamış, hem bayan hem erkek öğrencilerden oluşan diğer bir grup ise iş fikrine özel kurdukları alışveriş ve eğlence merkezinin maketini yapmışlardır. Buna benzer diğer gruplar da kendilerini tanıtan veya iş fikrine özel amaçlarını anlatan küçük broşürler dağıtmışlardır. Dolayısıyla aslında burada hem bayan öğrencilerin hem de erkek öğrencilerin girişimci iş fikrini oluşturmada istekli bir girişimci profil çizdiğini söylemek yanlış olmaz. Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin yaş aralıklarına

bakıldığında öğrencilerin tamamına yakın bir kısmının 18-20 yaş aralığında olduğu, bir kısmının da 21-23 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Buna göre örneklem grubunda yer alan öğrencilerin çoğunluğunun 18-19 veya 20 yaşlarında olduğu söylenebilir. Bu çalışma için olmasa bile girişimcilik faaliyetlerine başlamada girişimcilerin yaş ortalaması yapılan araştırmalarda kadınların yaş ortalaması 35, erkeklerinki ise 30 olarak ortaya çıkmıştır.(BIC Angel Investment,2013) Buna göre aslında girişimci olabilme yolunda hem erkeklerin hem de bayanların erken yaşlarda eğitilmesi, bilinçlendirilmesi söz konusu olabilir. Çalışma bu açıdan 30 öğrenci grubunda bir farkındalık yaratmıştır. Çünkü projeler tamamlandıktan sonra “Yaşadığım şehre bir iş kurmak istesem...; Şu tarz bir şey yapmayı planlıyorum...; Bu şehirde okuyan öğrenciler için çok güzel bir fikrim var...” vb. düşünceler ders dışında dersin hocası ile tartışmaya açık şekilde paylaşılmıştır. Öğrencinin kendi işini kurmada cesaretlendiği gözlemlenmiş, özellikle yenilikçi ve yaratıcı fikirler düşünmeye yöneldiği tespit edilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Yaşadıkları Şehirler ve İşin Kurulacağı Şehirler

<i>Yaşadıkları Şehirler</i>	<i>Frekans</i>	<i>İşin Kurulacağı Şehir</i>	<i>Frekans</i>
Diğer	48	İstanbul	16
Antalya	40	Isparta	5
Isparta	22	Diğer	9
Diğer	11		
Toplam	124	Toplam	30

Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin çoğu Türkiye’ nin farklı illerinde yaşamaktadır. Bunun dışında Antalya’ da ve Isparta’ da yaşayan öğrenci sayısı da yüksek kabul edilebilir. İstanbul, İzmir, Bursa, Ankara gibi büyük şehirlerde yaşayanlar sayıca azdır. Buna göre araştırmanın yapıldığı meslek yüksek okulu öğrencilerinin daha çok Antalya’ da yaşadığı tespit edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen öğrenci gruplarının yarısından fazlası, girişimcilik iş fikrini İstanbul’ da uygulamak istemektedir. Kurmayı planladıkları şirketin merkezini İstanbul

olarak belirlemişlerdir. Bunun dışında ikinci tercih edilen il Isparta olmuştur. Burada öğrencilerin Isparta'yı tanıyor olması veya Ispartalı öğrenciler olması gibi durumlar söz konusu olabilir. Bir önceki tabloya bakıldığında öğrencilerin çoğunlukla yaşadıkları şehirlerden biri Isparta'dır. Bu noktada öğrenciler İstanbul'u gelişmiş şehir olması yönünden, Isparta'yı da yaşadıkları şehir olması yönünden tercih ediyor olabilir. Burada, girişimcilik ders içeriğinde anlatılan işletmenin kuruluş yeri bilgisi önemli bir faktör olarak görülebilir. Çünkü kuruluş yeri seçiminde özellikle gelişmiş bölgelerin veya iyi şekilde bilgi sahibi olunan şehirlerin tercih edilmesi gerektiği derslerde soru-cevap şeklinde tartışılmıştır.

Tablo 4. Grupların Kullandıkları Girişimcilik İsimleri ve Alanları

<i>İşletmenin adı</i>	<i>Frekans</i>	<i>Girişimcilik alanları</i>	<i>Frekans</i>
Hizmet Vurgusu	10	Ürün/Üretim	16
Ürün Vurgusu	8	Hizmet	8
İsim Baş Harfleri	7	Ürün ve Hizmet	4
Slogan Gibi İsim	4	Perakende Satış	2
Fayda Vurgusu	1		
Toplam	30	Toplam	30

Araştırmaya katılan öğrenci grupları, kuracakları işle ilgili iş fikrinin isminde hizmeti ön plana çıkarmışlardır. Bunun dışında ürün ismiyle işini kuran gruplar da olmuştur. Öğrencilerin kurdukları işte hizmet veya ürün fark etmeksizin, işletme ismiyle ilgili, kendi isimlerinin baş harflerini kullanmaları da söz konusu olmuştur. Slogan gibi mesaj veren isimler de gruplar tarafından kullanılmıştır. Proje kelimesini kullanan ise bir grup söz konusudur. Bu isimlerden bazıları "Kişiye Özel Asistan, Venüs Fikir ve Dekorasyon, Tek Mekan Farklı Konseptler, Doğal Taş ve Mermer Kütüphanesi, Uzaktan

Kumandalı Ev, Cafe Time, Yeni Tatlar, Android ve IOS Tabanlı Bayi Stok ve Lojistik Programı, İnsansız Hava Ambulansı, Kadının Dünyası, Kulaktan Kalbe: Orange İşitme Cihazları, Ponçik Kuaför Salonu, Madame Pratik, Huzur Köy, Ben de Sizden Biriyim: Sesli Hareket Cihazı, Alüminyum Şişe” vb. şeklindedir. Araştırmaya dahil edilen grupların kuracakları işler genellikle üretim faaliyeti şeklindedir. Hizmet işletmesi olarak kurulan işletmeler de öğrenciler tarafından tercih edilmiştir. Ürün ve hizmetin iç içe olduğu faaliyetler de söz konusudur. Kuracağı işletmede perakende satış yapan öğrenci grubu ise çok az sayıdadır. Gruplar arasında bir fikri benimsetmeye yönelik vakıf veya dernek kuran öğrencilerin bulgusuna rastlanmamıştır. Bir ürün veya hizmet almaya yönelik, yaşlılar veya engellilere yönelik duyarlılığı da sağlayan fikirler ürün veya hizmet beraberinde amaç olarak sunulmuştur. Örneğin, engellilere yönelik geliştirilen işitme cihazı, yaşlılara yönelik sunulan huzurlu bir tatil köyü hizmeti bunlardan bazılarıdır.

Tablo 5. Girişimcilik Türleri ve Yer Aldıkları Sektörler

<i>Türler</i>	<i>Frekans</i>	<i>Sektörler</i>	<i>Frekans</i>
Özel Sektör	24	Bilişim-Teknoloji	12
Sosyal Girişimcilik	5	Cafe-Restaurant	5
Kamu Girişimciliği	1	Alışveriş Merkezi	2
		Sağlık-Medikal	2
		Diğer	9
Toplam	30	Toplam	30

Öğrenci gruplarının girişimcilik türü incelendiğinde çoğunluğunda özel sektör girişimciliği ortaya çıkmıştır. Toplumsal bir faydayı dikkate alan, toplumsal yarar gözetken gruplar da olmuştur. Bir grup ise bir kamu üniversitesi çatısı altında girişimcilik faaliyeti planlamıştır. Her ne kadar özel sektör

girişimciliği de olsa öğrenciler daha çok kişisel veya toplumsal fayda unsurunu ön plana çıkarmış, kar amacını arka planda tutmuştur. Bunun için bu gruplar, Tablo 8’de sosyal girişimcilik türü olarak yer almıştır. Bir öğrenci grubu ise hedef kitlesini öğrenciler olarak belirlemiş, üniversite çatısı altında sanat galerisi kurmayı planlamıştır. Bu örnekte, öğrencilerin sanata olan ilgisini artırmak adına kendi özgün projelerini sergileyebilecekleri bir alan yaratmışlardır. Farklı sanat dalları hakkında öğrencileri bilgilendirmek amacıyla bu iş fikrini ortaya atmışlardır. Öğrencilerden oluşan gruplar daha çok ürün veya hizmetlerini “bilişim ve teknoloji” alanında üretmeyi planlamıştır. Cafe ve Restaurant işletmeciliği ikinci tercih edilen sektörlerden biridir. Alışveriş merkezleri ve sağlık alanında da öğrencilerin iş planları mevcuttur. En az birer grup otomotiv, gıda sektörü, beyaz eşya ve ev gereçleri, organizasyon, inşaat-tasarım, turizm alanında iş kurmayı planlamıştır. Bu bulgular değerlendirildiğinde, bilgi ve iletişim teknolojileri ile hayatı kolaylaştıracak ürün veya hizmetler projelerde en fazla ele alınan iş fikri olmuştur. Öğrencilerin bu iş fikirlerini oluşturmasında özellikle interneti yaygın olarak kullanması, mobil iletişim cihazları ile sosyal medyadan ve sosyal ağda paylaşılan haberlerden sürekli haberdar olması söz konusu olabilir. Çünkü gruplarda sınıf içi çalışmada, gruplarda etkin olan öğrencilerin teknoloji alanında araştırma yaptığı, teknik konularda genel bilgi sahibi olduğu gözlemlenmiştir. Öğrenciler girişimci iş fikri projelerini sunarlarken teknik detayları da anlatmayı ihmal etmemişlerdir. Daha önce benzer örneklerinin olduğunu, yurt dışında bu tarz uygulamaların olduğundan bahsetmişlerdir. Bu konuda rastlanan en ilginç örnek “İnsansız Hava Ambulansı” olmuştur. Yurt dışı örneğini araştıran öğrenci grubu bu cihazın nasıl çalıştığını detayları ile anlatmıştır.

Tablo 6. Girişimcilik Hedef Kitleleri ve Sermayeleri

<i>Hedef Kitle</i>	<i>Frekans</i>	<i>Ortalama Sermaye</i>	<i>Frekans</i>
İnsanlar/Herkes	13	500 000 ve üzeri TL	12
Kadınlar	4	50 000- 100 000 TL	5
Engelliler	4	50 000 den az TL	2
Yaşlılar	3	301 000-350 000 TL	2
Gençler	2	Diğer	4
Kurumlar/Özel Sektör	2		
Diğer(Çocuklar, Öğrenciler)	2		
Toplam	30	Toplam	25

Öğrenciler grup çalışmasında belirledikleri iş fikirlerini hayata geçirirken hedef kitlelerini en çok “Her kesimden müşteri-herkes” şeklinde tanımlamışlardır. Bunun dışında girişimcilik iş fikrinde hedef kitle olarak kadınları ve engellileri belirleyen gruplar da ikinci sırada yer almıştır. Yaşlılara yönelik iş fikri geliştiren öğrenci grupları da olmuştur. Hedef kitlesini doğrudan olarak gençler olarak tanımlayan da iki grup söz konusudur. Bunlar dışında bir grup hedef kitle olarak kendisine çocukları, bir grup da öğrencileri seçmiştir. Erkeklerle yönelik girişimcilik iş fikri geliştiren herhangi bir öğrenci grubu bulgusuna rastlanmamıştır. Duyarlılığı ön plana çıkaran engelli ve yaşlı iş fikirleri ile kadınlara yönelik iş fikirleri özellikle tercih edilmiştir. Kadınların Türk toplumunda karşılaştıkları zorluklardan yola çıkılarak hazırlanan “*Kadının Dünyası Alışveriş Merkezi*” sadece bayan öğrencilerden oluşan bir grup tarafından anlatılmıştır. Özellikle çocukları hedef kitleleri seçen Ponçik Kuaför iş fikri ise uygulanabilir mantıklı bir iş fikri olarak ortaya atılmış, Türkiye’ de

benzeri bir örneği verilerek anlatılmıştır. Öğrenci grupları, kurmayı planladıkları işler için ayrı kalemlerden oluşan bir ortalama sermaye belirlemiştir. Gruplar daha çok 500000 TL ve üzerinde bir sermaye belirlemiştir, işin maliyetini ve kapasitesini yüksek tutmuşlardır. Daha önceki bölümlerde yer alan haliyle üretim yapan grupların ağırlıkta olması ve sektör olarak bilişim sektörünün en yüksek oranda çıkması sebebiyle öğrenciler kuracakları işlerde sermayeyi yüksek tutmuşlardır. Bunun dışında sermayesi 50000-100000 TL arasında olan girişimcilik faaliyetleri de vardır. Sermayesi 50000'den az olan işleri de öğrenciler planlamışlardır. Bu alanda öğrencilerin herhangi bir fizibilite etüdü olmadan gerçekçi bir bakış açısıyla yaklaştıkları söylenemez. Özellikle finansman alanında bilgilerinin güçlü olması, piyasa şartlarını ve pek çok maliyet unsurunu yakından takip ediyor olmaları söz konusu olabilir. Ancak böyle bir durumda gerçekçi bakış açısı oluşturulabilir.

Tablo 7. Girişimcilik Amaçları ve Tanımladıkları Farkları

<i>İş kurma amaçları</i>	<i>Frekans</i>	<i>Farklar</i>	<i>Frekans</i>
Farklılık - Yenilik	20	Farklı-Eşsiz Olması	24
Hedef Kitlenin Fayda Elde Etmesi	16	Ürünün/Hizmetin Niteliği	21
Kar Elde Etme	13	Ürünün/Hizmetin Faydası	21
Memnuniyet	9	Talep Edilme Potansiyeli	8
Eğlence	9	Hızlılık	5
Tanınma/ Marka Olma	7	Fiyat	5
Toplumsal Fayda	6	Sonuç Odaklılık	3
Güvenilirlik	5	Sağlıklı Olma	2
Ekonomik Katkı	4	Sağlıkla İlgili Olması	4

Öğrenciler grup çalışmaları ile ortaya koydukları girişimcilik iş fikrinin amaçlarını sıralarken en çok “Farklılık-Yenilik” unsurunu dile getirmişlerdir. Amaçlarının farklı bir ürün, farklı bir hizmet ortaya koymak olduğunu belirtmişlerdir. Bir diğer amaç hedef kitlede yer alan her bir bireyin kişisel fayda sağlaması yönünde olmuştur. En çok tekrar edilen diğer amaç ise “Kar Elde Etmek” şeklinde çıkmıştır. Bunlar dışında “Müşteri memnuniyeti ,hedef kitlenin eğlenmesini sağlamak, tanınmak/marka olmak, toplumsal fayda sağlamak” amaçları da tekrar edilen amaçlar arasındadır.Güvenilir bir işletme olmak, ülke ekonomisine katkı sağlamak belirli ölçülerde tekrar edilmiştir. “Farklılık, yenilik” bulgusu verilen girişimcilik eğitimi ile paralel çıkmıştır. En çok tekrar edilen unsur, ürün veya hizmetlerin mevcut ürün veya hizmetlerden farklı olduğu yönündedir. Kullanımı, kullanıma olan talep de sıkça dile getirilmiştir. Faydalı bir ürün veya hizmet vurgusu da ifade edilmiştir. Örneğin daha çok pazar boşluğunu dikkate alan bir grup, cam şişe alanında içecek olarak rakının alüminyum şişelere konabileceği düşüncesinden yola çıkarak, işi geliştirirken “alüminyum şişe” üretimine yönelmiştir. Bir grup ise “sese duyarlı televizyon ve uydu alıcılarına uyumlu kumanda” ile ürünün yaşlılara faydasından bahsetmiştir. Engellilere yönelik ise bir grup “*Yürürken engeli algılayarak görme engelliye kulaklık yardımıyla komut veren ayakkabı*” yı geliştirmiştir. Araç içi alkolmetre de geliştirilen farklı ürünler arasındadır. Ev hanımların hızdan kazanmaları ve ucuz fiyata elde edebileceği pratik mutfak aletlerinin satışı da öğrenciler tarafından geliştirilen iş fikri projelerindedir. Talep edilebilir alanlardan olan gıdada ise öğrenciler kurmayı planladıkları cafe-restaurantta farklı lezzetleri insanlarla buluşturmayı hedeflemişlerdir. Pratik ama bir o kadar da fast food gibi tercih edilebilecek “*Taco, Pakora, Draniki, Çevapçıci, Paella, Fish& Cips*” gibi Meksika’dan İspanya’ya pek çok lezzeti araştırmış bunlarla ilgili iş fikrini ortaya atmışlardır. “*Cafe Time*” isimli cafe-restaurantın faaliyetini belirli saatlerde belirli ürünlerin sunulması şeklinde planlamışlardır. Bu şekilde normal kafelerden farklılaştıklarını dile getirmişlerdir.

3.Sonuçlar

Meslek yüksekokulunda öğrenciler üzerinde yapılan araştırmada öğrencilerin girişimcilik iş fikirleri içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada amaç, girişimcilik eğitimini alan işletme yönetimi bölümü öğrencilerinin girişimcilik faaliyetleri algısında “yenilikçilik ve farklılık” anlayışını ortaya koymaktır. Buna göre bir dönem boyunca verilen girişimcilik eğitimi öğrencilere klasik işletmecilik bilgilerinin ötesinde “yenilikçilik, farklılık, yaratıcılık” ekseninde anlatılmıştır. Dönem sonunda 120 öğrenciden en az 4’erli en fazla 6’ şarlı gruplar oluşturulmuş, bu gruplara “girişimcilik iş fikri projesi” geliştirme görevi verilmiştir. 69’u bayan 55’i erkek öğrenciden oluşan gruplarda yer alan öğrencilerin ortalama yaşları 18-20 arasındadır. Öğrencilerin çoğunluğu Antalya’ da yaşarken, işletmeyi kurmayı tercih ettikleri şehir İstanbul olmuştur. Sadece üretim yapmayı tercih eden gruplar ağırlıkta iken bu gruplar özel sektör girişimciliğini ön planda tutmuştur. Çok az sayıda da olsa sosyal girişimciliği de işin içine dahil eden gruplar olmuştur. İşin kurulma amaçları ise girişimcilik eğitimi ile doğru orantılı olarak “yenilik-farklılık” şeklinde çıkmış, fayda ve karlılık ikinci planda dikkate alınmıştır. Ürünlerinin veya hizmetlerinin farklılığını da gerekçeleriyle anlatan gruplar girişimcilik iş fikri farkını “farklılık, eşsiz ürün veya hizmet olması” şeklinde tanımlamışlardır. Buna göre dönem içerisinde girişimcilik derslerinde sıkça tekrar edilen “yenilik yapma ve farklılık, yeni/farklı bir ürün veya hizmet” vurgusunun öğrencilerde bir farkındalık oluşturduğu söylenebilir. Bulguların tamamı değerlendirildiğinde, Türkiye’ deki üniversitelerde verilen girişimcilik derslerinin içeriğinin dört boyutundan “yenilik/farklılık” boyutu ve “girişimcilik nitelikleri kazandırıcı bilgi ve beceri öğretme” boyutu üniversitedeki dersi veren akademisyenler tarafından artırılabilir. Bu hususta akademisyenlerin, özellikle teknolojik alanda veya işletmecilik alanında yeni örnek ve uygulamaları öğrencilere aktarması önerilebilir. Öğrencilerin girişimcilik niteliklerini kazanabilmesi açısından da derslerde uygulamalı çalışmalar desteklenebilir. Klasik işletmecilik bilgilerinin verilmesi yerine uygulamalı çalışmaların desteklenmesi sağlanabilir. Özellikle grup etkinlikleri öğrencinin

kendine olan özgüvenini artıracığı için bu tarz etkinlikleri artırılması önerilebilir. Öğrenciyi de araştırmaya teşvik eden yaratıcı düşüncelerin paylaşıldığı beyin fırtınası teknikleri kullanılabilir. Ayrıca her öğrencinin kendi işini kurabileceği kapasitesi göz önünde bulundurularak, devletin girişimcilere tanıdığı desteklerden güncel haliyle öğrencilere bahsetmek faydalı olabilir. Düzenli olarak organize edilen girişimcilik etkinlikleri seminerler ve eğitimler şeklinde öğrencilere ulaştırılabilir. Ayrıca girişimcilik eğitimleri yoluyla gençleri girişimcilik faaliyetlerine teşvik konusunda farklı araştırmaların da yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Afuah, A. (2003). Innovation Management: Strategies Implementation and Profits. Oxford University Press.
- Akyüz, K. C., Gedik, T., Aydın, A., Yildirim, I., Akyüz, İ. (2009). Orman Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Tercihleri ve Girişimcilik Yetenekleri, International Journal of Economic and Administrative Studies, 2(1), 139-158.
- Demirel , Ö. Kaya Z. (2006). Eğitim Bilimine Giriş. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Drucker, P. (2001). Innovation and Entrepreneurship. Heinemann: Oxford Butterworth.
- Erden, M, Akman Y. (1997). Eğitim Psikolojisi. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Erdoğan Z., (2012). Girişimcilik ve Kobiler, Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Ekin Kitabevi.
- Eroğlu F., Koç, M, Eroğlu Ş.G. Eğitim Yoluyla Girişimcilik Olgusunun Yükseltilmesi ve Bir Araştırma. 4. Uluslar arası Girişimcilik Kongresi. 2-4 Mayıs 2012, Manisa. 295-403
- İrmiş, A.; Durak, İ.; Özdemir L., (2010). Girişimcilik Kültürü: Anadolu Girişimciliğinden Örnekler. Bursa: Ekin Basın Yayın.

- İşcan Ö.F., Kaygın E., (2011). Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Dergisi*, 3 (2).
- Naktiyok A., (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Oslo, Manuel. (2005). *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. (Çev: TUBİTAK Oslo Kılavuzu Yenilik Verilerinin Toplanması İçin İlkeler, Ankara, 2006)
- Tağraf, H. ve Halis M.(2008). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin “Girişimsel Öz Yetkinlik” Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 91–11.
- Yıldırım A., Şimşek H., (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız S.; Taşkıran E., Çiçek M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesinde Bir Araştırma. 10. İşletmecilik Kongresi, 48-54, İzmir.
- Yüksel H., Cevher E., Yüksel M., (2015). Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5, (1), 143-156.
- Bic Angel Investment. (Temmuz 2013). Türkiye Girişimcilik Araştırması, Erişim Tarihi: 06.08.2015 <http://www.webrazzi.com/2013/07/17/bic-angel-investment-girisimcilik-arastirmasi-infografik/>

Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği

Öğr. Gör. Ali YILDIZ
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Dalaman MYO,
Dış Ticaret Programı
aliyildiz@mu.edu.tr

Öğr. Gör. Fatih Mehmet DEMİR
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Sağlık Hizmetleri MYO,
Optisyenlik Programı
fdemir@mu.edu.tr

Öz

Günümüzde toplumun büyük bir kesimi tarafından yoğun bir kullanım oranına kavuşan internet ve sosyal medya, iletişim alışkanlıklarımıza ve hatta yaşam biçimlerimize yön verir hale gelmiştir. Bu noktadan hareketle, internet ve sosyal medyanın hangi amaçlarla kullanıldığını araştırmayı hedefleyen bu çalışmada hedef kitle olarak üniversite öğrencileri belirlenmiştir. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, internet ve sosyal medya ile ilgili literatür taraması ve konuyla ilgili bilgiler; ikinci bölümde, çalışmanın amacı, önemi, konusu ve kısıtları gibi bilgiler ile birlikte verilerin analizi ve sonuçları yer almaktadır. Çalışmada, internet ve sosyal medyayı kullanım amaçlarını ölçmek için nominal ölçek tipi kullanılmıştır. 2012 yılında yüz yüze anket yöntemiyle kolayda örneklem seçim kriteri ile 408 öğrenci üzerinde araştırma yapılmıştır. Analizler SPSS 14.0 istatistik paket programı aracılığıyla yapılmış olup, çalışmada Frekans Analizi, Varyans Analizi, Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis Testi, Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis H Testi ve Ki-Kare Testi veri analizinde kullanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde internet ve sosyal medyada geçirilen süre ile internet ve sosyal medyayı kullanım amaçları arasında, internete bağlanma sıklığı ile interneti kullanım amacı arasında ve cinsiyete göre interneti kullanma amaçları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna karşılık, cinsiyete göre sosyal medyayı kullanma amaçları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılamamıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternetin Kullanım Amacı, Sosyal Medya Kullanım Amacı, İnternet ve Sosyal Medya.

A Research on the Determination of Internet and Social Media Usage Objectives of the University Students: Muğla Sıtkı Koçman University Sample

Abstract

Internet and social media that reached to an intense usage by the majority of society have come to a position that directs our communication habits and lifestyles. By starting from this point, we determined the university students as target people to discover the

usage aims of the internet and social media. This study is composed of two parts. In the first part, literature about the internet and social media concepts and related issues are addressed. In the second part, analysis of data and results have taken place in addition to aim, importance, and limitations of the study. The nominal scale type is used to measure the aim of usage internet and social media in this study. The research was practiced in 2012. Face to face survey method is selected with the criteria of random sampling. The research was applied to 408 participating students. Data analysis is done by using of SPSS 14.0 statistical packet program and Frequency analysis, Variance analysis, Independent Sample Cruskal Wallis Test, Independent Sample Cruskal Wallis H Test and Chi-Square Tests are used in the analysis of data. As a result of performing analysis, some meaningful differences are being observed between the time spent both on the internet and social media and the aims of using them. Also, statistically meaningful differences between the frequency of internet connection and the internet usage aims and between the gender variables and the internet usage aims are being determined. In return to this, it has been observed that there is no meaningful difference between the social media usage aims and gender variables.

Key Words: The Internet Usage Aims, Social Media Usage Aims, Internet and Social Media.

Giriş

Ülkemizde ilk internet bağlantısının 1993 yılında gerçekleştirilmesinden (Sugözü ve Demir, 2011:23) günümüze kadar geçen süreçte internet, alışkanlıklarımızı etkileyen, değişikliklere neden olan bir fenomen haline almıştır. İnternet ile birlikte gelişen bilgi teknolojileri, sosyal hayatı etkilediği gibi kişi ve kurumların iletişim biçimlerini de önemli derecede etkilemiştir. Yaşanan değişimde öne çıkan kavramlardan birisi de “sosyal medya” kavramıdır. 2000’li yıllardan bu yana iletişim sistemleri alanında önemi gittikçe artan sosyal medyayı kullanan kullanıcılar, internet ortamında arkadaşlarıyla görüşebilmekte, sohbet edebilmekte, bilgi, belge, fotoğraf, etkinlik ve video paylaşabilmekte, bu suretle de sosyal çevresini sanal ortama taşımaktadırlar. Ayrıca kullanıcılar internet üzerinden ürünler satın almakta, alışverişten duydukları memnuniyetleri, şikâyetleri, bilgileri kısaca deneyimleri paylaşmaktadırlar

2012 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre, Türkiye genelinde 16-74 yaş grubundaki bireylerde bilgisayar ve internet kullanım oranları sırasıyla % 48,7 ve % 47,4’tür. Bu kullanıcılar arasında bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu ise 16-24 yaş aralığıdır (DPT, 2012). Bu çalışma ile bilgisayar ve internet kullanım oranı en yüksek yaş aralığında bulunan üniversite öğrencileri hedef kitle olarak belirlenerek, internet ve sosyal medya kullanım amaçları tespit edilmeye çalışılmıştır.

1. İnternet ve Sosyal Medya Kavramı

İnternet kelimesi ana bilgisayarlar ve bu bilgisayarlarla bağlı yerel ağ içerisinde yer alan bilgisayarların birbirleri ile iletişime geçmesini ifade eden “internetworking” ifadesinden türetilmiştir (Sugözü ve Demir, 2011:21-22). Başlangıcı 1960’lı yıllarda ABD Savunma Bakanlığı’nın bilgisayar ağları üzerine araştırma yapan ARPA (Advanced Research Projects Agency) isimli bir projeyi desteklemeye başlamasına dayanan, dünya çapında herkese açık bir haberleşme ağı olan internet, milyarlarca bilgisayarı birbirine bağlayarak insanlar, iş dünyası, devlet kuruluşları ve eğitim kuruluşları arasında iletişim yapma olanağı sağlayan, uluslararası bir bilgisayar ağıdır (Seferoğlu, 2006: 138). Bilgisayar ya da benzeri bir araç yardımıyla girilebilen internet teknik olarak, dünya çapındaki kullanıcılara standart internet protokol takımları (TCP/IP) aracılığıyla hizmet eden, birbirine bağlı küresel bilgisayar ağları sistemi olarak tanımlanabilirken, daha anlaşılır olarak insanların ve toplumların her geçen gün artan üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve ona kolay ulaşma istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir (Kara, 2013:28) şeklinde tanımlanabilir.

Hazar (2011)’ın üniversite öğrencileri üzerine yaptığı araştırmada gençlerin % 66,5 oranla interneti kitle iletişim aracı olarak kullandıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte aynı çalışmada günlük bazda katılımcıların % 51,2’sinin 2-4 saat, % 24,6’sının en fazla bir saat, % 19,8’inin 5 saat ve üstü süreyle internette vakit geçirdikleri bulunmuştur. Dinçer vd. (2014)’nin çalışmasında katılımcıların interneti % 50 oranla ders ve akademik çalışma amacıyla, % 23 oranla iletişim, % 10 oranla oyun oynama, % 6,7 oranla gezinme ve % 10 oranla film, müzik dinleme amaçlarıyla kullandığı analiz edilmiştir. Hills ve Argyle (2003) ise katılımcıların interneti haftada 7,9 saat ortalamayla kullandıkları bulgusuna erişmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların interneti iş amaçlı, sosyal amaçlı, günlük ihtiyaç amaçlı ve boş zamanı geçirme amaçlı kullandıklarını analiz etmiştir.

Gerek dünyada gerekse Türkiye’de dijital çağın öğrencilerinin internetteki etkinlikleri incelendiğinde temelde akademik / öğrenme amaçlı, eğlence amaçlı (oyun oynama, film indirme/izleme, vb.) ve iletişim amaçlı (sosyal ağlar, sohbet, vb.) etkinlikler şeklinde üçe ayrıldığı gözlenmektedir (Yılmaz, 2012:229). İnternetin iletişim amaçlı kullanımı ile var olduğu söylenebilen sosyal medya kavramı, kullanıcıların açık birer profil oluşturup, iletişim içine girmek istedikleri kişiler listesi oluşturdukları, sergiledikleri, paylaştıkları ve ortamdaki diğer kullanıcıların profillerini ve ilişkilerini gözlemleyebildikleri sanal ortamlardır şeklinde tanımlanabilir (Boyd ve Ellison, 2007:211) .

Safko (2010)'ya göre sosyal medya; online gruplar arasında sözcüklerin, resimlerin, videoların ve sesin yaratılması ve paylaşılmasını sağlayan –web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanabilen- etkileşimli medya aracılığıyla bilgi ve düşünceleri paylaşmak için gerçekleştirilen uygulamalar, faaliyetler ve davranışlardır (akt. Zincir ve Yazıcı, 2013:70). Sosyal medya doğrudan diğerleriyle etkileşime imkan tanımaktadır. Sosyal medya siteleri, başkalarının paylaşımlarına herhangi özel bir izin istemeksizin bakabilme izni vermektedir. Bu siteler diğerleriyle etkileşime geçmeyi ve sayfada profil oluşturmak suretiyle diğerlerinden geribildirim almayı kolaylaştırmaktadır (Pempek vd., 2009:229).

Pempek vd. (2009), üniversite öğrencilerinin % 85'inin arkadaşlarıyla iletişime geçmek için sosyal medyayı kullandığı bulgusuna ulaşmıştır. Bununla birlikte Lenhart ve Madden (2007), gençlerin % 49'unun yeni arkadaşlar edinmek amacıyla sosyal medyayı kullandığı tespitine varmıştır. Aynı çalışmada gençlerin çoğunun Facebook, Myspace gibi sosyal medya kanallarıyla kendilerini tanıtmak amacıyla sosyal medyayı kullandığı belirtilmiştir.

Yazında sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında; Erol ve Hassan (2014)'in kullanıcıların oyun oynamak, yorum yapmak, seyahat planı yapmak, ürün takibi yapmak, fotoğraf, video ve deneyimleri paylaşmak, iletişimde bulunmak gibi amaçları, çalışmalarında parametre olarak kullandığı görülmektedir. Hazar (2011)'in araştırmasında ise bilgi edinmek, haberleşmek, eğlenmek, fotoğraf, video ve müzik paylaşmak, oyun oynamak, para kazanmak gibi parametrelerin kullanıldığı görülmektedir. Aynı çalışmada katılımcıların sosyal medyayı daha çok, % 47.2 oranıyla önemli bir kısmı bilgi edinmek, % 23 haberleşmek, % 10.1 eğlenmek, % 10.1 fotoğraf, video ve müzik paylaşmak, % 2.8 oyun oynamak, % 2.4 para kazanmak, % 0.8 bloglara katılmak gibi amaçlarla kullandıkları analiz edilmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN METEDOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Adı

Araştırmanın adı, konu ve amaç ile uyumlu olacak şekilde “Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği” olarak belirlenmiştir.

2.2. Araştırma Konusu ve Amacı

Sosyal bir varlık olan insan, hayatını idame ettirebilmek için diğer insanlarla etkileşim içerisinde olmak zorundadır. Geçmişte insanlar bu etkileşim için zaman ayırır, paylaşmak ve satın almak için belirli zamanda, belirli yerde olmaları gerekirdi. Son yıllarda ise bu durum başkalaşım geçirmiş ve iş görme geleneklerimiz değişime uğramıştır. Gelişen bilgi teknolojileriyle internet de yaşantımızın vazgeçilmez öğelerinden birisi haline gelmiş ve sosyalleşme internet üzerinden farklı bir boyuta taşınmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ürünü olarak ortaya çıkan internet ve sosyal medya, günümüz koşullarında hayatın her alanında belirleyici rol oynamaktadır. İnternet ve sosyal medya, insanların iletişimde buldukları, her türlü bilgiyi paylaştıkları, propaganda yaptıkları, arkadaşlık ilişkileri kurdukları, ticaret yaptıkları, tüketicilerin satın aldıkları ürünler ile ilgili yaşadıkları deneyimleri paylaşıp oldukları mekândan arı, sanal olarak betimlenen bir dünya haline gelmiştir. Bu değişimde önemli bir yeri olan ve değişime hız kazandıran internet ve sosyal medya araçlarının kullanımı ise 2004 yılından beri düzenli olarak artan bir şekilde yaygınlaşmaktadır (Konda, 2011:34). Yaygınlaşmada, genç nüfusun etkili olması bizi, bu çalışmayı üniversite öğrencileri düzeyinde yapmaya sevk etmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandıklarını ortaya koymaktır.

2.3. Araştırmanın Önemi

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)'nin ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin yayınlamış olduğu istatistiklere bakıldığında Türkiye'de yaşayan bireylerin bilgisayar ve internet kullanım oranları oldukça yükselmiş durumdadır. Bu oranlar geçen her yıl için de yükselme eğilimi göstermektedir (DPT, 2012). Ayrıca 16-24 yaş aralığındaki bireylerin, bilgisayar ve internet kullanımı en yüksek oranda olan grubu temsil ettiği görülmektedir (DPT, 2012). Bunun yanında internet kullanıcılarının interneti iletişim amaçlı kullanmasıyla ortaya çıkan sosyal medyanın, interneti en çok kullanan 16-24 yaş grubundaki bireyler açısından irdelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü sosyal medyanın, özellikle interneti en çok kullanan bireyler açısından irdelenmesinin bu bireylerin sosyal, kültürel, ekonomik gelişimleri üzerinde etkili olabilecek bir faktör olarak görülmektedir.

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, kurumların iş görme usullerinde de değişikliğe neden olmuştur. Pazarlama, alım-satım, tanıtım, ödeme, satış sonrası işlemler gibi ticari anlamdaki bütün faaliyetler olarak tanımlanan elektronik ticaretin (Sugözü ve Demir, 2011:87) iş hacmi Türkiye'de, 2011 yılında 24.7 milyar TL iken, 2014 yılında toplamda % 65,18 artış göstererek 40.8 milyar

TL'ye ulaşmıştır (BKM). Bu gelişmeler ışığında kurumların kendilerini gelecekteki ticaret ortamına hazırlamalarının yolu hedef kitlesinin özelliklerini iyi analiz etmesinden geçmektedir. Hedef kitlenin alışkanlıklarını, eğilimlerini, sosyal hayat tarzlarını ve iş görme biçimlerini doğru analiz eden, internet ve sosyal medya araçlarının önemini kavrayan ve bu doğrultuda pazarlama stratejilerini değişen trende göre uyarlayabilen kurumlar geleceğin ticari yaşamında varlıklarını devam ettirmede büyük avantaj elde edecektir. Çalışmada ortaya konulacak sonuçlar, hem dönemin internet ve sosyal medya kullanımıyla ilgili fotoğrafını çekecek, hem de ilerleyen zamanlarda yapılacak araştırmalara kıyas teşkil edecektir.

2.4. Araştırmanın Kısıtları ve Örneklem

Araştırma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fakülte ve Meslek Yüksekokulları öğrencilerinin anketin yapıldığı tarihteki internet ve sosyal medya kullanım amaçlarını tespit etmek amacıyla Muğla il sınırları içinde yapılmıştır. Üniversitenin diğer birimleri araştırmada kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırma Nisan-Mayıs 2012 tarihleri arasında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Kampüsü'nde ve ilçelerdeki yerleşkelerde 475 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Örneklem yöntemi olarak, araştırma için ayrılan kaynakların sınırlı olmasından dolayı tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Anketlerin bir kısmının eksik doldurulması veya değerlendirmeye alınamayacak durumda olması nedeniyle 67 anket kapsam dışı bırakılmış ve 408 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

2.5. Araştırmanın Yöntemi

Kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen katılımcılardan, araştırma için gerekli verilerin toplanmasında birinci dereceden veri toplama yöntemlerinden yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci grup sorular cevaplayıcıların demografik özelliklerine ilişkindir. İkinci grup sorular ise öğrencilerin internet ve sosyal medyada geçirilen süre, bağlanma sıklığı ve kullanım amaçlarına ilişkindir. İnternette ve sosyal medyada geçirilen süreyi ölçmede günlük saat bazında ordinal ölçek tipinde sorular yöneltilmiştir (Örneğin; günlük 5 saatten fazla, 3-5 saat arası, 1-3 saat arası, 1 saatten az). İnternet ve sosyal medya kullanım amaçlarını ölçmek için kullanılan ifadeler ise nominal ölçek tipinde katılımcılara yöneltilmiştir.

İstatistik analizler SPSS 14.0 istatistik paket programı aracılığıyla yapılmış olup, çalışmada Frekans Analizi, Varyans Analizi, Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis Testi, Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis H Testi ve Ki-Kare Testi veri analizinde kullanılmıştır.

2.6. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmada aşağıda belirtilen hipotezlerin anlamlı olup olmadığına yanıt aranmıştır:

H₁: Katılımcıların internete bağlanma sıklıkları ile interneti kullanım amaçları arasında ilişki vardır.

H₂: İnternette geçirilen süre ile interneti kullanım amaçları arasında farklılık vardır.

H₃: Sosyal medyaya bağlanma sıklığı ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ilişki vardır.

H₄: Sosyal medyada geçirilen süre ile sosyal medyayı kullanım amaçları arasında farklılık vardır.

H₅: Cinsiyet ile interneti kullanım amacı arasında ilişki vardır.

H₆: Cinsiyet ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ilişki vardır.

H₇: Katılımcıların fakülte ya da meslek yüksekokulunda öğrenim görmeleri ile internet ve sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki vardır.

2.7. Araştırma Bulguları

2.7.1. Demografik Bulgular

Frekans analizi sonucunda, Tablo 1'de katılımcı üniversite öğrencilerinin % 84,6 oranla 20 yaş ve üzeri, % 15,40 oranla da 19 yaş ve altında oldukları görülmektedir. Ayrıca katılan 408 öğrencinin % 58,30'unu kadınların, % 41,70'ini ise erkeklerin teşkil ettiği elde edilmiştir. Katılımcıların öğrenim durumlarına göre frekans dağılımı % 61,80 ile yükseköğretim öğrencileri ve % 38,20 ile fakülte öğrencileri şeklinde analiz edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde (%)		Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	238	58,30	18 ve altı	14	3,40
Erkek	170	41,70	19	49	12,00
Toplam	408	100	20	121	29,70
Eğitim Düzeyi			21	118	28,90

Meslek Yüksekokulu	252	61,80	22	106	26,00
Fakülte	156	38,20	Toplam	408	100
Toplam	408	100,0			

2.7.2. Bağlantı Araçlarına İlişkin Frekans Bulguları

Tablo 2'de görüleceği üzere, katılımcıların % 99'u interneti aktif şekilde kullandıklarını belirtmiştir. Bu veri bize, anket önermelerimizin bilinçli bir örneklem grubu tarafından değerlendirileceği yönünde olumlu bir gösterge oluşturmaktadır.

Tablo 2. İnternet ve Sosyal Medyaya Bağlanma Araçları ve İnternet Kullanımına İlişkin Frekans Tablosu

	Sayı	Yüzde (%)		Sayı	Yüzde (%)
İnternete Bağlanma Araçları			Sosyal Medyaya Bağlanma Araçları		
Bilgisayar	180	44,30	Bilgisayar	175	43,80
Cep Telefonu	16	3,90	Cep Telefonu	14	3,50
Her İkisi de	208	51,48	Her İkisi de	211	52,80
Toplam	404	100,00	Toplam	400	100,00
İnternet Kullanım Oranı					
Evet	404	99,00			
Hayır	4	1,00			
Toplam	408	100,00			

Yine Tablo 2'den, katılımcıların yarısından fazlasının internete ve sosyal medyaya bağlanmada hem cep telefonundan hem de bilgisayardan yararlandığı görülmektedir. İnternet ve sosyal medyada bağlantıda cep telefonu aracının % 4'ün altında kullanıldığı analiz edilmiştir. Anket çalışmasının yapıldığı tarihler baz alındığında GSM operatörlerinin internet bağlantı hizmetleri ile günümüzde

akıllı cep telefonları olarak kabul edilen ve internet ve sosyal medyaya kolayca bağlantı yapabilen telefonların yaygınlığının yeterli düzeyde olmadığı görülebilir. Güncel çalışmalarla öğrencilerin günümüzde internet ve sosyal medyaya bağlanma araçları tespit edilebilir ise iki çalışma arasında geçen zaman diliminde değişim sayısal verilerle ifade edilebilecektir.

2.7.3. Bağlanma Sıklığına İlişkin Frekans Bulguları

Tablo 3'te katılımcıların internet ve sosyal medyaya ne sıklıkla bağlandıklarına ilişkin frekans dağılımları yer almaktadır. Tablo 3 incelendiğinde internet ve sosyal medyaya bağlanma sıklıkları arasında yakın bir paralellik göze çarpmaktadır. Buna göre katılımcıların % 65,40'si her gün, % 16,70'ı ise iki günde bir internete bağlandığını ifade etmiştir. Katılımcıların % 54'ü her gün sosyal medyaya bağlandıklarını, % 27'si ise iki günde bir sosyal medyaya bağlandıklarını ifade etmişlerdir. Örneklem grubumuzun % 80'inden fazlasının en az iki günde bir internete ve sosyal medyaya bağlandığı analiz edilmiştir.

Tablo 3. İnternet ve Sosyal Medyaya Bağlanma Sıklığı Frekans Tablosu

	Sayı	Yüzde(%)		Sayı	Yüzde(%)
İnternete Bağlanma Sıklığı			Sosyal Medyaya Bağlanma Sıklığı		
Her gün	267	65,40	Her gün	216	54,00
İki günde bir	68	16,70	İki günde bir	108	27,00
Haftada bir	33	8,10	Haftada bir	46	11,50
Haftada birden az	12	2,90	Haftada birden az	30	7,50
Diğer	28	6,90	Diğer	-	-
Toplam	408	100,00	Toplam	400	100,00

2.7.4. Bağlı Kalınan Süreye İlişkin Frekans Bulguları

Katılımcıların internet ve sosyal medyada ne kadar vakit geçirdiklerine ilişkin frekans dağılımı aşağıda Tablo 4'te görülmektedir. Katılımcıların % 51'i 1 ila 3 saat süreyle internette günlük vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların % 72,70'inin günlük en az 3 saat internette vakit geçirdikleri analiz edilmiştir. Sosyal medyada geçirilen süreye ilişkin oranlara bakıldığında

katılımcıların % 49'unun 1 ila 3 saat arasında günlük vakit geçirdikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların % 82,30'unun en az 3 saat sosyal medyada vakit geçirdiği görülmektedir.

Tablo 4. İnternet ve Sosyal Medyada Geçirilen Süreye İlişkin Frekans Tablosu

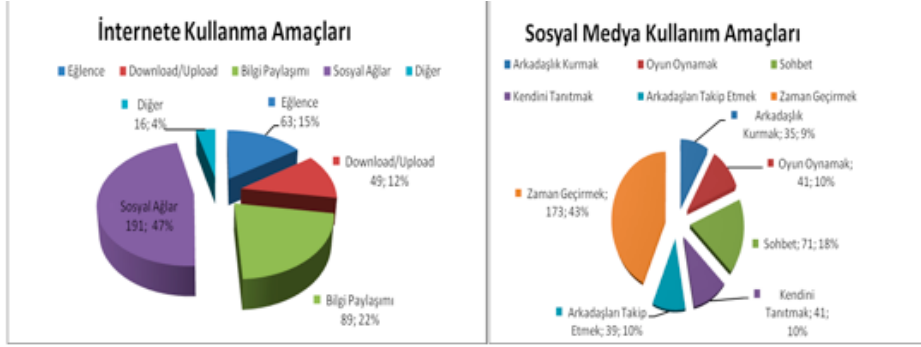
	Sayı	Yüzde(%)		Sayı	Yüzde(%)
İnternette Geçirilen Süre			Sosyal Medyada Geçirilen Süre		
5 saatten fazla	54	13,30	5 saatten fazla	30	7,50
3-5 saat arası	57	14,00	3-5 saat arası	41	10,30
1-3 saat arası	207	51,00	1-3 saat arası	196	49,00
1 saatten az	88	21,70	1 saatten az	133	33,30
Toplam	406	100,00	Toplam	400	100,00

2.7.5. İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Ankete katılanlara interneti öncelikli olarak hangi amaçlarla kullandıkları sorulmuş ve alınan cevaplarda Şekil 1'den de görüleceği üzere, internetin % 47 ile (frekans:191) ilk sırada sosyal medyaya bağlanmak ve ikinci sırada ise % 22'lik oranla bilgi paylaşımı amacıyla kullanıldığı analiz edilmiştir.

Şekil 2'de ise katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarına ilişkin frekans verileri yer almaktadır. Şekilden katılımcıların sosyal medyayı en çok % 43 oranla zaman geçirmek amacıyla, ikinci sırada % 18 oranla sohbet etmek amacıyla kullandıkları görülmektedir. Arkadaşlık kurmak, oyun oynamak, kendini tanıtmak ve arkadaşları takip etmek amaçları ise birbirlerine yakın frekanslarda, yaklaşık % 10 oranlarla gözlemlenmiştir.

Şekil 1. İnterneti Kullanma Amaçları Şekil 2. Sosyal Medyayı Kullanma Amaçları



2.7.6. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

H₁ hipotezi “katılımcıların internete bağlanma sıklıkları ile interneti kullanım amaçları arasında ilişki vardır” şeklinde oluşturulmuştur. Tablo 5’te görüldüğü gibi katılımcıların internete bağlanma sıklıkları ile interneti kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı incelenmiş ve bu amaçla Kruskal Wallis Ki-Kare Testi uygulanmıştır. Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis Testinde $\chi^2 = 21,980$, 4(d.f.), $p=0,000 < 0,05$ olduğundan H₁ hipotezi kabul edilmiş ve test anlamlı çıkmıştır. Tablo 5 incelendiğinde bireylerin interneti kullanım amaçları ile internete bağlanma sıklıkları arasında ilişki bulunmaktadır. Bu kapsamda internetin ilk sırada sosyal medyaya bağlanmak amacıyla, ikinci sırada ise bilgi paylaşımı amacıyla kullanıldığı görülmüştür.

Tablo 5. İnternete Bağlanma Sıklıkları İle İnterneti Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

		İnternete Bağlanma Sıklığı							
		Haftada Birден Az	Haftada Bir	Gün Aşırı	Her gün	Toplam	Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis	Serb. Der	Anlam lılık
İnternet Kullanım Amacı	Eğlence	2	6	11	44	63	23,722	4	0,00
	Download/Upload	6	3	7	33	49			

Bilgi Paylaşımı	15	10	23	41	89
Sosyal Medya	14	10	26	1	191
Diğer	3	2	2	7	14
Toplam	40	31	68	6	406

H₂ hipotezi “internette geçirilen süre ile interneti kullanım amaçları arasında farklılık vardır” şeklinde oluşturulmuştur. Tablo 6’da gösterildiği gibi, internette geçirilen süre ile interneti kullanım amaçları arasında farklılığın olup olmadığını incelemek amacıyla One Way Anova testi uygulanmıştır. Bu kapsamda varyansların eşit olup olmadığı araştırılmış ve homojenlik testinin sonucu Levene's sig. 0,000<0,05 çıkmıştır. Değişkenlere ilişkin varyansların eşit olmaması nedeniyle, varyans analizi testinde Tamhane Test verileri baz alınmıştır. Yapılan varyans analiz 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır (0,000) ve H₂ hipotezi kabul edilmiştir. Tamhane Test verilerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde (p=0,000) interneti eğlence için kullananlar bilgi paylaşanlara göre daha fazla vakit geçirmektedir. Bununla birlikte Download ve Upload için kullananlar ile bilgi paylaşımı için kullananlar arasında Download/Upload edenler lehine bir farklılık bulunmuştur. Yine sosyal ağ için kullananlar bilgi paylaşımı amacıyla kullananlardan daha fazla internette vakit geçirmektedirler.

Tablo 6. İnternette Geçirilen Süre ve İnterneti Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

	Kareler Toplamı	Serb. Der.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık	Levene İstatistik Levene's Sig.
Gruplar Arası	24,598	4	6,149	7,663	0,000	5,872 0,000
Gruplar İçi	321,799	401	0,802			
Toplam	346,397	405				

H₃ hipotezi “sosyal medyaya bağlanma sıklığı ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ilişki vardır” şeklinde oluşturulmuş ve sosyal medyaya bağlanma sıklığı ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Sosyal medyayı kullanım amacı olarak; "arkadaşlık kurmak, oyun oynamak, sohbet etmek, kendimi tanıtmak/ifade etmek, arkadaşlarının yaptıklarını bilmek, zaman geçirmek" gibi ifadeler katılımcılara yöneltilmiştir. Analiz yöntemi olarak non-parametrik testlerden Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Tablo 7 incelendiğinde 0,05 anlamlılık düzeyinde sosyal medyaya bağlanma sıklığı ile kullanım amaçları arasında ($\chi^2 = 8,076$, 5(d.f.), $p=0,152 > 0,05$) anlamlı bir ilişki bulunamamış ve H₃ hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7. Sosyal Medyaya Bağlanma Sıklığı İle Sosyal Medyayı Kullanım Amacı Arasında İlişki

		Sosyal Medyaya Bağlanma Sıklığı					Bağımsız Örneklem Kruskal Wallis	Serb . Der	Anlamlılık
		Haftada Birten Az	Haftada Bir	Gün Aşırı	Her gün	Toplam			
Sosyal Medyayı Kullanım Amacı	Arkadaşlık Kurmak	2	3	7	23	35	8,076	5	0,152
	Oyun Oynamak	2	6	11	22	41			
	Sohbet	4	7	23	37	71			
	Kendini Tanıtmak	4	7	14	16	41			
	Arkadaşları Takip Etmek	8	4	8	19	39			
	Zaman Geçirmek	10	19	45	99	173			
Toplam		30	46	108	216	400			

H₄ hipotezi “sosyal medyada geçirilen süre ile sosyal medyayı kullanım amaçları arasında farklılık vardır” şeklinde oluşturulmuştur. Sosyal medyada geçirilen süre ile sosyal medyayı kullanım amaçları arasında farklılığın olup olmadığı One Way Anova testi ile analiz edilmiş ve sonuçları aşağıda Tablo 8'de verilmiştir. Bu kapsamda varyansların eşit olup olmadığı araştırılmış ve Levene's Test Sig=0,001 çıkmıştır. Homojenlik testinin sonucu $0,000 < 0,05$ olduğu için varyansların eşit olmadığı anlaşılmış olup, varyans analizi testinde Tamhane Test verileri baz alınmıştır. Yapılan varyans analiz 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır ($p=0,011$) ve H₄ hipotezi kabul edilmiştir. Tamhane Test verilerine göre ise sosyal medyada arkadaşlık kurmak

isteyenlerin arkadaşlarını takip etmek amacıyla daha fazla sosyal medyada çevrimiçi kaldıkları, ($p=0,011<0,05$) 0,05 anlamlılık düzeyinde anlaşılmıştır.

Tablo 8. Sosyal Medyada Geçirilen Süre ile Sosyal Medya Kullanım Amacı Arasındaki İlişki

Sosyal Medyada Geçirilen Süre					
	Kareler Toplamı	Serb. Der.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar Arası	10,675	5	2,135	2,996	0,011
Gruplar İçi	280,765	394	0,713		
Toplam	291,440	399			

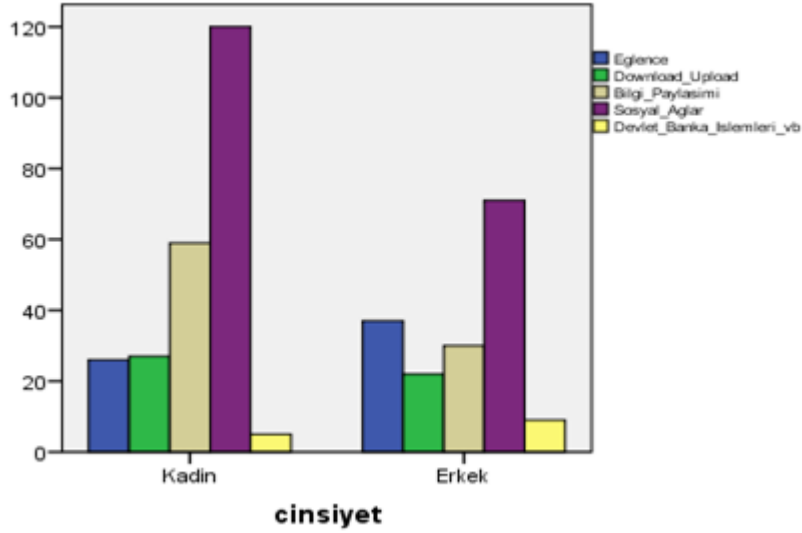
H₅ hipotezi ‘‘cinsiyet ile interneti kullanım amacı arasında ilişki vardır’’ şeklinde oluşturulmuştur. Cinsiyet ile interneti kullanım amacı arasında ilişki olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile araştırılmış olup, Tablo 9’da ($\chi^2 = 14,615$, 4(d.f.), $p=0,006<0,05$) 0,05 anlamlılık düzeyinde kadın ve erkeklerin interneti kullanım amaçlarında anlamlı ilişki olduğu gözlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre H₅ hipotezi kabul edilmiştir. Tablo 9 ve Şekil 3’ten sosyal ağların kullanımı kategorisinde dağılımın kadınlarda % 62,8, erkeklerde ise % 37,2 şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Yine kadınların erkeklere nazaran interneti bilgi paylaşımı için daha fazla kullandıkları, erkeklerin ise kadınlara nazaran eğlence amacıyla interneti daha fazla kullandıkları görülmektedir.

Tablo 9. Cinsiyet ve İnternet Kullanım Amacı İlişkisi

	İnterneti Kullanım Amacı					Toplam	Pearson Ki- Kare	Serb Der.	Anlamlılık
	Eğlence	Download / Upload	Bilgi Paylaşımı	Sosyal Ağlar	Diğer				
Cinsiyet Kadın	Frekans 26	27	59	120	5	237	14,615	4	0,006
	Cinsiyet içi 11,0%	11,4 %	24,9%	50,6%	2,1%	100,0%			
	Amaç içi 41,3%	55,1 %	66,3%	62,8%	35,7 %	58,4%			
	Toplam 6,4%	6,7%	14,5%	29,6%	1,2%	58,4%			
Erkek	Frekans 37	22	30	71	9	169			
	Cinsiyet içi 21,9%	13,0 %	17,8%	42,0%	5,3%	100,0%			
	Amaç içi 58,7%	44,9	33,7%	37,2%	64,3	41,6%			

Toplam	Toplam	9,1%	5,4%	7,4%	17,5%	2,2%	41,6%
	Frekans	63	49	89	191	14	406
	Cinsiyet içi	15,5%	12,1%	21,9%	47,0%	3,4%	100,0%
	Amaç içi	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam	15,5%	12,1%	21,9%	47,0%	3,4%	100,0%

Şekil 3. Cinsiyet İle İnternet Kullanım Amacı İlişkisi



H_6 hipotezi “cinsiyet ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ilişki vardır” şeklinde oluşturulmuştur. Cinsiyet değişkeni ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ilişki olup olmadığı her iki veri türünün de nominal olması nedeniyle Ki Kare Bağımsızlık testi yoluyla analiz edilmiştir. Ki-Kare test sonuçları Tablo 10'dan da görüleceği üzere p değeri $0,133 > 0,05$ (5 d.f.) olduğu için cinsiyete göre sosyal medyayı kullanım arasında herhangi bir ilişki bulunamamış ve H_6 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 10. Cinsiyet ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları İlişkisi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (2-Yönlü)
Pearson Ki-Kare	8,453(a)	5	,133
Likelihood Ratio	8,433	5	,134
Linear-by-Linear Association	5,641	1	,018
N of Valid Cases	400		

H₇ hipotezi “katılımcıların fakülte ya da meslek yüksekokulunda öğrenim görmeleri ile internet ve sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki vardır” şeklinde olup, katılımcıların 4 yıllık fakülte ya da 2 yıllık meslek yüksekokulunda öğrenim görmeleri ile internet ve sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Ki-Kare Bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. Ki-Kare test sonuçları aşağıda Tablo 11 ve Tablo 12’de yer almaktadır. Ki-Kare bağımsızlık testi sonuçlarına bakıldığında Tablo 11’de okul değişkeni ile interneti kullanım amacı arasında ($p=0,633>0,05$) anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı, Tablo 12’de, okul değişkeni ile sosyal medyayı kullanım amacı arasında ($p=0,204>0,05$) anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı analiz edilmiş ve H₇ hipotezi reddedilmiştir. Bu nedenle de çalışmamızda analize ilişkin çapraz tablolara yer verilmemiştir.

Tablo 11. Okul-İnternet Kullanım Amacı İlişkisi

	Değer	Ser b. De r	Anlamlılık (2-yönlü)
Pearson Ki-Kare	2,566 (a)	4	,633
Likelihood Ratio	2,534	4	,639
Linear-by-Linear Association	,022	1	,881
N of Valid Cases	406		

Tablo 12. Okul-Sosyal Medya Kullanım Amacı İlişkisi

	Değer	Serb. Der	Anlamlılık (2-yönlü)
Pearson Ki-Kare	7,233(a)	5	,204
Likelihood Ratio	7,276	5	,201
Linear-by-Linear Association	3,377	1	,066
N of Valid Cases	400		

Sonuç

Gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin ürünü olarak ortaya çıkan internet ve sosyal medya, günümüz koşullarında hayatın her alanında belirleyici rol oynamaktadır. İnternet ve sosyal medya, insanların iletişimde buldukları, her türlü bilgiyi paylaştıkları, propaganda yaptıkları, arkadaşlık ilişkileri kurdukları, ticaret yaptıkları, tüketicilerin satın aldıkları ürünler ile ilgili yaşadıkları deneyimleri paylaşır oldukları mekândan arı, sanal olarak betimlenen bir dünya haline gelmiştir. Bu değişimde önemli bir yeri olan ve değişime hız kazandıran internet ve sosyal medya araçlarının kullanımı ise 2004 yılından beri düzenli olarak artan bir şekilde yaygınlaşmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandıklarını ortaya koymaktır.

Yüzyüze anket yöntemiyle geçerli 408 katılımcı ile yapılan araştırmanın sonucunda internet ve sosyal medyada geçirilen süre ile internet ve sosyal medyayı kullanım amaçları arasında, internete bağlanma sıklığı ile interneti kullanım amacı arasında ve cinsiyete göre interneti kullanma amaçları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

İnternetin kullanım amacına bakıldığında katılımcıların daha ziyade sosyal medyaya bağlanmak, bilgi paylaşımında bulunmak, eğlence ve veri indirme amaçlı kullandığı analiz edilirken, sosyal medyanın ise zaman geçirmek, sohbet etmek, oyun oynamak, arkadaşları takip etmek, arkadaşlık kurmak ve kendini tanıtmak gibi amaçlarla kullanıldığı bulguları analiz edilmiştir. Kadınların erkeklere nazaran interneti bilgi paylaşımı ve sosyal medyaya bağlanmak amacıyla daha fazla kullandığı analiz edilmiştir. Buna karşılık, cinsiyete göre sosyal medyayı kullanma amaçları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin internette geçirdikleri süre ile derslerden aldıkları puanlar arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşan önceki çalışmalara (Englander vd., 2010) paralel olarak araştırmamız neticesinde, katılımcı öğrencilerin % 86,7'sinin internete, % 92,6'sının ise sosyal medyaya günlük 5 saate kadar bağlı kaldığını göz önüne alarak, öğrencilerin internette geçirilen süreyi eğitim kariyerleri ile uyumu gözeterek şekilde ayarlayabilmeleri önem kazanmaktadır.

Kaynakça

- BKM. BKM Verileri, Elektronik Ticaret Raporları,
http://www.bkm.com.tr/istatistik/sanal_pos_ile_yapilan_eticaret_islemleri.asp, (Erişim Tarihi 26.06.2015).
- Boyd, D., Ellison, J. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*. 13(1). 210–230.
- Dinçer, S., Mavaşoğlu, M. ve Mavaşoğlu, F. (2014). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımlarının Sosyal Yaşam Üzerine Etkisi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(1), 145-157.
- DPT (2012). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2012. Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2012. Erişim Tarihi: 8.07.2015. <http://www.bilgitoplumu.gov.tr/İstatistikler/Hanehalkı>
- Englander, F., Terregrossa, R. A., Wang, Z. (2010). Internet use among college students: tool or toy?, *Educational Review* 62 (1), 85-96.
- Erol, G. ve Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ISSN 1307-9581, Cilt 7, Sayı 31, 804-812.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Bahar 2011, *Sayı* 32, 151-176.
- Hills P. ve Argyle M. (2003). Uses of The Internet and Their Relationships with Individual Differences in Personality, *Computers in Human Behavior*, 19, 59-70.
- Konda Araştırma ve Danışmanlık Şirketi (2011). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Ocak 2011. Konda Barometresi Tema Raporları
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi (1. Baskı)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Lenhart, A. ve Madden, M. (2007). Teens, Privacy and Online Social Networks, Pew Research Center, Washington DC, Erişim Tarihi 20.06.2015. <http://www.pewinternet.org/2007/04/18/teens-privacy-and-online-social-networks/>
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*. 2nd Ed., Canada: Wiley, 2010, 4.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. ve Calvert, S. L., (2009). College students' social networking experiences on Facebook, *Journal of Applied Development Psychology*, Volume (30), 227-238.
- Seferoğlu, S. S. (2006). *Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Sugözü, H. İ. ve Demir, S. (2011). *İnternet Teknolojisi ve Elektronik Ticaret (1. Basım)*. Ankara: Nobel Yayınları, ISBN: 978-605-5426-78-1.

- Yılmaz, M. B. (2012). Profiles of University Students According to Internet Usage with the Aim of Entertainment and Communication and their Affinity to Internet, International Online Journal of Educational Sciences, 4(1), 225-242.
- Zincir, O. ve Yazıcı, S. (2013). Kriz Yönetimi ve Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı. İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, No. 49, Ekim, 65-82.

Otel Çalışanlarının Girişimcilik Yönelimlerinin Sosyo Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Yrd.Doç.Dr. Savaş ARTUĞER

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Turizm Fakültesi

artugersavas@yahoo.com

Yrd.Doç.Dr. Gökhan AYAZLAR

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Turizm Fakültesi

gokhanayazlar@mu.edu.tr

Prof.Dr. Ozan BAHAR

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Turizm Fakültesi

obahar@mu.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın amacı otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelemektir. Çalışmada girişimcilik yönelimi risk, yenilikçi ve proaktif boyutları kapsamında ele alınmıştır. Veriler 2015 Temmuz-Ağustos aylarında Marmaris'te 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarından toplanmıştır. 214 çalışandan toplanan verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma gibi betimsel analizlerden, faktör analizi, t testi ve varyans analizi gibi istatistiksel testlerden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre otel çalışanlarının girişimcilik yönelimleri bazı sosyo demografik özelliklerine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar göstermektedir. Araştırma sonuçları teorik ve uygulamaya yönelik katkılarıyla tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Girişimci yönelimi, otel çalışanları, demografik özellikler

An Investigation of Hotel Employees Entrepreneurship Orientations According to Socio Demographic Variables

Abstract

This study aims to investigate whether the hotel employees' entrepreneurship orientation differs from their demographic characteristics. Entrepreneurship orientation has been discussed within risk, innovativeness and proactiveness dimensions at current study. Data were gathered from 5 star hotel employees in Marmaris in July-August, 2015. Data which was collected from 214 employees analyzed with statistical tests such as descriptive statistics, factor analysis, t test and variance analysis. According to the results, there is a significant difference among hotel employees' entrepreneurship orientation with respect to their demographic characteristics. Theoretic and managerial contributions of this study are discussed.

Key words: Entrepreneurship orientation, hotel staff, demographic characteristics

1. Giriş

İşletmelerde girişimci yönelime sahip çalışanların varlığı, yüksek performansın en önemli açıklamalarından birisi olarak kabul edilmektedir (Lim ve Enwick, 2013; Chadwick vd., 2008). Bu durum örgütlerde girişimcilik yönelimini araştırmacıların üzerinde ilgiyle çalıştığı bir alan haline getirmiştir (Covin ve Wales, 2011). Özellikle çalışanların üretilen ürüne yüksek seviyede katkı yaptığı otelcilik sektöründe bu konu daha ilgi çekicidir.

Bazı girişimciler fikirlerini geliştirmede başarılı olurlar, bazıları ise fikirlerini başkalarına satarlar. Sonuç olarak hepsi daha önce var olmayan bir şey oluşturmaya çalışırlar. Girişimciler doğası gereği yaratıcıdır, fikirlerin, işlerin ve ekonomik değerlerin yaratıcılarıdır. Büyük risk almaya ancak önceden hesaplanmış riskleri almaya isteklidirler ve girişimleri ile büyük ödül beklentileri vardır. Onlar için her bir aşama öğrenme olduğu için başarısız olmaları sorun değildir. Hayallerinin peşinden gitme konusunda son derece ısrarcı ve dirençlidirler (Thornberry, 2001).

Girişimcilerin sosyo demografik özellikleri arasındaki farklılıklar, araştırmacıların girişimcinin özellikleri ile ilgili çalıştığı bir alt başlık olarak değerlendirilmektedir. Chowdhury (2005) çalışanların işletme dışında demografik farklılıklardan kaynaklan özelliklerinin işletme içerisinde de etkili olabileceğine dikkat çekmektedir. Dolayısıyla yöneticilerin demografik özelliklerin çalışanların davranışlarına olan etkisini anlamaları örgütsel düzeyde çalışanlar arasındaki uyum sorununu çözmeye etkili bir konu olarak kabul edilebilir. Kültürel farklılıklar (Steward vd., 2003), cinsiyet (LİM ve Enwick, 2013), yaş (Chowdhury) ve eğitim (Rodriguez--Cohard ve Ruenda-Cantuche, 2011) gibi demografik özelliklerin girişimcilik yönelimi kapsamında farklılıklar göstermesi önceki araştırmacılar tarafından incelenen konular arasındadır. Girişimcilik yönelimi ile ilgili literatürde farklı sektörlerde ve öğrenciler üzerinde sıklıkla incelenen bir konu olmasına rağmen, otel işletmeleri ile ilgili çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Çalışanların üretim ve hizmet süreçlerinde aktif olarak yer aldıkları düşünüldüğünde, otel işletmeleri çalışanları girişimcilik yönleriyle sadece işletme karlılığını değil, misafir memnuniyetini de doğrudan etkileyebilmektedirler. Bu çalışmada otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

2. Literatür

Ball (2005) girişimcinin özelliklerini şöyle sıralar; girişimci bulunduğu çevrenin farkında olmalıdır, inandığı şeye sıkı sıkı sarılmalıdır. Pragmatik olmalıdır, başkalarının da farkına varmasına öncülük etmelidir. Cesur olduğu kadar kendisini başarısızlıklara da hazırlamalıdır. Yaşanılan her deneyimden bir şeyler öğrenmelidir. Girişimci vizyonu olan kişidir, çok çalışandır, yeni şeyler denemek için cesareti olandır, başarısızlıkla sonuçlansa bile.

Girişimcinin sezgileri güçlüdür, aynı zamanda çok iyi bir gözlemcidir. Fırsatları ve/veya belirsiz durumları önceden sezme ve görme yeteneğine sahiptir. Girişimci çoğunlukla var olan bir düzene yeni bir bakış açısı getirdiği için ya da tamamen yepyeni bir fikir ortaya koyduğu için her zaman değişime karşı direnme durumuyla karşı karşıyadır. Bunun için girişimcinin ikna kabiliyeti, çok yönlü düşünebilme ve iyi iletişim kurabilme gibi özelliklere de sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca girişimci dirençli, ısrarcı, kendine güvenen, esnek davranabilen, bağımsız düşünebilen özelliklere de sahiptir (Çetindamar, 2002). Littunen'e (2000) göre ise girişimcinin tipik özellikleri arasında risk alma, yenilikçilik, pazar fonksiyonlarının nasıl işlediğine yönelik bilgi, know-how üretimi, pazarlama becerileri, yönetim becerileri ve işbirliği yapma becerileri yer almaktadır (Littunen, 2000). Bununla birlikte girişimcinin özelliklerine yönelik bazı mitler bulunmaktadır (Çetindamar, 2002; Arıkan, 2002). Bunları Tablo 1'deki gibi özetlemek mümkündür.

Tablo 1. Girişimcinin Özelliklerine Dair Mitler

MİTLER	GERÇEKTE OLAN
Girişimci doğulur, sonradan girişimci olunmaz.	Girişimcilik birtakım doğal yeteneklerin yanı sıra bilgi, tecrübe ve ilişki ağının getirdiği bir kapasiteden oluşmaktadır.
Herkes yeni bir iş kurabilir.	Yeni bir işi kurmak kadar bu işi sürdürebilmek önemlidir.
Girişimciler kumarbazdır.	Girişimciler risk almakla birlikte bu riskleri dikkatli bir şekilde hesaplamaktadır.
Girişimciler bireysel olarak tüm işi sahiplenirler.	Başarılı girişimciler takım halinde çalışırlar.
Girişimciler bağımsızdırlar.	Girişimciler; yatırımcılar, müşteriler, çalışanlar ve sosyal topluma karşı sorumluluk içindedirler.
Girişimciler büyük işletmelerdeki yöneticilerden daha çok çalışırlar.	Bunu ispatlayan bir veri elde edilmemiştir.
Girişimciler stres altında çalışırlar.	Girişimciler stresli bir ortamda çalışmakla birlikte profesyonel yöneticiler ile karşılaştırıldığında işlerinden daha memnundurlar.
Girişimcilerin yeni bir işe başlaması çoğunlukla başarısızlıkla sonuçlanır.	Girişimciler için yenilgi, bir öğrenme olanağı sunar. Bu yolla yeteneklerini ve fikirlerini geliştirirler.
Sermaye olmadan girişimcilik olmaz.	Sermaye yeni bir işin oluşturulmasında bir araçtır. Yeni bir fikir var ise zor da olsa sermaye bulunabilir ancak sermaye ile yeni bir fikir bulunamaz.
Girişimciler genç bireylerden oluşur.	Genel ortalama 30 olmakla birlikte 60'lı yaşlarında başarıya ulaşmış girişimciler de

	vardır.
Girişimcilerin motivasyonu paradır.	Girişimciler için para tek bir motivasyon kaynağı değildir. Başarma duygusu ve hayallerini gerçekleştirmek de onlar için etkili motivasyon araçlarıdır.

Kaynak: Çetindamar, 2002; Arıkan, 2002

Bireylerin girişimciliği ile ilgili özelliklerin doğru biçimde anlaşılması kavramın tanımını da daha sağlıklı biçimde ifade etmeye olanak tanımaktadır. Literatürde girişimcilikle ilgili birbirine benzer ve farklı yönleri vurgulayan tanımlar bulunmaktadır. Tablo 2’de bazı araştırmacılar tarafından girişimcilik kavramı üzerine yapılan tanımlamalar sunulmaktadır.

Tablo 2. Girişimcilik Tanımları

TANIM	TANIMLAYAN
Bir pazarda yer alan fırsatlardan faydalanabilme için kaynakların birlikte kullanılması yoluyla değer oluşturulması sürecidir.	Ball, 2005
Finansal, psikolojik ve sosyal bazı risklerin alınması, zaman ayrılması ve çaba gösterilmesi sonucunda maddi ve kişisel tatminlerin sağlandığı ve yeni şeylerin ortaya konduğu bir süreçtir.	Hisrich ve Peters, 2002
Girişimcinin ortaya koymuş olduğu eylem, organizasyon ve oluşturduğu yeni sonuçların genel ismidir.	Top, 2006
Gereken zaman ve emeği ayırarak, finansal, sosyal ve psikolojik bazı riskleri üstlenerek, parasal ve bireysel birtakım ödüllerin var olduğu bir meydana getirme sürecidir.	Coulter, 2001
Toplum içinde değer oluşturmak ve toplum refahını artırmak için yeni ve farklı bir şeyler yapma sürecidir.	Kokkrankal ve Morrison, 2002
Önceden keşfedilen, değerlendirilen ve yararlanılan mal ya da hizmetleri oluşturmak için etkili fırsatların neler olduğu, kimlerde bulunduğu ve nasıl elde edileceğine yönelik yapılan bilimsel açıklamalardır.	Shane ve Venkataraman, 2000

Miller (1983) girişimcilik yönelimi gösteren işletmeleri pazara yeni ürünler sunarken bazı riskleri üstlenebilen, buna karşılık başarılı olması halinde rakiplerini alt edebilen işletmeler olarak tanımlamaktadır. Benzer biçimde diğer araştırmacılar da girişimcilik yöneliminin işletmelerde risk alabilme, yenilikçi ve proaktif boyutlarıyla ölçülebilen bir kavram olduğu yaklaşımında bulunmaktadır (Pearce vd., 2010; Voss vd., 2005; Merz ve Sauber, 1995). Bolton ve Lane (2012) bu boyutları şu şekilde tanımlar; *yenilikçi* rakiplerinden daha iyi ve farklı işler yapabilme yoğunluğunu, *proaktif* yeni ürün ve hizmetler sunarken ileride rakiplerde ve talepte gerçekleşebilecek değişimleri

öngörebilecek şekilde ileriye düşünmeyi, *risk alabilme* ise bilinmeyen koşullarda maceraya girebilmeyi tanımlamaktadır.

Girişimcilik yönelimini demografik özelliklere göre ele alan önceki araştırmalarda önemli bulgular elde edilmiştir. Örneğin Şeşen ve Basım (2012), spor bilimler alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerinin, girişimcilik yönelimleri üzerinde etkili olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin girişimcilik yönelimlerinin kız öğrencilerden daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan yaş ile girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Benzer bir çalışmada Lim ve Envick (2013), Lumpkin ve Dess'in girişimcilik yönelimi ölçeğini kullanarak 389 üniversite öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda girişimcilik yönelimi ölçeği dört boyut olarak belirlenmiştir. Bu boyutlar; risk alma, özerklik, rekabetçi olma ve yenilikçilik olarak belirlenmiştir. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla risk alma yöneliminde oldukları ortaya çıkmıştır.

Bir başka çalışmada Kılıç vd. (2012) üniversite öğrencilerinin girişimcilik yönelimleri üzerine yaptıkları bir çalışmada, cinsiyet, yaş, aylık gelir gibi demografik özelliklerin öğrencilerin girişimcilik yönelimleri üzerinde etkili olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yenilikçi ve dışa açık oldukları ortaya çıkmıştır. Buna karşın risk alma ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bilge ve Bal (2012) ise üniversite öğrencilerinin girişimcilik yönelimleri üzerine yaptıkları bir çalışmada, cinsiyetin girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını ortaya çıkarmışlardır.

Chowdhury (2005), demografik özelliklerin bir işletmede girişimci takım oluşturmada önemli olup olmadığını araştırmıştır. Araştırma sonucunda yaş faktörünün bir işletmede girişimci takım ruhunun oluşturulmasında önemli olduğu belirlenmiştir. Lerner vd., (1997) Amerika ve Avrupa'nın gelişmiş ülkelerinde iş yapan 200 İsraili kadın girişimcinin performanslarının etkileyen faktörleri incelemişlerdir. İş, aile ve düzenli bir sosyal hayata sahip olmak gibi sosyal yapıyı ifade eden gelişmiş ülke özelliklerinin kadın girişimcilerin başarısında etkili olduğunu gözlemlemişlerdir. Araştırmanın bir başka önemli bulgusu iş yaşamında erkek çalışanlara oranla daha az maaş ve fırsatlara sahip olan kadın çalışanların, girişimcilik aracılığıyla iş yaşamında erkeklerle eşit konumda olabilmeyi başarabiliyor olmalarıdır.

Rodriguez--Cohard ve Ruenda-Cantuche (2011) çalışmalarında eğitimin girişimcilik yönlülüğe olan etkisini incelemişlerdir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre eğitim girişimcilikle ilgili niyeti ve tutumu pozitif yönlü olarak etkilemektedir. Araştırmadaki bir diğer önemli bulguya göre öz yeterlilikleri ve tutumları gelişen bireylerin girişimcilik yönlülükleri de artmaktadır. Araştırmacılara göre girişimcilik yalnızca yükseköğretimde değil ilk ve orta öğretimde de yer verilmesi gereken konular arasında yer almaktadır.

Steward vd. (2003) araştırmalarında girişimcilik yönlülüğün farklı kültürlere göre değişebileceğine dair bulgulara ulaşmışlardır. Araştırmacılara göre farklı girişimcilik eğitimi ve girişimcilikle ilgili politikalar ülkeler arasında girişimcilik yöneliminde farklılıklar görülmesine neden olmaktadır.

Wagner ve Sternberg (2004) bireylerin girişimcilik yönelimi ve faaliyetinin çok geniş bir alandan etkilendiğine dikkat çekmektedirler. Bunların arasında yer alan demografik özellikler arasındaki farklılıklar bireylerin girişimcilik yönlülüğüne doğrudan etki etmektedir. Örneğin kadınlar erkeklere göre daha az sıklıkta girişimcilik göstermektedirler, genç girişimciler ise diğer yaş guruplarına göre daha fazla girişimci olmaktadır.

Yetim ve Yetim (2006) alışmalarında girişimcilerin yaş ve eğitim seviyeleri ile iş memnuniyetleri ve olumlu tutumları arasında düşük de olsa ilişkinin var olduğuna dair bulgulara ulaşmışlardır. Araştırmacılara göre ileriki yaşlardaki girişimcilerin tolerans düzeylerinin genç girişimcilerle karşılaştırıldığında daha yüksektir. Başka bir ifadeyle genç girişimcilerin yönetiminde daha babacan tavırların uygulanmasının doğru bir yaklaşım olacağı ifade edilmektedir. Eğitim seviyesinde ise seviye arttıka girişimcilerin olumlu tutumlarının da arttığı görülmektedir.

Literatürde yer alan bulgular ışığında geliştirilen bu araştırma temelde bir araştırma sorusuna cevap aramaktadır; otel çalışanlarının girişimcilik yönelimleri demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Otel alışanları üzerinde daha önce böyle bir araştırmanın yapılmamış olması araştırmanın özgün yönünü göstermektedir.

3. Yöntem

Otel alışanlarının girişimcilik yönelimlerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini inceleyen araştırmanın evrenini Marmaris'te faaliyet gösteren 5 yıldıızlı otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alına bilgilere göre Marmaris'te işletme belgeli 14 adet 5 yıldıızlı otel işletmesi bulunmaktadır. Araştırma evrenini oluşturan bu otel işletmelerinden bazıları çalışan sayılarını verme konusunda isteksiz davranmış ve doluluk oranlarına göre çalışan sayıları değiştiği gerekçesiyle tam sayı vermemişlerdir. Bununla birlikte ortalama beş yıldıızlı bir otelde oda başına düşen personel sayısı dikkate alınarak ortalama bir sayıya ulaşmak mümkündür. Ağaoğlu (1992) 5 yıldıızlı otel işletmelerinde oda başına personel sayısı oranını 1,18 olarak belirtmektedir. Bu yaklaşımla toplamda 4.615 odası olan bu işletmelerde ortalama %50 doluluk oranında yaklaşık 2.700 civarında çalışan olduğu söylenebilir. Evreni temsil edecek örneklem konusunda Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) 0.05 hata oranında 2.500'e kadar olan evrenlerde 333 sayısını önermektedir. Marmaris'teki işletme belgeli 14 otelden 4 tanesi anket yapmayı kabul etmemiştir. Dolayısıyla geriye kalan 10 otele 50'er tane anket bırakılmıştır. Sezon yoğunluğu ve araştırma süresinin

kısalığı gerekçeleriyle otel işletmelerine bırakılan anketlerden 214 tanesi kullanılabilir durumda geri dönmüştür.

Verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. İki bölümde oluşan anketin birinci bölümünde çalışanların girişimcilik yönelimini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde ise çalışanların demografik verilerine ait sorular bulunmaktadır. Girişimcilik yönelimine ait ifadeler benzer araştırmalarda da kullanılan Bolton ve Lane'nin (2012) araştırmasından alınmıştır. İfadelere katılım düzeyleri Likert tipi 5'li ölçekle, 1=hiç katılmıyorum...5=tamamen katılıyorum biçiminde düzenlenmiştir.

Toplanan verilerin analizinde SPSS 19 programı kullanılmıştır. Betimsel analizlerin yanı sıra iki değişkenli gruplarda t testi, ikiden fazla değişkeni olan gruplarda tek-yönlü varyans analizi yapılmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için ise çoklu karşılaştırma-Scheffe analizi uygulanmıştır. Girişimcilik yönelimi kavramına ait ifadelerin azaltılarak, boyutlarının belirlenmesi ve yapı geçerliliğinin sağlanması için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla da Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır.

4. Bulgular

Araştırmanın örneklem grubunda yer alan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin dağılım Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişken	Grup	Sayı (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	118	55.1
	Kadın	94	43.9
Medeni durum	Evli	100	46.7
	Bekar	106	49.5
Yaş	20 Yaş ve altı	30	14.0
	21-30 Yaş	84	39.3
	31-40 Yaş	72	33.6
	41-50 Yaş	28	13.1
Eğitim	İlköğretim	18	8.4
	Lise	94	43.9
	Önlisans	40	18.7
	Lisans	62	29.0
Girişimcilik dersi aldınız mı?	Evet	110	51.4
	Hayır	100	46.7
Sektördeki çalışma	1 yıldan az	16	7.5

yılı	1-5	62	29.0
	6-10	58	27.1
	11 yıl ve üzeri	78	36.4
Toplam		214	100,0

Tablo 3'deki bulgulara göre katılımcıların %55.1'i erkek %43.9'u kadındır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%72.9) 21-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %8.4'ü ilköğretim, %43.9'u lise, %18.7'si önlisans, %29'u ise lisans düzeyinde eğitime sahiptir. Katılımcıların %51.4'ü eğitim sürecinde girişimcilik dersi alırken, %46.7'si almamıştır. Katılımcıların %7.5'i 1 yıldan az, %29'u 1-5, %27.1'i 6-10 ve %36.4'ü 11 yıl ve üzeridir turizm sektöründe çalışmaktadır.

Tablo 4: Otel Çalışanlarının Girişimcilik Yönelimlerinin Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yüklere	Özdeğerler	Faktörün Açıklayıcılığı	Güvenilirlik (α)	Aritmetik Ort. (1-5) (\pm SS)
Faktör 1: Risk		2.146	26.020	0.669	3.14\pm1.04
Bilinmeyen karşısında cesur birisiyim.	0.854				3.04 \pm 1.23
Risk içeren durumlar karşısında cesur davranırım.	0.869				3.23 \pm 1.17
Faktör 2: Yenilikçi		1.528	21.820	0.667	3.81\pm0.77
Genellikle önceden denenmiş doğru yaklaşımlar yerine, özgün projeleri tercih ederim.	0.675				3.68 \pm 0.95
Yeni bir şeyler öğrendiğimde başkaları gibi kullanmak yerine kendi özgün yaklaşımı denemeyi tercih ederim.	0,828				3.88 \pm 0.95
Sorunları çözmede başkalarının kullandığı genel yöntemler yerine kendime özgü bir yaklaşım sergilerim.	0.801				3.86 \pm 1.06
Faktör 3: Proaktif		1.095	20.292	0.601	4.00\pm0.82
Gelecekte olabilecek sorunları, beklentileri ve değişimleri düşünerek davranırım.	0.845				3.84 \pm 1.02

Projelerde başkaları gibi oturmak ve işi birilerinin yapmasını beklemek yerine elimden geleni yaparak başarmayı tercih ederim.	0.766				4.15±0.98
Açıklanan Toplam Varyans (68.132)					
Notlar: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= .556. Bartlett's Test of Sphericity: p<.000 (Chi-Square 261.328 df=21).					

Tablo 4’de girişimcilik yönelimi ölçeği için yapılan faktör analizi ve güvenilirlik analizi (Cronbach’s Alpha) değerleri ile otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerine yönelik görüşlerine ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Faktör analizinde girişimcilik yönelimi ile ilgili ölçekte 7 ifade yer almaktadır. Barlett Testi (X^2 :261.328, $p<0,00$) değerlerine göre değişkenler arasında yüksek korelasyon değerleri söz konusudur. Kaiser-Mayer-Olkin örneklem yeterliliği değeri 0.556 olarak hesaplanmıştır. Bu değer Kalaycı (2009) tarafından faktör analizi yapmak için uygun görülen değerler arasındadır.

Tablo 4’de yer alan faktör analizi sonuçlarına göre girişimcilik yönelimine ait ifadelerin üç boyutta toplandığı görülmektedir. Bu boyutların özdeğerleri 1’den büyük ve toplam varyansın %68.132’sini açıklama düzeyine sahiptirler. Ölçekte yer alan ifadelerin faktör yükleri ve madde-ölçek korelasyonlarının tamamı 0.50 değerinin üzerindedir. Girişimcilik yönelimi ölçeğinin alt boyutlarına yönelik hesaplanan Cronbach’s Alpha değerleri 0.60’ın üzerinde hesaplanarak ölçeğin iç tutarlılık düzeyinin yeterli olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4’deki aritmetik ortalamalar incelendiğinde, Marmaris’te 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan kişilerin girişimcilik yönelimlerine ilişkin en yüksek boyutun “proaktif” (\bar{X} =4.00), en düşük boyutun ise “risk” boyutuna ait olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, Marmaris’teki 5 yıldızlı otellerde çalışan kişilerin girişimcilik konusunda risk alma yönelimlerinin düşük olduğu ancak proaktif oldukları ortaya çıkmıştır.

Marmaris’te 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan kişilerin cinsiyet, medeni durum ve girişimcilik dersi alıp almama durumları ile girişimcilik yönelimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin veriler Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 5: Girişimcilik Yönelimi Faktörlerinin Otel Çalışanlarının Cinsiyet, Medeni Durum ve Girişimcilik Dersi Alıp Almamalarına Göre Karşılaştırılması (t-testi)

Faktör Adı	Değişken	Sayı (N)	Arit.Ortama	S.S.	t-değeri	p-değeri
Risk	Erkek	118	3.23	1.09	1.574	0.117
	Kadın	94	3.01	0.97		
Yenilikçi	Erkek	118	3.94	0.79	2.578	0.011*
	Kadın	94	3.67	0.73		
Proaktif	Erkek	118	4.14	0.88	2.596	0.010*
	Kadın	94	3.85	0.72		
Risk	Evli	100	2.74	1.08	-5.435	0.000*
	Bekar	106	2.48	0.86		
Yenilikçi	Evli	100	3.73	0.72	-1.866	0.064
	Bekar	106	3.93	0.81		
Proaktif	Evli	100	4.05	0.88	0.190	0.849
	Bekar	106	4.02	0.74		
Risk	Ders alma	110	3.57	0.82	6.679	0.000*
	Ders almama	100	2.69	1.08		
Yenilikçi	Ders alma	110	3.91	0.68	2.035	0.043*
	Ders almama	100	3.70	0.86		
Proaktif	Ders alma	110	3.93	0.80	-1.342	0.181
	Ders almama	100	4.09	0.85		

* p<.005

Tablo 5’de yer alan t-testi bulgularına göre otel çalışanlarının girişimcilik yönelimleri cinsiyet, medeni durum ve girişimcilik dersi alıp almamalarına göre p<0.05 düzeyinde anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu sonuçlara göre, erkek çalışanlar bayan çalışanlara göre girişimcilik konusunda daha yenilikçi ve proaktif oldukları söylenebilir. Evli çalışanlar evli olmayanlara göre daha fazla risk alabilmektedirler. Bununla birlikte, eğitim süreci boyunca girişimcilik dersi alanlar, almayanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla risk alabilmekte ve daha yenilikçi olmaktadır. Bu sonuç, eğitim döneminde verilerin girişimcilik dersinin, girişimcilik yönelimini etkileyebildiği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma kapsamında görüşlerine başvuru otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerine yönelik değerlendirmelerinde yaş, eğitim ve sektördeki çalışma süresine göre 0,05 düzeyinde anlamlı bir fark olup olmadığı ise “One Way ANOVA” test sonuçlarıyla değerlendirilmiştir. İki den fazla olan değişkenler için farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak için yapılan “Scheffe-Analizi” sonuçları tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 6: Girişimcilik Yönelimi Faktörlerinin Otel Çalışanlarının Yaş, Eğitim ve Sektördeki Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (ANOVA)

Faktör Adı	Değişkenler	Sayı (N)	Aritmetik Ortama	S.S.	F değeri	p-değeri
Yenilikçi	20 yaş ve altı	30	4.22(a)	0.71	5.844	0.001
	21-30	84	3.90(a)	0.73		
	31-40	72	3.57(a)	0.80		
	41-50	28	3.76	0.68		
Risk	İlköğretim	18	2.11(a)(b)	0.96	14.827	0.000
	Lise	94	2.91(a)(b)	1.02		
	Önlisans	40	3.62(b)	1.03		
	Lisans	62	3.48(a)	0.76		
Risk	1 yıldan az	16	3.00	0.77	6.930	0.000
	1-5	62	3.62(a)(b)(c)	0.75		
	6-10	58	2.87(b)	1.09		
	11 yıl ve üzeri	78	2.98(c)	1.13		
Yenilikçi	1 yıldan az	16	3.54	1.01	4.070	0.008
	1-5	62	4.05(a)	0.69		
	6-10	58	3.86	0.75		
	11 yıl ve üzeri	78	3.64(a)	0.74		

Not: Grup karşılaştırmalarında aynı harfi taşıyan gruplar arasında anlamlı farklılık vardır ($p < 0.05$).

Tablo 6’da yer alan bulgular, katılımcılara ait yaş, eğitim ve sektördeki çalışma sürelerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bulunan farklılıklara aittir. Anlamlı bulunmayan boyutlar tabloda verilmemiştir. İlgili faktörler ve değişkenler arasında yapılan varyansların homojenlik testlerinde Levene F testi p değeri (sig.) 0.05’den büyük olarak hesaplanmıştır.

Tablo 6'ya göre "yenilikçi" faktörünün katılımcıların yaşlarına göre 0.05 anlamlılık düzeyinde farklılık gösterdiği görülmektedir. Buna göre 20 yaş ve altı otel çalışanlarının ($\bar{X}=4.22$), 21-30 ($\bar{X}=3.90$) ve 31-40 ($\bar{X}=3.57$) yaş aralığında olan kişilere göre, girişimcilik konusunda daha fazla yenilikçi oldukları görülmektedir. Diğer bir ifadeyle yaş arttıkça girişimcilik konusunda yenilikçiliğin azaldığı söylenebilir.

Tablo 6'da yer alan bulgulara göre, "risk" faktörü ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında 0.05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık görülmektedir. Tablo 4'e göre, ilköğretim düzeyinde eğitime sahip otel çalışanları ($\bar{X}=2.11$), lise ($\bar{X}=2.91$) ve lisans ($\bar{X}=3.48$) düzeyinde eğitime sahip kişilere göre girişimcilik konusunda daha az risk alma yönelimindedirler. Benzer şekilde lise düzeyinde eğitim alanlar ($\bar{X}=2.91$) önlisans düzeyinde eğitim ($\bar{X}=3.62$) alanlara göre daha az risk alma yönelimindedirler. Bu sonuçlar, eğitim seviyesi arttıkça girişimcilikte risk alma yöneliminin de arttığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 6'da yer alan bulgulara göre, "risk" faktörü ile otel çalışanlarının sektördeki çalışma süreleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık görülmektedir. Tablo 4'e göre, turizm sektöründe 1-5 yıl arasında çalışanlar ($\bar{X}=3.62$), 6-10 ($\bar{X}=2.87$) ve 11 yıl ve üzeri ($\bar{X}=2.98$) çalışanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla risk alma yönelimindedirler. Diğer bir ifadeyle sektörde çalışma yılı arttıkça girişimcilik konusunda risk alma yöneliminin azaldığı söylenebilir.

Tablo 6'ya göre "yenilikçi" faktörü ile otel çalışanlarının sektördeki çalışma süreleri arasında 0.05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık görülmektedir. Buna göre, sektörde 1-5 yıl arasında çalışanlar ($\bar{X}=4.05$), 11 yıl ve üzeri ($\bar{X}=3.64$) çalışanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla yenilikçi olma yönelimindedirler. Bu sonuç, turizm sektöründe çalışma yılı arttıkça girişimcilik konusunda yenilikçi olma yöneliminin azaldığı şeklinde yorumlanabilir.

5. Sonuç ve Tartışma

Toplumların gelişmesinde ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmesinde girişimcilik özelliği gösteren kişilerin girişimciliğe yönlendirmek ve girişimcilerin sayısını arttırmak önemli bir konudur (Kılıç vd., 2012). Özellikle turizm sektörünün yoğun ve yıpratıcı çalışma şartlarından ve kendine has bazı karakteristik özelliklerinden (mevsimsellik) dolayı, insanların turizm sektöründeki çalışma sürelerinin kısa olduğu görülebilmektedir. Bu nedenle turizm sektöründe çalışan kişilerin girişimcilik özelliklerinin ortaya çıkartılması ve geliştirilmesi hem bireylere hem de turizm işletmelerine önemli faydalar sağlayabilir.

Bu araştırmada otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerinin demografik özelliklerine göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada yapılan

faktör analizi sonucunda girişimcilik yönelimi üç boyut olarak belirlenmiştir. Bu boyutlar; risk, yenilikçi ve proaktiftir. Araştırma sonucunda Marmaris'teki 5 yıldızlı otellerde çalışan kişilerin girişimcilik konusunda risk alma yönelimlerinin düşük olduğu buna karşın girişimcilik konusunda proaktif oldukları ortaya çıkmıştır.

Araştırmada, erkek çalışanların bayan çalışanlara göre girişimcilik konusunda daha yenilikçi ve proaktif oldukları belirlenmiştir. Şeşen ve Basım (2012), spor bilimler alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı bir araştırmada erkek öğrencilerin girişimcilik yönelimlerinin kız öğrencilerden daha fazla olduğu ortaya çıkarmışlardır. Kılıç vd. (2012) üniversite öğrencilerinin girişimcilik yönelimleri üzerine yaptıkları bir araştırmada, öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yenilikçi olduklarını ortaya çıkarmışlardır. Benzer şekilde Wagner ve Sternberg (2004) de aynı sonuçlara ulaşmışlardır. Yazarlar yaptıkları araştırma sonucunda kadınların erkeklere göre daha az sıklıkta girişimcilik gösterdiklerini belirlemişlerdir.

Araştırmada eğitim süreci boyunca girişimcilik dersi alan çalışanların, almayanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla risk aldığı ve daha yenilikçi oldukları belirlenmiştir. Rodriguez--Cohard ve Ruenda-Cantuche (2011) yaptıkları araştırmada girişimcilik eğitiminin girişimcilikle ilgili niyetler üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu sonuçlara göre, girişimcilik eğitiminin, girişimcilik yönelimi üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Rodriguez--Cohard ve Ruenda-Cantuche (2011) çalışmalarında eğitimin girişimcilik yönlülüğe olan etkisini incelemişlerdir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre eğitim girişimcilikle ilgili niyeti ve tutumu pozitif yönlü olarak etkilemektedir

Araştırmada, evli çalışanların evli olamayanlara göre daha fazla risk alma yöneliminde oldukları belirlenmiştir. Bununla birlikte, eğitim süreci boyunca girişimcilik dersi alanların, almayanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla risk aldığı ve daha yenilikçi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen diğer bir sonuca göre, 20 yaş ve altı otel çalışanlarının 21-30 ve 31-40 yaş aralığındaki kişilere göre girişimcilik konusunda daha yenilikçi oldukları ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle genç çalışanlar daha fazla girişimcilik yönelimi göstermektedirler. Wagner ve Sternberg (2004) yaptıkları araştırmada genç girişimcilerin diğer yaş guruplarına göre daha fazla girişimci olduklarını ortaya çıkarmışlardır.

Araştırmada ilköğretim düzeyinde eğitime sahip otel çalışanlarının lise ve lisans düzeyinde eğitime sahip kişilere, lise düzeyinde eğitim alanların ise önlisans düzeyinde eğitim alanlara göre daha az risk alma yöneliminde oldukları belirlenmiştir. Diğer bir sonuca göre ise, turizm sektöründe 1-5 yıldır çalışanların risk alma yönelimlerinin 11 yıl ve üzeridir çalışanlara göre daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, sektörde 1-5 yıl arasında

çalışanların, 11 yıl ve üzeri çalışanlara göre girişimcilik konusunda daha fazla yenilikçi oldukları belirlenmiştir.

Kaynakça

- Ağaoğlu, O.K. (1992). İşgücünü Verimli Kullanma tekniklerinin Turizm Sektörüne Uygulanması. Yayın No:457: Ankara: Milli Prodüktivite Yayınları.
- Arıkan, S. (2002). Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1-14.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(6), 131-148.
- Bolton, D.L. ve Lane, M.D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219-233.
- Chadwick, K.C., Barnett, T. ve Dwyer, S. (2008). An empirical analysis of the entrepreneurial orientation scale. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 13(4), 64-85.
- Chowdhury, S. (2005). Demographic diversity for building an effective entrepreneurial team: is it important. *Journal of Business Venturing*, 20, 727-746
- Coulter, M. (2001). *Entrepreneurship in Action*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Covin, J.G. ve Wales, W.J. (2011). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 677-702.
- Çetindamar, D. (2002). Türkiye’de Girişimcilik. TÜSİAD Yayınları Yayın No: İstanbul: TÜSİAD-T/2002-12/340.
- Hisrich, R.D. ve Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship*. 15. Basım, New York: McGraw Hill.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kılıç, R., Keklik, B. ve Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 423-435.
- Kokkrankal, J. ve Morrison, A. (2002). Entrepreneurship and sustainable tourism: The houseboats of Kerala. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 7-20.

- Lerner, M., Brush, C. ve Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of Business Venturing*, 12, 315-339.
- Lim, S. ve Envick, R. B. (2013). Gender and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *Int Entrep Manag J.* 9, 465-482
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-310.
- Merz, G.R. ve Sauber, M.H. (1995). Profiles of managerial activities in small firms. *Strategic Management Journal*, 16, 551-564.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770-791.
- Pearce, J.A., Fritz, P. ve Davis, P.S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 219-248.
- Rodriguez-Cohard, J.C. ve Rueda-Cantucho, J.M.R. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 195-218.
- Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Steward, W.H., Carland, J.C., Carland, J.W., Watson, W.E. ve Sweo R. (2003). Entrepreneurial dispositions and Goal Orientations: A comparative Exploration of United States and Russian Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 41 (1), 27-46.
- Şeşen, H. ve Basım, N. H. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12 Özel Sayı, 21-28.
- Thornberry, N. (2001). Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron? *European Management Journal*, 19 (5), 526-533.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*, Birinci basım, İstanbul: Beta Yayınevi.
- Voss, Z.G., Voss, G.B. ve Moorman, C. (2005). An empirical examination of the complex relationships between entrepreneurial orientation and stakeholder support. *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 1132-1150.
- Wagner, J ve Sternberg, R. (2004). Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data. *Annals of Regional Science*, 38, 219-240.

- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yetim, N. ve Yetim, Ü. (2006). The cultural orientations of entrepreneurs and employees' job satisfaction: The Turkish small and medium sized enterprises (SMEs) case. *Social Indicators Research*, 77, 257-286.
- <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,138728/muglada-mevcut-tesislerin-sayilari.html> Erişim tarihi Temmuz 2015.

**Hekimlerin İş Tatmin Düzeylerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkileri:
Muğla İlinde Bir Araştırma**

Doç. Dr. Saffet OCAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Sağlık Yönetimi Bölümü
saffetocak@mu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Tezcan KAŞMER ŞAHİN

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Sağlık Yönetimi Bölümü
tezcankasmer@mu.edu.tr

Ömer GİDER

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Sağlık Yönetimi Bölümü
omergider@mu.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın amacı iş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini tespit etmek ve kamu ve özel hastanelerde çalışan hekimler arasındaki farklılıkları ortaya koymaktır. Çalışma toplam 126 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Tatmin düzeyinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinin bulunup bulunmadığına yönelik regresyon analizi sonuçlarına göre değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu ilişkinin olmaması nedeni ile aracılık etkisine yönelik analizler yapılmamış ve dolayısıyla bu etkiye yönelik hipotezler desteklenmemiştir. Analizler sonucunda dikkat çeken bulgulara bakıldığında, özel hastanelerde çalışan hekimlerin hem içsel hem de dışsal tatminlerinin kamu hastanelerinde çalışan hekimlere göre daha yüksek olduğu, ancak girişimcilik niyeti bakımından iki grup arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş tatmini, Girişimcilik niyeti, Hastane, Hekimler

**The Effects of Doctors' Job Satisfaction on Entrepreneurial Intention: A
Research on Muğla Province**

Abstract

This study aims to determine the impact of job satisfaction on the entrepreneurship intention and to determine the differences between doctors working in state and private hospitals. The study was conducted on 126 people. According to the results of the regression analysis made for the presence of the effect of satisfaction level on entrepreneurial intention, there is no significant relationship between variables. Due to the lack of this relationship, analysis for the mediation effects is not been done and therefore hypotheses for this effect are not supported. When conspicuous findings are evaluated it is determined that doctors' working in private hospitals both internal and

external satisfaction is higher than doctors working in public hospitals but there is no significant difference between two groups in terms of entrepreneurial intentions.

Keywords: Job satisfaction, Entrepreneurial intention, Hospitals, Doctors

1. GİRİŞ

Bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri için kazanç elde etmeye bunun için de kariyerlerini belirlemelerine ve bu yolda ilerlemelerine ihtiyaçları vardır. Günümüzde kariyer alternatifleri oldukça çeşitlidir. Bireyler kendi işlerini kurabilecekleri gibi devletin veya özel sektörün sağladığı iş olanaklarını da değerlendirebilirler. Ancak bu tercih her zaman işe yeni başlama döneminde gerçekleşip biten bir süreç değildir. Birey, işi ile ilgili değerlendirme yaparken kişisel, örgütsel ve çevresel faktörleri inceler ve nihai olarak işinden tatmin olup olmadığına karar verir. Eğer tatminsizlik söz konusu ise kişi, işten ayrılmanın mümkün olup olmadığı ve diğer alternatiflerin sonuçlarını araştırır. Birey, alternatifler ile şu anki işi arasında bir değerlendirme yaparak kalmak ya da gitmek için nihai kararını verir (Ege, 2000'den akt. Eronat, 2004). Bu noktada iş tatmininin yüksek olması, kişilerin var olan işlerinde çalışmaya devam etmelerini sağlayabilmekle birlikte tatmin düzeyinin düşük olması kişileri başka alternatifleri değerlendirmeye itebilecektir. Bu bakımdan girişimcilik, birçok özelliği ile önemli bir alternatif olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın örnekleme olarak hastanelerde çalışan hekimler tercih edilmiştir. Örneklem olarak bu alanın ve hekim profesyonellerinin seçilmesini ise bir çok nedene bağlayabiliriz. Bunlar; Endüstriler arasında sağlık bakım endüstrisi belki de en zor karmaşık olan ve pahalı yatırımlar ile hizmet üretme özelliği nedeniyle bu bu sektördeki girişimciliğin önemini daha da arttırarak çalışanların iş doyumunu göz önüne almayı da beraberinde getiriyor. Bilindiği üzere sağlık bakım endüstrisi değişken çevrede, dinamik bir alanda faaliyetlerini sürdürmektedir. Dünyada sağlık endüstrisi yirmi birinci yüzyılın en hızlı büyüyen dört endüstrisinden birisidir. Son yıllarda da ülkemiz sağlık bakım endüstrisi değişim hareketlerine uyum sağlama çabası içerisinde. Sağlık bakım endüstrisi çevresindeki bu hızlı değişim, kazanan ve kaybeden girişimcileri birbirinden ayıracak bir süreci de beraberinde getirmektedir. Daha özelde ise sağlık bakım endüstrisi işgörenleri arasından hekimlerin örneklem olarak tercih edilmesinin en temel nedenlerinden biri hekimlerde mesleki açıdan profesyonelleşmenin yüksek olması ve hastanelerdeki hizmet üretiminde temel yetkinliğe sahip olmalarıdır. Diğer neden ise sağlık hizmetlerinin hekim emriyle başlaması diğer bir ifade ile sağlık bakım endüstrisinin olmazsa olmaz aktörünün hekimlerin olmasıdır.

Bu denli öneme sahip endüstrinin önemli aktörlerinden olan hekimlerin İş tatmin düzeylerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkileri üzerinde araştırma yapılmadığı görülmektedir. Literatür incelendiğinde ise girişimcilik niyeti ile örgütsel davranışın diğer konularının araştırıldığı girişimcilik niyeti (Kickul ve Zaper, 2000) ile örgütsel adalet (Gbadamosi ve Nwosu, 2011), iş doyumunu

(Haynes ve Brockman, 2009; Gbadamosi ve Nwosu, 2011; Lee vd., 2011), örgütsel bağlılık (Salami, 2008; Kickul ve Zaper, 2000), motivasyon (Hessels vd. 2008) üzerine araştırmalar yapıldığı ve bu araştırmalar da sağlık bakım endüstrisi dışındaki işletmeler üzerinden gerçekleştirildiği görülmüştür. Dolayısıyla sağlık bakım endüstrisini ele alan konularda yeterli bilgi birikiminin olmadığı ve önemli bir boşluğun var olduğu iddia edilebilir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümleri şöyle organize edilmiştir. İkinci bölümde iş tatmini ile ilgili kavramsal bilgi ve bulgulara, üçüncü bölümde ise girişimcilik niyeti ile ilgili kavramsal bilgi ve bulgulara yer verilmiştir. Dördüncü bölümde hekimlerden elde edilen veriler analiz yapılarak bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Son olarak bulgular değerlendirilmiş ve bunların literatür ve yönetim uygulamaları için ne anlama geldikleri tartışılarak gelecekte yapılabilecek çalışmalar tanımlanmıştır.

2. İŞ TATMİNİ

İş tatmini, akademik alandan endüstri alanına kadar geniş bir boyutta ele alınan önemli bir konudur (Ealias ve George, 2012: 37). Bu kavram, kişinin işine karşı arzu ettiği sonucun ne kadar tatmin ettiği bakımından hissettiği duygusal reaksiyonu ifade eder (Spector, Fox ve Van Katwyk, 1999'dan akt. Jorfi ve Jorfi, 2011: 1597). Ancak buradaki temel hususlardan biri, iş tatmini veya tatminsizliğinin sadece işin doğası ile ilgili olmamasıdır. Tatmin aynı zamanda kişinin işinin sağlayacaklarına yönelik beklentilerine dayanmaktadır (Spector, 1997'den akt. Lu, Barriball, Zhang vd., 2011: 1018). Bu bakımdan sadece işe yönelik bilgilerin iş tatminini anlamada değerlendirmeye alınması, yapılacak yorumlamanın eksik kalmasına sebep olacaktır. Bu nedenle genel olarak iş tatmininin incelenmesinde iki boyut kullanılmaktadır: İşe ilişkin unsurlar ve çalışana ilişkin unsurlar. Çok popüler iş tatmini araçlarından birine dayanarak Spector (1997) iş tatmininin işle ilgili bazı yönlerini özetlemiştir: takdir, iletişim, iş arkadaşları, yan ödemeler, iş koşulları, işin kendi doğası, örgütün politika ve prosedürleri, ödemeler, kişisel gelişim, promosyon fırsatları, tanınma, güvenlik ve denetim (akt. Lu, vd., 2011). Çalışanların kişisel durumuna ilişkin faktörler ise genel olarak şöyledir; bireyin yapısı, duyguları, düşünceleri, istekleri ile içinde bulunduğu ihtiyaçlar ve bunların şiddet dereceleri (Bayrak Kök, 2006: 293).

Genel olarak bir değerlendirme yapıldığında iş tatmini hem bireysel hem de örgütsel açıdan önem arz etmektedir (Koroğlu, 2012: 276). Blegen (1993), iş tatminiyle örgütsel bağlılığın yüksek düzeyde (.526 düzeyinde); amirleri ile iletişim, özerklik, tanınma, rutinleşme, meslektaşları ile iletişim, adalet ve kontrol odağıyla ise ilişkili olduğunu (.20-.50 düzeyinde) tespit etmiştir. Yapılan diğer çalışmalarda iş tatminsizliği ile işe gelmeme veya geç gelme ve daha ileriki bir nokta olan işten ayrılma ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Çarıkçı, 2000; Eronat, 2004; Clark, 2001). Örgütsel düzeyde önemli olan bir diğer durum çalışanların performansıdır. Gül, Oktay ve Gökçe (2008) sağlık personeli üzerinde yürüttükleri çalışmada iş tatmininin performansı

olumlu düzeyde etkilediğini tespit etmişlerdir. Aşan ve Erenler (2008) iş tatmininin birey üzerindeki etkisini analiz ederken yaşam tatmini boyutunu araştırmışlar ve sonuç olarak iki kavram arasında pozitif yönde orta düzeyde kuvvetli bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. İş tatmininin bireye yönelik olumlu etkilerinden bir diğeri, stresi azaltmasıdır. Flanagan ve Flanagan (2002)'nin ıslahevi hemşireleri üzerinde ve Cooper, Clarke ve Rowbottom (1999)'ın anesteziyönerler üzerinde yaptıkları çalışmalarda iş tatmini ile stres arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bireyin hem ruhsal hem de fiziksel sağlığını tehdit eden stresin azaltılmasında iş tatmininin önemi büyüktür.

Yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlar neticesinde bir genelleme yapıldığında, yüksek düzeyde iş tatmininin örgüte ve bireye olumlu olarak yansıdığı, tatmin düzeyinin düşmesi durumunda ise örgüt bakımından olumsuzlukların yaşandığı ve bununla birlikte bireyin yaşadıklarının da olumsuzlaştığı söylenebilir. İşlerinden tatmin olmayan bireyler, ülkelerindeki işsizlik oranı, iş piyasası koşulları ile bağlantılı olarak başka iş olanaklarını araştırıp, bunların mevcut işleri ile karşılaştırmalı bir değerlendirmesini yaparlar. Sonuç olarak işlerini bırakmaya ya da aynı işyerinde çalışmayı sürdürmeye karar verirler (Hulin, vd., 1985'den akt. Kuzulugil, 2012: 131). Bu noktada hekimlerin karşısına çıkan en önemli alternatiflerden biri kendi işlerini kurmalarıdır. Millan, Hessels, Thurik vd., (2011) ve Bradley ve Roberts (2004) yaptıkları çalışmada maaşlı çalışanlarla karşılaştırıldığında girişimcilerin iş türü bakımından daha yüksek düzeyde iş tatminini yaşadıklarını tespit etmişlerdir. Bu durum muhtemelen girişimciliğin bazı özellikleri ile ilgilidir (Berglund, 2014: 6). Bağımsızlık ihtiyacı ve karar verme özgürlüğü girişimciliğin önemli avantajlardan biridir (Lambing ve Kuehl, 2007: 23; Maier ve Zenovia, 2011: 973). Bir işi başlatmak birçok girişimci için mutluluk kaynağıdır. Özellikle karlı bir alanda iş yapma fırsatı, anlamlı bir başarıma hissi sağlar (Lambing ve Kuehl, 2007: 23). Bununla birlikte girişimcilerin finansal bağımsızlığı, onların toplumsal statüde varlıklı oldukları izlenimini uyandırır (Lambing ve Kuehl, 2007: 23; Arıkan, 2004: 70). Eğer girişimci başarılı bir girişimde bulunmuşsa kar elde ederek ekonomik olarak daha rahat bir yaşam sürebilir (Maier ve Zenovia, 2011: 973).

3. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ

Girişimcilik, temel olarak “işle ilgili fırsatları tanıma, bu fırsatları değerlendirmek için uygun bir risk yönetimini gerçekleştirme ve sonuca ulaşmak için gerekli olan iletişim ve yönetim becerileriyle değer yaratma sürecidir” (Kao, 1989'dan akt. İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010: 11). Bir başka tanıma göre girişimcilik, finansal, fiziksel ve sosyal riskler içeren, zaman ve çaba harcayarak değerli yeni şeyler yaratma ve sonuç olarak parasal, kişisel tatmin ve bağımsızlık ödülleri elde etme sürecidir (Glancey ve McQuaid, 2000: 5; Ripsas, 1998: 105).

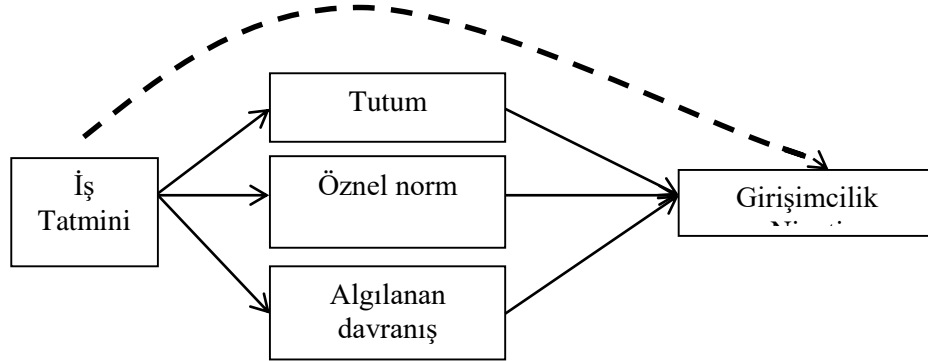
Girişimci olma kararı salt girişimciliğin olumlu ve olumsuz taraflarının değerlendirilmesi sonucu verilmemektedir. Bu süreç birçok değişkeni içinde barındırır. Temel olarak değerlendirildiğinde insan organizması, karar verme sürecinde iç ve dış etmenlerden kaynaklanan sayısız uyarıcının etkisindedir (Aytaç, 2000: 11) ve davranış olgusunun iki temel belirleyicisi vardır. Bunlar; uyarıcılar ve tepkilerdir. Uyarıcılar, davranışları etkileyen etmenler olarak adlandırılırken, bu uyarıcılara karşı belli bir davranış kalıbı olarak tepkiler oluşmaktadır. Girişimcilik davranışı bağlamında değerlendirme yapıldığında girişimcilik davranışını açıklamak için birçok modelin geliştirildiği tespit edilmiştir. Girişimcilik modelleri arasından girişimcilik niyetinin analizi için literatürde kullanılan ana modellerden birinin Planlı Davranış Kuramı (PDK) olduğu tespit edilmiştir (Miralles ve Riverola, 2012: 3; Schlaegel ve Koenig, 2013: 4; Do Paço, Ferreira, Raposo, vd., 2011: 25; Fini, Grimaldi, Marzocchi vd., 2009: 11). PDK, ilk olarak, girişimciliğin genellikle planlı bir davranış olması ve kendiliğinden oluşmaması, ikinci olarak, kuramda gayri resmi kurumların etkisinin de ölçülmesi ve üçüncü olarak kuramın, bir dizi davranış karşısında etkili olduğunun ampirik olarak doğrulanmış olması nedeni ile özellikle önemlidir (Walker, Jeger ve Kopecki, 2013: 185-186).

PDK'da ilk aşama davranış göstermeye yönelik niyetlerin oluşmasıdır. Niyetler ise üç faktörden etkilenmektedir. Bunlar: algılanan davranışsal kontrol, öznel normlar ve davranışa yönelik tutumlardır (Ajzen, 1991: 181). PDK, inançlardan davranışa kadar bütün bir süreci kapsamına rağmen Ajzen'e göre inançları ölçmeye gerek yoktur ve davranışı öngörmek için öznel norm, algılanan davranış kontrolü ve davranışa yönelik bireysel tutumu ölçmek yeterlidir (Başbuğ, 2008: 32). Öznel norm "belli bir davranışı yapmak ya da yapmamak için algılanan sosyal baskı" şeklinde tanımlanmaktadır (Ajzen, 1991: 188). Öznel norm, kişinin önemseydiği grubun göstermeyi düşündüğü davranışa yönelik tutumuna ilişkin algılamasıdır. Durumsal koşullar ve davranışsal farklılıklar, önemsenen grupta kimlerin olacağını belirlemektedir. Bazen bu grup aile ve arkadaşları kapsarken, bazen de genel toplumu ifade edebilmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1970; 1973'den akt. Başbuğ, 2008: 31). Algılanan davranış kontrolü, kişinin belirli bir davranışı gösterebilmesinin ne kadar kolay veya zor olacağına yönelik algılamasını ifade etmektedir. PDK'ya göre, niyetle birlikte algılanan davranış kontrolü, davranışsal başarının doğrudan öngörülmesinde kullanılabilir. Algılanan davranış kontrolü ile davranışsal başarı arasındaki doğrudan ilişkinin beklenmesinin ikinci nedeni, algılanan davranışsal kontrolün gerçek kontrolün ölçülmesi için temsilci olmasıdır (Ajzen, 1991: 183-184). Davranışa yönelik bireysel tutum, davranışı gösterecek olan kişinin, o davranışı gerçekleştirmeye yönelik olumlu veya olumsuz değerlendirmesi ile ilgilidir (Erten, 2002: 68). Olumlu tutum, kişinin davranış göstermeye daha yakın olmasını sağlayacaktır ancak olumsuz tutum ise kişinin bu davranışı göstermekten kaçınmasına sebep olacaktır.

Myler (2015), Forbes’da yayınlanan “Neden Tüm Doktorlar Girişimci Olmalı” yazısında iş operasyonlarının alanları, muhasebe, finans, strateji, pazarlama ve yönetimin tıp pratiğinde de önemli olduğunu vurgulamıştır. Yazısında sağlık sektöründen örnekler vererek, günümüzde sağlık sektöründe girişimciliğe verilen önemi vurgulamıştır. Meyer (2013), “Doktorların Büyük Girişimciler Olmaları İçin 10 Neden” (10 Reasons Why Doctors Make Great Entrepreneurs) isimli yazısında girişimcilik ve hekimlik arasındaki benzerliklere değinmiş ve bu özelliklerin hekimleri başarılı olmaya yaklaştıracağını savunmuştur. Bu özelliklerden bazıları şöyledir: Her iki meslek grubu da hatalarından öğrenirler. Girişimcilik, araştırma ve deneyimlerle ilgilidir ki hekimler bunu her gün hastaları ile gerçekleştirirler. Hekimler, girişimciler gibi belirsizlikle başa çıkmak zorundadırlar. Hekimler, girişimcilik için temel yetenekler olan soru sormak, gözlemlemek, iletişim kurmak ve ilişkilendirmek yeteneklerine sahiplerdir. Hekimler, riski belirleyerek fayda-maliyet analizi yaparlar. Nihayetinde verdikleri tıbbi kararlar, fayda ve risklere dayanmaktadır.

4. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı iş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini tespit etmek ve kamu ve özel hastanelerdeki hekimler arasındaki farklılıkları ortaya koymaktır. Bu kapsamda geliştirilen model Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu araştırma modeli kapsamında geliştirilen ana hipotezler şöyledir:

1H₁: İş tatmini ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2H₁: İş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde tutum (mesleki çekicilik) aracılık etmektedir.

3H₁: İş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öznel norm (sosyal değerlendirme) aracılık etmektedir.

4H₁: İş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde algılanan davranış kontrolü (girişimcilik kapasitesi) aracılık etmektedir.

5H₁: Kamu hastaneleri ve özel hastanelerde çalışan hekimler arasında iş tatmini bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

6H1: Kamu hastaneleri ve özel hastanelerde çalışan hekimler arasında girişimcilik niyeti bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmanın evrenini, Muğla ilinde faaliyet gösteren kamu ve özel hastanelerdeki hekimler oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi seçilmiş olup toplam 126 kişi üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Nicel araştırma yaklaşımının kullanıldığı bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizi için ise SPSS Statistics 20 programı kullanılmıştır.

İş tatmininin ölçülmesi için yirmi soruluk kısaltılmış Minnesota Tatmin Ölçeği (Minnesota Satisfaction Questionnaire), girişimcilik niyetinin ölçülmesinde ise Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen dört boyutlu ölçek kullanılmıştır. Araştırmanın analizine başlanmadan önce nicel verilere ilişkin faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapmak için öncelikle veri setinin uygunluğunun tespitine yönelik KMO örnekleme yeterlilik istatistiği ve Bartlett Kürsellik testi yapılmıştır. Tablo 1'de KMO örnekleme yeterliliğinin 0,870 olduğu görülmektedir. Bu değer önerilen ve genel olarak tatminkar olarak düşünülen asgari KMO değeri 0,7'den (Altunışık vd., 2010) büyük olduğu, ayrıca Bartlett kürsellik testinin de son derece anlamlı olduğu ($\chi^2=4474,868$; $p ,000<,01$) görülmektedir. Bu da faktör analizi çözümünün uygunluğunun işaretidir. Bu iki sayıların karşılanması nedeni ile faktör analizi sonuçlarının değerlendirilmesine geçilmiştir.

Tablo 1. KMO ve Bartlett Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,870
Approx. Chi-Square	4474,868
Bartlett's Test of Sphericity df	780
Sig.	,000

Faktör analizi sonucunda iş tatminine ilişkin 2 ifade, uygun faktörlere yüklenmediği için analizden çıkarılmışlardır. Bu süreç sonunda kalan 38 gösterge ile Varimax döndürülmüş faktör analizi yapılmıştır. Tablo 2'de faktör döndürme işlemi sonucunda ortaya çıkan nihai çözüm ve faktörlerin görece yükleri ve açıklayıcılık düzeyleri yer almaktadır. Bu veriler değerlendirildiğinde göstergelerin kuram ile uyumlu faktörleri oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca bütün faktör yükleri 0.50'den büyük olduğu için yapı geçerliliğinin olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Döndürülmüş Faktör Analizi Çözümü^a

	İçsel iş tatmini	Dışsal iş tatmini	Girişimcilik kapasitesi	Mesleki çekicilik	Girişimcilik niyeti	Öznel norm
istatmini9	,802	,184	,015	,145	-,116	-,092
istatmini8	,795	,097	,116	,131	,036	-,080
istatmini11	,783	,273	,046	,024	,013	-,043
istatmini2	,688	,207	-,055	-,029	-,043	,071
istatmini1	,680	,337	,004	,066	-,154	,027
istatmini16	,656	,356	,074	-,225	,136	-,042
istatmini20	,654	,399	,027	,023	,025	,088
istatmini15	,616	,361	,126	-,205	,116	,081
istatmini10	,604	,336	,108	,273	-,188	-,077
istatmini7	,548	,310	,183	-,134	-,117	-,147
istatmini5	,257	,855	,023	-,032	-,021	,020
istatmini6	,317	,829	,009	-,025	-,015	,040
istatmini17	,350	,765	-,108	-,030	,037	-,007
istatmini19	,344	,748	-,054	-,002	-,074	,082
istatmini13	,261	,705	-,050	,080	,064	-,014
istatmini14	,233	,661	,188	,018	,003	-,180
istatmini18	,444	,607	-,062	,029	-,101	,105
istatmini12	,563	,594	-,053	-,054	,173	,036
gk4	,079	-,004	,871	,134	,257	,045
gk5	,120	-,018	,819	,148	,239	,079
gk3	,119	-,005	,797	,241	,311	,091
gk2	-,019	,104	,763	,276	,325	,095
gk6	,130	-,120	,751	,221	,201	,217
gk1	,023	,007	,680	,327	,144	,153
mc4	-,028	-,032	,155	,859	,300	,062
mc5	-,026	-,053	,262	,813	,302	,076
mc2	,091	,030	,270	,799	,250	,112
mc1	,113	,071	,251	,760	,180	,059
mc3	-,011	-,078	,264	,754	,315	-,018
gn5	-,052	-,054	,332	,299	,835	,019
gn4	-,021	-,070	,318	,308	,834	-,006
gn6	-,008	-,058	,332	,298	,824	,008
gn3	-,045	,062	,338	,474	,707	,024

gn2	-,057	,078	,413	,355	,648	,089
gn1	-,161	,171	,334	,362	,533	,150
on2	,033	-,007	,042	,106	,133	,900
on3	,025	,021	,195	,080	,098	,870
on1	-,174	,016	,294	,033	-,150	,670

Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.

Rotasyon Yöntemi: Kaiser Normalleştirme ile Varimax.

a. Rotasyon 10 tekrarlama sonucu yakınsanmıştır.

Analizlerin son aşamasında 6 faktörlü yapının varyansı açıklama oranının %71,477 olduğu ve çok faktörlü desenlerde, açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olmasının yeterli kabul edilmesi (Çokluk vd., 2012) nedeniyle çalışmaya güvenilirlik analiziyle devam edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir. Tüm boyutlar için güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir (Saruhan ve Özdemirci, 2011: 140).

Tablo 3. Soru Gruplarının Güvenilirlik Katsayıları

	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Mesleki çekicilik	,934	5
Öznel norm	,805	3
Girişimcilik kapasitesi	,933	6
Girişimcilik niyeti	,950	6
İçsel tatmin	,911	10
Dışsal tatmin	,922	8

4.1. Bulgular

Katılımcıların %65,9'u Kamu, %34,1'i özel hastanede çalışmaktadır. Bunların %29,4'ü kadın, %70,6'sı erkek hekimlerdir ve %81'i evli, %19'u ise bekar. Yaş dağılımları; Katılımcıların %3,2'si 30 yaş altı, %34,1'i 31-40, %34,9'u 41-50, %18,3'ü 51-60 ve %9,5'i 61 yaşın üstünde şeklindedir. Katılımcıların %50,8'inin tam zamanlı çalışma geçmişi 1-19 yıl aralığında, %49,2'sinin 20-45 yıl aralığındadır. Bununla birlikte %54'ü 0-3 yıl, %46'sı ise 3-25 yıldır şimdiki iş yerlerindeki çalışmaktadırlar. Katılımcıların %37,3'ü dahili birimlerde, %36,5'i cerrahi birimlerde ve %26,2'si ise temel birimlerde çalışmaktadırlar.

Hipotezlerin test edilmesine yönelik öncelikle regresyon analizleri yapılmıştır. Tablo 4'te içsel ve dışsal tatmin düzeyinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinin bulunup bulunmadığına yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Bu verilere göre değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu nedenle H_1 "İş tatmini ile girişimcilik niyeti arasında

anlamli bir ilişki vardır” desteklenmemiştir. Bu ilişkinin olmaması nedeni ile aracılık etkisine yönelik yapılacak analizler de yapılmamış ve dolayısıyla 2H₁ “İş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde mesleki çekicilik aracılık etmektedir”, 3H₁ “İş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde sosyal değerlendirme aracılık etmektedir” ve 4H₁ “İş tatmininin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimcilik kapasitesi aracılık etmektedir” desteklenmemiştir.

Tablo 4. Regresyon Analizi^a

Model	Standardize Edilmemiş Katsayı		Standardize Edilmiş Katsayı	t	Sig.
	B	Std. Hata			
(Sabit)	4,026	,782		5,150	,000
1 İçsel tatmin	-,141	,286	-,063	-,492	,623
Dışsal tatmin	,059	,226	,033	,260	,795

a. Bağımlı Değişken: girişimcilik niyeti

Kamu ve özel hastanelerde çalışan hekimlerin tatmin düzeyleri ve girişimcilik niyetlerine yönelik veriler Tablo 5’te gösterilmiştir. Bu verilere göre özel hastanelerde çalışan hekimlerin hem içsel hem de dışsal tatminlerinin kamu hastanelerinde çalışan hekimlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Girişimcilik niyeti bakımından karşılaştırma yapıldığında kamuda çalışan hekimlerin girişimcilik niyetinin özel sektörde çalışan hekimlerden bir miktar daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. Hastane Türüne Göre İçsel Tatmin, Dışsal Tatmin ve Girişimcilik Niyeti

	Hastane türü	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hataların Ort.
İçsel tatmin	Kamu	83	3,6120	,81081	,08900
	Özel	43	4,2512	,40905	,06238
Dışsal tatmin	Kamu	83	2,9021	,98058	,10763
	Özel	43	3,7471	,62707	,09563
Girişimcilik niyeti	Kamu	83	3,7952	1,67787	,18417
	Özel	43	3,4419	1,70157	,25949

Tablo 6’da yukarıdaki farklılıkların anlamlılık düzeylerine ilişkin t testi sonuçları gösterilmektedir. Bu verilere göre içsel ve dışsal tatmin bakımından iki grup arasında anlamlı bir farklılık bulunurken, girişimcilik niyeti bakımından anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Bu kapsamda 5H₁: “Kamu

hastaneleri ve özel hastanelerde çalışan hekimler arasında iş tatmini bakımından anlamlı bir farklılık vardır” desteklenmiş ancak H_1 : “Kamu hastaneleri ve özel hastanelerde çalışan hekimler arasında girişimcilik niyeti bakımından anlamlı bir farklılık vardır” ise desteklenmemiştir.

Tablo 6. Hastane Türüne Göre İçsel Tatmin, Dışsal Tatmin ve Girişimcilik Niyeti Karşılaştırmalarına Yönelik t Testi

		Eş Varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin t-Testi				
		F	P	t	S.D.	P (çift kuyruk)	Ort. Farkı	Std. Hata Farkı
İçsel tatmin	Eş varyans varsayımı	5,447	,021*	-4,852	12	,000	-,639	,131
	Eş varyans varsayımı yok			-5,881	123,95	,000	-,639	,108
Dışsal tatmin	Eş varyans varsayımı	11,644	,001*	-5,128	12	,000	-,844	,164
	Eş varyans varsayımı yok			-5,869	118,45	,000	-,844	,143
Girişimcilik niyeti	Eş varyans varsayımı	,007	,933	1,115	12	,267	,353	,316
	Eş varyans varsayımı yok			1,110	84,04	,270	,353	,318

* $p < 0,05$

5. SONUÇ

Türkiye’de son yıllarda birçok sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe de serbest piyasa eğilimli politikalara yer verilmekte, özel teşebbüsün sağlık sektöründe daha fazla yatırım yapması özendirilmektedir. Sağlık hizmetleri doğası gereği kamusal mal ve hizmet özelliği taşımakla birlikte özellikle tedavi hizmetleri bakımından günümüzde ticari anlayışın öne çıktığı söylenebilir.

Serbest girişimin gerek vergi muafiyeti, gerekse teşviklerle desteklendiği sağlık alanında önemli bir karar verici konumunda olan hekimlerin girişimcilik niyetlerinin incelenmesi ve bunun bağlı oldukları kurumdaki iş tatmin düzeyleriyle ilişkilendirilmesi bu çalışmanın konusunu oluşturmuştur.

Çalışmadan elde edilen bulgulara bakıldığında, genel olarak hekimlerin çalıştıkları kurumlardaki iş tatmin düzeylerinin onların girişimcilik niyetini etkilemediğini, dolayısıyla iş tatmin düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişkinin kurulamadığı anlaşılmaktadır. Diğer sektörleri inceleyen araştırmalarda iş tatminin girişimcilik niyetini etkilediğini öne sürmektedir

(Brockhaus, 1980; Eisenhauer, 1995; Watson vd., 1998). Örgütsel koşulların kötü olması, iş doyum düzeyinin düşmesini tetiklediğini bunda yeni bir iş girişimine yönelttiğini, (Lee ve ark., 2011), işinde düşük doyum sağlamış hayal kırıklığına uğrayan personelin alternatif iş girişimlerini daha fazla dikkate aldığına (Henley, 2007; Brockhaus, 1980; Cromie ve Hayes, 1991) dair sonuçlar elde edilmiştir. Lee ve ark.(2011) tarafından Singapur'da bilgi teknolojileri personeli üzerinde yapılan araştırmada ise iş tatmin düzeyi düşük personelin girişimcilik niyetinin yükseldiği ve arasında güçlü bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Aynı çalışmada kendi yeteneklerine güvenen ve iş doyum düzeyi düşük olan bilgi işlem uzmanı personelin, kendi işini kurmada daha istekli olduğu ve girişimcilik niyeti yüksek sonucuna ulaşmışlardır. Lee ve ark. (2011), düşük iş tatmin düzeyinin girişimcilik niyetini etkilemede tek başına yetersiz kaldığını önermektedirler. Bunun sebebini ise Schjoedt ve Shaver (2007) büyük bir olasılıkla düşük iş tatmin düzeyinin girişimcilik niyeti üzerindeki faktörlerinin belirsiz olduğunu ileri sürmektedir. Dolayısıyla hekimlerin iş tatmin düzeylerinin girişimcilik niyetlerini etkilemede rolünün olmaması sonucunu Lee ve ark. (2011), Schjoedt ve Shaver, (2007) çalışmalarında elde ettikleri bulgular destekler niteliktedir denilebilir. Bununla birlikte kamuda ve özelde çalışan hekimlerin iş tatmin düzeyleri arasında farklılık olduğu - özel hastanelerde çalışan hekimlerin daha yüksek olduğu- tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre iş tatmini açısından; özel hastane hekimlerinde özerkliğin daha fazla olduğu, kamu hastanelerinde ise çalışanların daha kontrollü hareket ettikleri ya da merkezi yapının daha ağır bastığı söylenebilir.

Meslek dışı yaşamı da doğrudan etkileyerek sürekli özveri isteyen hekimlik mesleğinde iş doyumunu büyük önem kazanmaktadır. Sağlık hizmetleri; yoğun stresler yaşayan hasta bireye hizmet verme güçlüğünün yanı sıra bu alanda görev yapan profesyonellerin günlük çalışmalarında sık sık stres yaratıcı olaylarla karşı karşıya kalmaları nedeniyle, diğer sektörlerden farklılık arz etmektedirler. Bir diğer farklılık nedeni ise hekim meslek grubunun örgütsel hedeflerden ziyade mesleki hedefleri önceliklerine almaları olarak görülebilir. Bu tür faktörlerden dolayı yapılan araştırmanın bulgularının iş doyumunun girişimcilik eğilimlerini etkilemede bir faktör oluşturmayacağı yönünde düşünülebilir. Diğer bir ifade ile hekimlik mesleğinin kendine has özellikleri ve kültürünün varlığı, hekimlerin çalıştıkları kurumlardaki iş tatmin düzeylerinin onların girişimcilik niyetini etkilemeyebileceği, dolayısıyla iş tatmin düzeyleri ile girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişkinin kurulamayacağı yönünde sonuca ulaştırılabilir.

Literatürde sağlık bakım endüstrisi çalışanlarının iş tatmini ve girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkilere yönelik çalışmalara doğrudan rastlanılmamıştır. Dolayısıyla söz konusu çalışma ile doğrudan ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmadığından araştırma sonuçları ile karşılaştırma yapma olanağı elde edilememiştir.

Sonuç olarak Muğla ili özelinde hekimlerin girişimcilik niyetlerinin çalıştıkları kurumlardaki iş tatmin düzeylerinden bağımsız olduğunu göstermektedir. Bu sonucu destekler nitelikte elde edilen önemli bir bulgu ise, çalışma kapsamında kamu hastanelerinde çalışan hekimlerin yine kamu da çalışmayı, özel hastanelerde çalışan hekimlerin de yine özel sektör hastanelerinde çalışmayı daha çok tercih etmeleri, dolayısıyla hekimlerin bağlı oldukları kurumlardan iş tatmin düzeylerinin yüksek olduğudur. Bu itibarla hekimlerin girişimcilik niyetlerini etkilemesi muhtemel başka değişkenlerle ilgili çalışmaların yapılması ileriye dönük bir öneri olarak sunulabilir.

Yapılan araştırma, uygulama gücü ve zaman kısıtlılığı nedeniyle sadece tek bir ildeki kamu ve özel sektör hastanesinde görev yapan hekimler arasında kolayca örneklem yoluyla araştırma yapılmıştır. Ülkemizde görev yapan diğer hekimler için genelleneme yapılamaz. Bundan sonraki yapılacak çalışmalar daha büyük örneklerle, farklı illerde görev yapan hekimler üzerinde karşılaştırmalı olarak yapılması araştırmanın güvenilirliğinin katkı sağlayabileceği ve sağlıklı sonuçların çıkmasına da yardımcı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırma sadece bir ildeki Sağlık Bakanlığına bağlı hastaneler ile özel sektör hastanelerinde çalışan hekimler üzerine yapıldığından, bundan sonra konu ile ilgili yapılacak araştırma ve projelerde Sağlık Bakanlığına bağlı hastaneler, özel dal hastaneleri, üniversite hastaneleri, özel sektör hekimlerinin ve diğer sağlık personelinin de kapsanması sağlık yönetimi açısından önemli bulgu ve sonuçlar gösterebilecektir. Sağlık ve hastane yönetimi özelinde yönetim ve organizasyon teması dahilinde örgütsel güven, örgütsel bağlılık, iş doyumu, örgüt kültürü, örgütsel destek, örgütsel adalet, kişilik özellikleri gibi konular ile girişimcilik temalı konuların ilişkisini araştıran kapsamlı çalışmalara Türkiye sağlık sektöründe ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun için sağlık bakım endüstrisinde başta hekimler olmak üzere diğer sağlık profesyonellerine ilişkin örgütsel davranış konuları ile girişimcilik ilişkilerini araştıran konuların göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. 6. Baskı, Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aşan, Ö. ve Erenler, E. (2008). İş Tatmini ve Yaşam Tatmini İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 203-216.

- Aytaç, S. (2000). İnsan Anlama Çabası (Psikolojiye Giriş). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Ayeni, C. O., ve Phopoola, S. O (2007). Work Motivation, Job Satisfactions and Organizational Commitment of Library Personnel in Academic And Research Libraries in Oyo State, Nigeria. *Library Philosophy and Practice*.
- Başbuğ, G. (2008). Üniversiteden Yeni Mezun Olan Gençlerin İş Arama Davranışlarının Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Araştırılması. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Bayrak Kök, S. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20(1), 291-317.
- Berglund, V. (2014). Entrepreneurs Subjective Well-Being and Job Satisfaction: Does Personality Matter?. Erişim tarihi: 30.07.2015, <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:762866/FULLTEXT01.pdf>
- Blegen, M. A. (1993). Nurses' Job Satisfaction: A Meta-Analysis Of Related Variables, *Nursing Research*. 42(1), Erişim tarihi: 20.07.2015, http://journals.lww.com/nursingresearchonline/Abstract/1993/01000/Nurses__Job_Satisfaction__A_Meta_Analysis_Of.7.aspx
- Bradley, D. E. ve 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.
- Brockhaus, R.H. (1980). The Effect Of Job Dissatisfaction on The Decision to Start A Business. *Journal of Small Business Management*, (18), 37-43.
- Clark, A. E. (2001). What Really Matters in a Job? Hedonic Measurement Using Quit Data. *Labour Economics*, 8(2), 223-242.
- Cooper, C. L., Clarke, S. ve Rowbottom, A. M. (1999). Occupational Stress, Job Satisfaction and Well-Being in Anaesthetics, *Stress and Health*. 15(2), 115-126.
- Cromie, S., ve Hayes, J. 1991. Business Ownership As A Means Of Overcoming Job Dissatisfaction. *Personnel Review* 20(1):19-24.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları. 2. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Do Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., ve diğerleri. (2011). Behaviours and Entrepreneurial Intention: Empirical Findings About Secondary Students. *J IntEntrep*, (9), 20-38.

- Ealias, A. ve George, J. (2012). Emotional Intelligence and Job Satisfaction: A Correlational Study. *The International Journal's Research Journal of Commerce & Behavioural Science*, 1(4), 37-42.
- Eroğlu, F. (2011). *Davranış Bilimleri*. 11. Baskı, İstanbul: Beta Basım.
- Eronat, Z. (2004). İşletmelerde İş Tatmini ve İşgücü Devir Hızı Problemlerinin Çözümünde Bir Faktör Olarak İletişim; KOBİ'lerde Ampirik Bir Uygulama. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Erten, S. (2002). Kız ve Erkek Öğrencilerin Evde Enerji Tasarrufu Yapma Davranış Amaçlarının Planlanmış Davranış Teorisi Yardımıyla Araştırılması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (22), 67-73.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L. ve diğerleri (2009). The Foundation of Entrepreneurial Intention. Erişim tarihi: 15.08.2015, <http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=5955&cf=32>
- Flanagan, N. A. ve Flanagan, T. J. (2002). An Analysis of the Relationship Between Job Satisfaction and Job Stress in Correctional Nurses. *Research in Nursing & Health*, (25), 282-294.
- Gbadamosi, L., ve Nwosu, J.C.(2011).Entrepreneurial Intention, Organizational Justice and Job Satisfaction as Determinants of Employees' Organizational Commitment: Evidence from Babcock University Nigeria , Proceedings of Informing Science & IT Education Conference (InSITE)
- Glancey, K. S. ve McQuaid, R. W. (2000). *Entrepreneurial Economics*. New York: Palgrave.
- Gül, H., Oktay, E. ve Gökçe, H. (2008). İş Tatmini, Stres, Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti ve Performans Arasındaki İlişkiler: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 15. Erişim tarihi: 27.07.2015,<http://www.akademikbakis.org/eskisite/15/performans.pdf>
- Haynes, Paula J.; Brockman, Beverly K.(2009). Satisfaction, Stress, And Entrepreneurial Intentions. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 15 (1-2), 1-23.
- Henley, A. (2007). Entrepreneurial Aspiration and Transition Into Self-Employment: Evidence from British longitudinal Data. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(3), 253–280.
- Hessels, J., Van Gelderen, M.W.veThurik, A.R. (2008). Entrepreneurial Aspirations, Motivations, and Their Drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- İrmiş, A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü, Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

- Jorfi, H. ve Jorfi, S. (2011). Strategic Operations Management: Investigating the Factors Impacting Communication Effectiveness and Job Satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (24), 1596-1605.
- Kickul, J. ve Zaper, J.(2000). Untying The Knot: Do Personal and Organizational Determinants Influence Entrepreneurial Intentions?. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 15 (3), 57–77.
- Köroğlu, Ö. (2012). İçsel ve Dışsal İş Doyum Düzeyleri İle Genel İş Doyum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 275-289.
- Krueger, Jr. N., F., Reilly, M. D. ve Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, (15), 411-432.
- Kuzulugil, Ş. (2012). Kamu Hastaneleri Çalışanlarında İş Tatminini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 41(1), 129-141.
- Lambing, P. A. ve Kuehl, C. R. (2007). *Entrepreneurship*. 4th Ed., New Jersey: Pearson.
- Lee, L., Wong, P.K., Foo, M.V. ve Leung, A. (2011). Entrepreneurial Intentions: The Influence of Organizational and Individual Factors. *Journal of Business Venturing*, (26) 124–136
- Liñán, F. ve Chen, Yi-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1042(2587), 593-617.
- Lu, H.,Barriball, K. L., Zhang, X. ve diğerleri (2011). Job Satisfaction among Hospital Nurses Revisited: A Systematic Review. *International Journal of Nursing Studies*, 49 (2012), 1017-1038.
- Maier, V. ve Zenovia, C. P. (2011). Entrepreneurship versus Intrapreneurship. *Review of International Comparative Management*, 12(5), 971-976.
- Meyer, A. (2013). 10 Reasons Why Doctors Make Great Entrepreneurs. Erişim tarihi: 03.08.2015, <http://miter.mit.edu/10-reasons-why-doctors-make-great-entrepreneurs/>
- Millan, J. M., Hessels, J., Thurik, R. ve diğerleri (2011). Determinants of Job Satisfaction: A European Comparison of Selfemployed and Paid Employees. Erişim tarihi: 30.07.2015, <http://www.ondernemerschap.nl/pdf-ez/H201106.pdf>
- Miralles, F. ve Riverola, C. (2012). Entrepreneurial Intention: An Empirical Insight to Nascent Entrepreneurs. XXIII ISPIM Conference – Action for Innovation: Innovating from Experience – in Barcelona, Spain, 1-12.

- Myler, L. (2015). Why All Doctors Should Be Entrepreneurs. Erişim tarihi: 03.08.2015, <http://www.forbes.com/sites/larrymyler/2015/04/16/why-all-doctors-should-be-entrepreneurs/>
- Ripsas, S. (1998). Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10, 103-115.
- Ruef, M. ve Lounsbury, M. (2007). The Sociology of Entrepreneurship. *Research in the Sociology of Organizations*, 25, Amsterdam: Elsevier JAI.
- Salami, O. S. (2008). Demographic And Psychological Factors Predicting Organizational Commitment Among Industrial Workers. *Anthropologist*, 10(1) 31 – 38.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*, 3. Baskı, İstanbul: Beta Basın Yayım.
- Schlaegel, C. ve Koenig, M. (2013). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, DOI: 10.1111/etap.12087, 1-42.
- Schjoedt, L. Ve Shaver, K.G. (2007). Deciding on an Entrepreneurial Career: A Test Of the Pull And Push Hypotheses Using The Panel Study Of Entrepreneurial Dynamics Data. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (5), 733–752.
- Shane, S., Locke, E.A.ve Collins, C.J.(2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13 (2), 257–279.
- Shaver, K. G. ve Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *ET&P*, 23-45.
- Walker, J. K., Jeger, M., Kopecki, D. (2013). The Role of Perceived Abilities, Subjective Norm and Intentions in Entrepreneurial Activity. *The Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 181–202.
- Watson, K., Hogarth-Scott, S. ve Wilson, N.(1998). Small Business Start-Ups: Success Factors and Support Implications. *International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4 (3), 217–238.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M. ve Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. 5. Baskı, New Jersey: Pearson International Edition.

Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması

Arş. Gör. Hale ÇOLAKOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
İİBF, İşletme Bölümü
hale4253@gmail.com

Arş. Gör. Tanju ÇOLAKOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
İİBF, ÇEEİ Bölümü
tanjuolakoglu@gmail.com

Öz

Girişimciliğin, genetik bir özellik olmanın yanında eğitim ve öğrenme sonucunda edinilen bir davranış değişikliği olduğu birçok araştırmacı tarafından ifade edilmektedir. Bu bağlamda girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkarılmasında en önemli görülen faktörlerden biri eğitimidir. Girişimcilik eğitiminde amaç bir kişide girişimcilik potansiyeline yönelik olarak gizli kalmış bir takım özelliklerin ortaya çıkmasına ve böylece kişilerin kendi işini kurarak bağımsız çalışabilmelerine olanak sağlamaktır. Ayrıca, girişimcilik eğitimi bireylerin öz yetenekleri ile ilgili farkındalıklarının artmasını sağlamaktadır ve bu farkındalık da girişimcilik potansiyeli üzerindeki etkili olmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, öz yeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli açısından girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrenciler arasındaki farklılıkların araştırılmasıdır. Bu amaca yönelik olarak öz yeterlilik algısı, girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğitimi alma durumuna ilişkin literatürden elde edilen ölçekler kullanılarak anket formu yapılandırılmıştır. Bu anket formu aracılığıyla bir devlet üniversitesinde öğrenim gören İşletme Bölümü öğrencilerinden veri toplanmıştır.

Çalışmanın sonunda elde edilen bulgular literatürde var olan sonuçlar ile karşılaştırılacaktır. Ayrıca bulgular tartışılacak ve araştırmacılar ve uygulamacılar için öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğitimi, Öz Yeterlilik Algısı, Girişimcilik Potansiyeli

A Field Study About Interaction of Entrepreneurship Education, Self-Efficacy Perception, Entrepreneurship Potential In Universities

Abstract

Addition to being a genetic attribute entrepreneurship is a behavioral change that gained with education and learning according to various researchers. Due to that context on of the most important factors that improve entrepreneurship potential is education. The purpose of entrepreneurship education is to reveal the hidden specialties of individuals that effect entrepreneurship potential and thus allows individuals to work independently by creating their own business. Moreover entrepreneurship education increases the awareness about self-efficacy and this awareness is affective over entrepreneurship potential as well.

The aim of study is, to find out the differences of the students getting entrepreneurship

education about self-efficacy perception and entrepreneurship potential and students without that education. To achieve this aim questionnaire is formed by using scales about entrepreneurship education, self-efficacy perception and entrepreneurship potential from the literature. Data is collected from business administration students at a state university in Turkey.

Finally the findings of the study will be compared with literature. Discussion about findings and suggestion to potential researchers will be made as well.

Key Words: Entrepreneurship Education, Self-Efficacy Perception, Entrepreneurship Potential

1. Giriş

Girişimcilik geçmişten günümüze, dünyada ve ülkemizde önemini koruyan ve artıran bir kavramdır. Kişiler, yeni fırsatları yakalamak, kendilerini ifade edebilecekleri, çalışma hayatlarını ve kazançlarını esnekleştirecek; buldukları ülkenin ekonomisine katkıda bulunacak, istihdamı arttıracak, çıkar çevrelerine kazanç ve işbirliği olanakları sunacak yeni işler kurmak istemektedirler. Girişimci, amaçlarına ve hayallerine ulaşmak için hesaplanabilir risk alıp kendi işini kuran ve sürekliliğini sağlamaya çalışan kişi olarak düşünülebilir. Girişimci, başarılı olmak, işini büyütürken kendisinin ve ailesinin geçimini sağlamak, toplumda saygın bir yer edinmek ister (Karabulut, 2009:332).

Girişimci davranışın günümüz iş dünyasındaki önemi artmaktadır. Üretim faktörleri dünya geneline yayıldıkça, faktörlere sahip olanlar arasında rekabet şiddetlenmekte ve rekabeti kazanmada girişimci davranış belirleyici bir konuma gelmektedir. Girişimciliğin, genetik bir özellik olmanın yanında eğitim ve öğrenme sonucunda edinilen bir davranış değişikliği olduğu birçok araştırmacı tarafından ifade edilmektedir. Bu varsayım, girişimcilik eğitimi almamış bireylerin girişimsel öz yeterliliklerinin farkında olmaları her zaman mümkün olmayabilir. Bu farkındalığı sağlamak için girişimcilik eğitimi önemlidir. Okullarda verilen girişimcilik eğitiminin, bireylerin bu öz yeterliliklerinin farkında olmalarına ve bu girişimcilik potansiyelin ekonomik katma değere dönüştürmede fırsatlar sunabileceği araştırılmalıdır. (Tağraf ve Halis, 2008:92).

Bu çalışmada öz yeterlilik algısı, girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğitimi kavramları ele alınmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, öz yeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli açısından girişimcilik eğitimi alan ve almayan İşletme Bölümü öğrencileri arasındaki farklılıkların araştırılmasıdır. Araştırma evreni olarak İşletme Bölümü öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, bu bölümün kuruluş amacının temelinde girişimci yetiştirme düşüncesinin olmasından kaynaklanmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Girişimcilik ve Girişimci Kavramı

Girişimcilik kavramı literatüre girmeye başladığı dönemlerde bir işe yeltenme, bir iş kurma ve bu bağlamda risk alma olarak tanımlanmış, daha sonra fikirlerin ortaya konulması, onların ürün ve hizmete dönüştürülmesi ve pazara sunulması faaliyetleri olarak genişletilmiştir (Zhao, 2005: 26). Girişimcilik, yeterli çaba ve zaman tahsis edilerek, finansal, fiziksel ve sosyal risklere katlanılarak parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde edilerek yeni bir değer yaratma sürecidir (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007:64; Hisrich ve Peters, 1998). Girişimcilik, yeni ve bilinmeyen bilginin yaratılması olup, var olan fırsatların görülmesi ya da fırsatların yaratılması sürecini içerir (Korkmaz, 2012: 211; Hisrich ve Peters, 2002: 47).

Girişimcilik, bireylerin belirli fırsatlardan yararlanmak için çeşitli kaynakların ve süreçlerin araştırıldığı, değerlendirildiği ve faydalandığı bir süreç olarak tanımlanabilir (Shane ve Venkataraman, 2000). Girişimciliğin ortak özellikleri arasında, kar elde etmek (Hallak, Brown ve Lindsay, 2011), eldeki kaynakları, koşulları ve fırsatları etkili şekilde değerlendirmek (Ağca ve Yörük, 2006; Bayrakdar, 2011; Mueller ve Thomas 2001), yaratıcı ve yenilikçi faaliyetlerde bulunmak (Beugelsdijk ve Noorderhaven, 2005; Hisrich ve Antoncic 2004; Jaafar, Abdul-Aziz, Maideen & Mohd, 2011; Shaw, Loughlin ve McFadzean, 2005; Thompson, 2002) yer almaktadır. Girişimcilik, ülkelerin ekonomik olarak büyümelerinde önemli bir role sahiptir. Öyle ki, dünyada birçok ülke, vatandaşlarının girişimcilik faaliyetinde bulunması için farklı teşvik yolları bulmaya başlamışlardır. Türkiye’de de özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme İdaresi Başkanlığı’nın (KOSGEB) girişimcilik destek programı başta olmak üzere, Avrupa Birliği’nin girişimci destek fonları, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), TUBİTAK, Teknopark&Teknokent, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ve Tekno Girişim gibi farklı kurum ve kuruluşlar çeşitli yollarla girişimcilere destekler sağlamaktadırlar (Türkmen ve İşbilir, 2015:19)

Girişimci ise yeni fikirler oluşturan, bunları uygulamaya dönüştüren ve bütün bunları yaparken yaratıcılığını ortaya koyup, istek ve şevkini kullanan kişidir (Kao, 1989:91). Daha geniş bir kapsamda girişimci tanımı, işletme sahipliği, karar verme, liderlik ve şirket yönetimine aktif olarak katılma gibi pek çok fonksiyonu içine almaktadır (Brandstätter, 1997:160). Fırsatların görülmesi ve bu fırsatların değerlendirilmesi, fırsatlardan yararlanmak için kaynakların riske edilmesi, fikirlerin yatırıma dönüştürülme sürecinin yönetilmesi ve sonuçta değer yaratılması, o kişiye girişimcilik vasfını kazandıran ve onu toplumun diğer bireylerinden farklılaştıran en önemli özelliklerdir. Bu özellikleriyle girişimci kişi, yenilikçi, yaratıcı, endüstri içi ve endüstriler arası organizatör, ekonomik büyümede rol modeli (Allen, 2006:13) ve bütün bunları yaparken riski üstlenebilen kişi olarak tanımlanmaktadır (İrmiş ve Barutçu, 2012:3).

2.2. Üniversite ve Girişimcilik Eğitimi

Ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik, psikolojik, kişilik özelliklerin ve demografik unsurların birleşmesiyle ortaya çıkan girişimcilik, bireylerin yüksek bir girişimcilik motivasyonuna ve girişimcilik ruhuna sahip olmaları ve girişimcilik faaliyetlerine isteklilik göstermeleriyle ortaya çıkmaktadır (İşcan ve Kaygın, 2011: 276).

Bir girişimcinin hareket noktasını aldığı eğitim, bu eğitimi kullanabilme yetisi, ailede ve toplumda kendisine tanınan olanaklar ve iş yüküne kadar her şey girişimcinin hareket noktasını oluşturmaktadır (Kutaniş ve Hancı, 2004: 457). Girişimcilik eğitimi, özellikle gençlerin girişimsel tutum ve davranışlarının oluşmasında en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Genel olarak eğitimin gençlerin tutum ve gelecekle ilgili arzu ve hayalleri üzerindeki etkisinden dolayı potansiyel girişimcilerin yetiştirilmesi ve geliştirilmesi bakımından da bir gereksinim olarak önemi anlaşılmaya başlanmıştır (Korkmaz, 2012:211).

Girişimcilik eğitimi bir toplumun sosyo-ekonomik ileri yönlü değişiminin temelini oluştururken; girişimsel beceri ve tutumların oluşturulması açısından büyük bir öneme sahiptir. Literatürde girişimcilik eğitiminin tanımı çok farklı şekillerde yer almaktadır. Aynı şekilde girişimcilik eğitiminin nasıl olması gerektiği konusunda da anlaşılmış ortak bir çatı ve üzerinde uzlaşılan başarılı bir model oluşturulamamıştır (Rasmussen ve Sorheim, 2006:187). Guzmán ve Liñán'a (2005:5) göre girişimcilik eğitimi; "tüm eğitim seti ve eğitim faaliyetleri girişimci davranışlarını gerçekleştiren katılımcılar geliştirmek, ya da bu niyeti etkileyen girişimcilik bilgisini ve girişimci olma istekliliği gibi bazı unsurları geliştirmeye çalışmaktır". Raposo ve Paço,'ya göre (2011:456) girişimcilik eğitimi; "bir kişinin hayatında fırsatları görebilme, yeni fikirler üretme, fırsatları takip etme becerisi ve gerekli kaynakları bulma, yeni bir firma kurmak ve işletmek, yaratıcı ve eleştirel bir şekilde düşünme yeteneğini içermektedir." Bu yeteneğin eğitime dönüştürülmesiyle, girişimcilik eğitiminin girişimciliğin ortaya çıkmasındaki ve gelişmesindeki en büyük yardımcı faktörlerden biridir (Yılmaz, 2014:304).

Üniversiteler araştırmaların ticarileştirilmesi yoluyla ve yeni girişimler için tohum atarak girişimciliğin gelişimine doğrudan katkıda bulunurken, girişimci adaylarına verilen eğitimleri ile de dolaylı yoldan fayda sağlamaktadırlar (Rasmussen ve Sorheim, 2006: 185–186). Özellikle üniversitelerin başarılı girişimciler yetiştirmek için nasıl bir eğitim uygulayacakları konusuna odaklanmaları gerekmektedir (Bozkurt ve Alparslan, 2013:8).

Girişimcilik eğitiminde amaç bir kişide girişimcilik potansiyeline yönelik olarak gizli kalmış bir takım özelliklerin ortaya çıkmasını ve farkında olmasını sağlamaktır. Girişimci niteliklere sahip olanların yanlış işler yapmalarını önlemek, kaynaklarının üniversite düzeyinde öğretilbilir olduğu

konusunda artık bir şüphe yoktur. Daha çok geliştirilmesi ve teşvik edilmesi gereken soru öğretilenler olan unsurları yani ulaşılabilir yönleridir (Bozkurt ve Alparslan, 2013:13; Heinonen, 2006:25–26).

Türkiye’de öğretim programları açısından durum değerlendirildiğinde iktisadi ve idari bilimler fakültelerinin işletme bölümleriyle meslek yüksekokullarında yer alan işletmecilik programları içerik olarak kısmen girişimcilik eğitime yer veren bölümlerdir. Türkiye’deki üniversitelerin web sitelerinden edinilen bilgilere göre girişimcilik eğitimlerine ilişkin ders içeriklerinin dünya üniversitelerine kıyasla daha az kapsamlı ve birbirinin benzeri şekilde tasarlandığı tespit edilmiştir. Girişimcilik derslerinde genel olarak, girişimcinin taşıması gereken kişilik özellikleri, girişimcilikte başarı ve başarısızlık faktörleri, küçük işletmelerin güçlü ve zayıf yönleri, ekonomik ve sosyal sisteme katkıları, sorunları ve çözüm yolları ile iş planı hazırlama gibi konular yer almaktadır. Üniversitelerin öğretim programları (önlisans, lisans ve lisansüstü) dışında girişimcilik eğitimi veren çeşitli kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Bunlar arasında; KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), Üniversitelerin Araştırma ve Uygulama Merkezi, TEGEV (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı), Genç Başarı Eğitim Vakfı, İş-Kur (Türkiye İş Kurumu) yer almaktadır (Bozkurt ve Alparslan, 2013:15).

2.3. Girişimcilik Potansiyeli

Girişimcilik potansiyeli, girişimcinin vizyonunu ve misyonunu, değişimlerin ortaya çıkardığı fırsatları görmesini, algılamasını ve değerlendirmesini, başarıya duygusunu, gerçekleştirmek istediği işi maddileştirirken sosyal çevresini dikkate almasını, organize etmesini (şebekeler kurmasını) ve harekete geçirmesini yansıtır (Ören ve Biçkes, 2011:74).

Girişimcilik potansiyeli girişimcinin başarılı olabilme ihtimalidir. Burada başarı beklentisi girişimcinin azmi, enerjisi, mali gücü, bilgi ve tecrübe birikimi gibi özellikleri ile bağlantılıdır. Başarı belki de büyük ölçüde genel ve yakın çevresel faktörlerin etkisi altında olsa bile, girişimcinin başarı beklentisi yani girişimcilik potansiyeli büyük ölçüde sahip olduğu yukarıda sözü edilen kişisel özelliklere dayalıdır (Alpkan vd., 2002:4; Hisrich ve Peters, 2002:32-33).

Ülkemizde girişimciliğin, hem sosyo-kültürel yapıdaki boşluğunu, hem de eğitim alanındaki boşluğunu kapatabilmek adına KOSGEB’in potansiyel girişimcilere (hâlihazırda girişimci olanlara) ve girişimci olmak isteyenlere, girişimcilik eğitimi ile faaliyet göstermek istedikleri alanda bilgi ve danışmanlık desteği yapması ayrıca önem kazanmaktadır. KOSGEB’in “Girişimcilik Destek Programları Uygulama Esaslarının” 6. maddesinde: "KOSGEB bünyesinde verilen uygulamalı girişimcilik eğitiminin, girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak ve girişimcileri iş planı kavramı ile tanıştırmak amacıyla ile verildiği, eğitim sonunda girişimci adaylarının kendi iş fikirlerine yönelik iş planlarını hazırlayabilecek bilgi ve

deneyimi kazanmalarının hedeflendiği" (Girişimcilik Destek Programları Uygulama Esasları:3) belirtilmiştir. Bu eğitim sayesinde, kursiyerler ilk aşamada, girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarabilecek; ikinci aşamada da, iş fikrini ortaya koyup, iş planı geliştirebilecek. Ayrıca, yapılan bir araştırmaya göre, KOSGEB'den destek alan işletmeler, destek almayan işletmelerden daha kurumsal olduğu gerçeği de ortaya çıkmıştır (Çakır ve Aksel, 2012:178).

Ekonomik büyüme ve gelişme açısından taşıdığı önem nedeniyle, girişimciliğin teşvik edilmesi politikaları, akademik çevrenin de ilgi duyduğu alanlarından biri olmuştur. Bu nedenle, son dönem akademik çalışmaların "girişimcilik" üzerine yoğunlaştığı gözlenmektedir. Yapılan literatür taramasında, girişimcilikle ilgili çalışmalarda; kadın girişimciliği, girişimciliğin dünyada ve Türkiye'deki gelişimi, girişimci tipleri, girişimciliğin gelişmesi ve oluşumu, girişimcilik politikaları gibi konuların ağırlıklı yer tuttuğu gözlenmiştir (Mutlu, 2014:8).

2.4. Öz Yeterlilik Algısı

Öz-yeterlilik, bireyin kendine duyduğu güvendir ve zamanla, deneyimler aracılığıyla gelişen bir inançtır (Günhan ve Başer, 2007:69). Luszczynska ve diğerleri (2005) öz yeterliliği, "zor ve belirsiz görevleri yapabilme ve özel gereksinimleri olan zorluklarla baş edebilme konusunda kişinin kendi yetkinliklerine olan inancı" şeklinde tanımlamaktadır. Diğer yandan öz yeterlilik, "kişinin belli görevleri ve davranışları yapabileceğine olan inancı" olarak da tanımlanmaktadır (Salas ve Cannon-Bowers, 2001).

Girişimcilerin sahip oldukları öz yeterlilikleri onları sıradan insanlardan ayırmaktadır. Bireylerin sahip olduğu bazı kişisel özellikler girişimci olmak için anahtar özellik taşımaktadır. Bu özellikler değerlendirildiğinde farklı yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Pek çok başarılı girişimcinin kendi özel işini kurma ve risk almaktan hoşlandığı görülmektedir (Tağraf ve Halis, 2008:93)

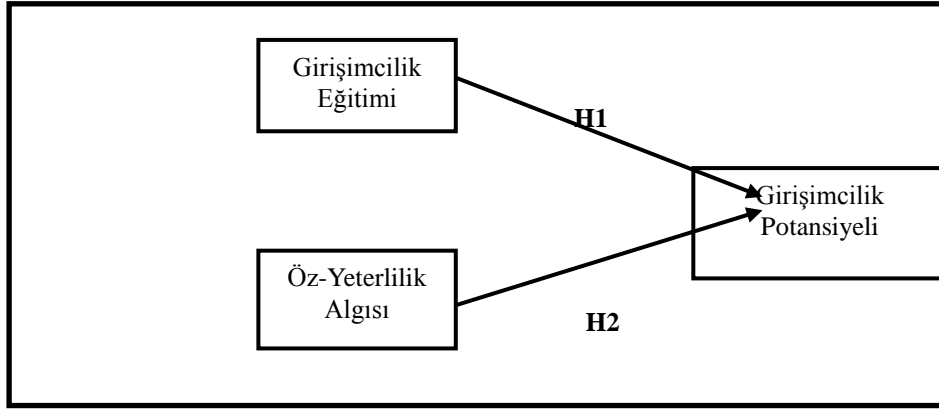
Öz yeterlilik algısı, Bandura (1995) tarafından "kişinin, kendisinden beklenen durumları yönetmesini sağlayacak yeteneklere olan inancı" olarak görülmektedir. Bandura (1977) kişilerin, yaşamları süresince edindikleri tecrübelere dayalı olarak, kendi baş etme yeteneklerine ilişkin özel inançlar geliştirdiklerini ve sahip oldukları bu öz yetkinlik inançları arttıkça, davranış değişikliğinin de arttığını ortaya koymaktadır (Çetin,2011:74). Öz yeterlilik algısı, bireylerin kendileri için belirledikleri amaçları, bu amaçlara ulaşmak için ne kadar çaba harcayacaklarını, amaçlarına ulaşmak için karşılaştıkları güçlüklerle ne kadar süre yüz yüze kalabileceklerini ve başarısızlık karşısındaki tepkilerini etkilemektedir (Hazır Bıkmaz, 2004:3).

Öz yeterlilik algısının yarattığı etkiler içerisinde belki de en önemlisi; bu kavramın, kişinin gelecekteki iş performansını geçmiş performansından bile daha yüksek oranda açıklayabilme gücüne sahip olmasıdır. Bu açıdan öz yeterlilik algısı kişilerin girişimcilik süreçlerindeki göstermeleri gereken yüksek performansın bir açıklayıcı faktörü olarak görülebilir (Çetin, 2011:74).

3. Araştırmanın Kapsamı, Metodu ve Modeli

Bu çalışma ile öz yeterlilik algısı, girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğitimi arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bunun için de öz yeterlilik algısı, girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğitimi arasındaki ilişki girişimcilik eğitimi alan ve almayan İşletme bölümü öğrencileri kapsamında araştırılmıştır. Araştırmanın evrenini; İşletme bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Bunun nedeni, bu bölümün kuruluş amacının temelinde girişimci yetiştirme düşüncesinin olmasıdır. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde altıncı yarıyılıda "Girişimcilik" dersi verilmektedir. Bu nedenle araştırmanın örneklemini bölümde eğitim alan 1., 2., 3. ve 4. sınıf öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan araştırma modeli, girişimcilik eğitiminin öz-yeterlilik algısına, öz-yeterlilik algısının da girişimcilik potansiyeline etkisi temel alınarak oluşturulmuştur. Araştırma modeli Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmada öz yeterlilik algısı, girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik eğitimi alma durumuna ilişkin literatürden elde edilen ölçekler kullanılarak oluşturulan yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Anketteki ölçeklerin oluşturulması için geniş bir literatür araştırması yapılmış ve kullanılacak değişkenlerle ilgili ölçekler tespit edilmiştir. Anket formunun oluşturulmasında literatürdeki bazı çalışmalardan yararlanılmıştır. Girişimcilik eğitimi ölçeği için Balaban ve Özdemir (2008) tarafından kullanılan sorulardan yararlanılmıştır. Öz-yeterlilik algısını ölçmek için Tağraf ve Halis (2008) tarafından oluşturulan sorular kullanılmıştır. Son olarak girişimcilik potansiyelinin ölçümünde, Ören ve Biçkes (2011) tarafından uyarlanan ifadelerden yararlanılmıştır. Ankette yer alan soruların değerlendirilmesi ve yanıtların ölçülmesinde beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Anketteki soru sayısı, anketin tasarımı ve uygulaması

yönüyle, anketin genel kabul gören kurallara ve formata uygun olmasına dikkat edilmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında, 259 öğrenciye uygulanan anketlerden 7 tanesinin geçersiz olduğu tespit edilmiş ve analiz dışı bırakılmıştır. Pilot uygulama için seçilen 25 anket üzerinde çalışma yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar SPSS 17.0 programında güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ön test çalışması sonucunda ankete son şekli verilmiştir.

Araştırmanın hipotezleri;

H1: Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif bir ilişki vardır.

H2: Öz yeterlilik algısı ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif bir ilişki vardır.

H3: Girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik potansiyeli arasında farklılık vardır.

4. Bulgular

Çalışmada öncelikle araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler verilmiş, arkasından geliştirilen hipotezler regresyon analizi ile test edilmiştir.

4.1. Demografik Değişkenler

Çalışmada toplam 252 adet anket değerlendirmeye alınmıştır. Anketleri cevaplayanlara ait bazı demografik istatistikler Tablo 1’de gösterilmektedir. Katılımcıların yaklaşık üçte biri (31,7) 20 yaşın altındadır. Yaklaşık üçte ikisi ise 21-25 yaş aralığındadır. Katılımcıların cinsiyet dağılımına bakıldığında %65’den fazlasının kadın olduğu görülmektedir. Medeni durumları açısından neredeyse tamamının bekar olduğunu söylemek mümkündür. Ankete katılanların yaklaşık yarısı (42,5) ikinci sınıf öğrencisi, yaklaşık üçte biri (32,9) birinci sınıf öğrencisi geri kalanı ise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencisidir. Katılımcıların aile gelirlerine bakıldığında neredeyse yarısının (41,7) aylık gelirinin 1500 tl’nin altında olduğu ve sadece yaklaşık dörtte birinin (26,7) aylık gelirinin 2500 TL’nin üzerindedir. Katılımcıların anne ve babalarının eğitim düzeyi açısından annelerin %92,5 ve babaların ise %83,7 oranında ilköğretim-lise düzeyinde eğitime sahip olduğu önlisans ve lisans düzeyinde ise annelerin %6,3, babaların ise %15,1 oranında eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre katılımcıların babaların eğitim düzeyinin annelere göre yüksek olduğunun söylemek mümkün olmakla birlikte lisansüstü düzeyde anne ve baba sayısının eşit olduğunu da belirtmek gerekmektedir.

Cinsiyet	n	%	Ailenin Gelir Durumu	n	%
Erkek	87	34,5	1000 tl ve altı	42	16,7
Kadın	165	65,5	1001-1500 tl	63	25,0
Yaş	n	%	1501-2000 tl arası	43	17,1
20 yaş ve altı	80	31,7	2001-2500 tl arası	35	13,9

21-25 arası	171	67,9	2501-3000 tl arası	36	14,3
26 ve üzeri	1	0,4	3001-4000 tl arası	21	8,3
Medeni Durum	n	%	4001 tl ve üzeri	12	4,8
Bekar	251	99,6	Annenin Eğitim Durumu	n	%
Evli	1	0,4	İlköğretim-Lise	233	92,5
Eğitim durumu	n	%	Önlisans-Lisans	16	6,3
1. Sınıf	83	32,9	Lisansüstü	3	1,2
2. Sınıf	107	42,5	Babannın Eğitim Durumu	n	%
3. Sınıf	35	13,9	İlköğretim-Lise	211	83,7
4. Sınıf	27	10,7	Önlisans-Lisans	38	15,1
			Lisansüstü	3	1,2

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılara ayrıca iş deneyimleri olup olmadığı, sahip olduğu bir iş fikri olup olmadığı, girişimcilik eğitimi alıp almadığı ve anne ya da babasının kendi işine sahip olup olmadığı sorulmuştur. Bu sorulardan elde edilen cevaplar Tablo 2’de özetlenmiştir. Buna göre, katılımcıların yaklaşık %70’inin bir iş deneyime sahip olduğu ve bu kişilerin de yaklaşık yarısının (%49,3) orta ve büyük ölçekli işletmelerde çalıştığı görülmektedir. Ankete katılanların yarısından fazlasının (%55,6) kimseyle paylaşmadığı kendine ait bir iş fikri vardır. Katılımcıların %56’sı girişimcilik adı altında bir eğitim aldığını ifade etmektedir. Ayrıca katılımcıların yaklaşık % 40’ının (% 39,7), anne ya da babasının kendi iş yerine sahip olduğu görülmektedir.

Bugüne kadar herhangi bir işte çalıştınız mı?	n	%
Evet	174	69,1
Hayır	78	30,9
Cevabınız evetse, çalıştığınız işletmenin büyüklüğü	n	%
Küçük Ölçekli İşletme (çalışan sayısı 10 kişiden az)	90	51,7
Orta Ölçekli İşletme (çalışan sayısı 10-50 arası)	53	30,5
Büyük Ölçekli İşletme (çalışan sayısı 50’den fazla)	31	17,8
Kimseyle paylaşmadığınız kendinize ait bir iş fikriniz var mı?	n	%
Evet	140	55,6
Hayır	112	44,4
Anne/Baba Kendi İşinin Sahibi mi?	n	%
Evet	100	39,7
Hayır	152	60,3

Tablo 2: Katılımcılara Ait Diğer Bilgiler

Katılımcılara sorulan “Girişimcilik adı altında bir eğitim aldınız mı?” sorusuna verilen cevaplar doğrultusunda tanımlayıcı istatistik yöntemi kullanılarak girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik potansiyeli arasında farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Tablo 3’de görüldüğü üzere girişimcilik eğitimi aldığını ifade eden katılımcıların girişimcilik potansiyelinin (3,94), girişimcilik eğitimi almadığını ifade eden katılımcıların girişimcilik potansiyelinden (3,87) yüksektir. Bu da girişimcilik eğitimi ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Girişimcilik” adı altında bir eğitim aldınız mı?	n	%
Evet	141	56,0
Hayır	111	44,0
Cevabınız “Evetse”	n	Ort.
Girişimcilik Potansiyeli	141	3,949
Cevabınız “Hayırsa”	n	Ort.
Girişimcilik Potansiyeli	111	2,874

Tablo 3: Girişimcilik Eğitimi – Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi

Değişkenlere ait standart sapma değerleri .593 ile .709 arasında hesaplanmış olup, bu değerler arasındaki varyans (değişkenlik) miktarının, geçerli analiz yapılması için yeterli seviyede olduğunu göstermektedir. Değişkenlere ait ortalamalar, standart sapmalar ve değişkenler arası korelasyonlar Tablo 4’de gösterilmektedir. Tüm değişkenler arasında istatistikî olarak anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Güvenilirlik katsayılarının (α) 0.82 ile 0.90 arasında değiştiği görülmektedir. Tüm değerlerin 0.80’in üzerinde olduğu ve verilerin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 4’de verilen korelasyon katsayıları, hipotezlerde ileri sürülen ilişkilerin bir anlamda test edilmesi amacıyla da kullanılabilir. Çünkü birebir korelasyon katsayıları aslında, iki değişken arasındaki basit regresyon ile aynı anlamı taşır. Buradan yola çıkılarak, Tablo 4’de ($p < 0.01$ seviyesinde) anlamlı olan her ilişki için pozitif ya da negatif yönde bir ilişki olduğu söylenebilir.

Değişkenler	Ort.	SS	α	1	2	3
1 Girişimcilik Eğitimi	3,78	,709	0,82	1		
2 Öz- Yetkinlik Algısı	3,87	,593	0,84	,32**	1	
3 Girişimcilik Potansiyeli	3,94	,599	0,90	,34**	,62**	1
** 0.01 seviyesinde anlamlı						

Tablo 4: Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Katsayıları

Araştırma kapsamındaki hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Çoklu regresyon analizi iki veya daha fazla tahmin değişkenlerinin kullanıldığı regresyon analizidir ve amacı regresyon denkleminin parametrelerinin değerlerini saptamaktır. Regresyon analizindeki ANOVA, modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını göstermektedir. Modeldeki bağımlı değişken (girişimcilik potansiyeli) ve bağımsız değişkenler (girişimcilik eğitimi ve öz-yeterlilik algısı) arasındaki regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 5’deki gibidir.

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken				
	B	SS	β	t	P
Sabit	1,197	,290		4,130	,000
Girişimcilik Eğitimi	,133	,058	,157	2,280	,024
Öz-Yeterlilik Algısı	,580	,070	,574	8,324	,000
R=,643	R ² : ,414	F=48,719	p<0,000	Durbin-	
Watson=1,94					

Tablo 5: Girişimcilik Eğitimi ve Öz-Yeterlilik Algısının Girişimcilik Potansiyeline Etkisi

Tablo 5’de girişimcilik eğitimi ve öz-yeterlilik algısının girişimcilik potansiyeli üzerine etkileri ile ilgili regresyon analizi sonuçları verilmiştir. F değerinden anlaşılacağı üzere model $p<0,01$ seviyesinde oldukça anlamlıdır ($F=48,719$, $p=0,000$). R^2 değeri ise 0,414 olarak bulunmuştur. Modeldeki bağımsız değişken, girişimcilik eğitim ($p=0,024$) ile $p<0,05$ seviyesinde, öz-yeterlilik algısı ($p=0,000$) ile $p<0,01$ seviyesinde, girişimcilik potansiyeli ile arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 5’de Durbin-Watson testi sonucu da görülmektedir. Bu test modelimizde otokorelasyon olup olmadığını göstermektedir ve genellikle bu değer 1,5-2,5 arasında olmasının otokorelasyon olmadığını gösterir (Albayrak vd. 2005:265). Modelimizin D-W testi sonucu 1,94’dür.

5. Sonuç ve Öneriler

Gelişmekte olan ekonomilerde ortaya çıkan sosyo-ekonomik trendler, ulusal ve küresel piyasalarda iş yapabilmeyi, rekabet edebilmeyi, katma değer üretmeyi, yenilikçi iş fikri ortaya koymayı, mevcut işlerin ise yenilikçi bakış açısıyla daha etkin bir değer oluşturabilmelerini amaçlamaktadır. Bu çerçevede yeni kurulan ve özellikle de esnek yapı avantajlarının söz konusu olduğu küçük ve orta boy işletmelerin ortaya koyduğu bu girişimler, büyük bir sorun olan ‘istihdam sağlanmada’ önemli bir yere sahip olmaktadır (Yılmaz,2014:299).

Türkmen ve İşbilir (2015)’in aktardığı gibi girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması amacıyla ülke çapında girişimcilikle ilgili eğitimlerin, seminerlerin sayısının artırılarak girişimciliği insanlara aşılacak gerekmektedir. Spor yöneticiliği bölümünde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin, kendi iş

fikirlerini üretecek ortamlar yaratılmalıdır. Başarılı girişimcilerle üniversite öğrencileri bir araya getirip girişimcilerin tüm deneyimlerini aktarabilmeleri sağlanmalıdır. Eğitime yapılan yatırım artırılmalı, girişimci eğitim merkezlerine destek verilmelidir Girişimcilik konusunda faaliyette bulunan kamu kurumları ve özel kuruluşlarla iletişim halinde olunmalıdır. Girişimcilerin karşılaştıkları bürokratik engeller azaltılmalı, finansal destek ve sermaye bulma konularında kolaylıklar sağlanmalıdır.

Üniversitede okuyan öğrencilerin mezun olduktan sonra hayatlarını nasıl ve ne şekilde idame ettirecekleri çok önemli bir konudur. Bu konu üniversiteleri olduğu kadar devleti ve toplumu da ilgilendirmektedir. Öğrencilerin üniversitede almış oldukları eğitim ile gelecekleri için çizecekleri yol arasında doğrudan ve dolaylı bir ilişki kurulabilir. Mezun olan öğrenciye verilen eğitim ile sahip olduğu bilgiyi kullanarak iş hayatında kendine bir yer edinecektir. Girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik potansiyeli arasında farklılığın olması bu eğitimin öğrenciler ve onların geleceği üzerindeki etkisinin açıkça ortaya koymaktadır.

Öz-yeterlik algıları, bireyin bir davranışı, işi ya da öğrenme görevini gerçekleştirip-gerçekleştiremeyeceğinden bağımsızdır ve bireyin eyleme geçmeden önce kendini konu ile ilgili ne kadar yeterli gördüğü ile ilgilidir (Bandura, 1997). Bu nedenle, hem eyleme başlayıp-başlamamasını, hem de eylemin gerçekleştirilmesi sürecindeki performansını ve eylemin sonucunu etkilemektedir (Pajares, 2006). Öz-yeterlik algıları bireylerin becerileri değil, becerileri ile ilgili yeterlik algılarıdır ve bireylerin bir işi, davranışı veya durumu gerçekleştirmesini sağlayacak niteliklere sahip olmasından bağımsız olarak işin, davranışın veya durumun sonucunu etkileyebilmektedir (Topal ve Akgün,2015:345). Araştırma sonuçlarına göre, öz-yeterlilik algısı girişimcilik potansiyelini olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonucu, öz-yeterlilik algısı yüksek kişilerin girişimcilik potansiyelinin yüksek olacağı ve bu kişilerin girişimci olma eğiliminin, öz-yeterlilik algısı düşük kişilere göre daha fazla olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Literatürde girişimcilik eğitimi ve girişimcilik potansiyeli konusunda oldukça fazla sayıda çalışma bulunmasına karşın öz-yeterlilik algısının girişimcilikle ilişkisinin incelendiği bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda bu çalışma bir ilk olma özelliği taşımaktadır. Araştırmanın kapsamı genişletilerek, yükseköğretim ve fakültelerde öğrenim gören diğer bölüm öğrencilerine, farklı üniversitelerde öğrenim gören öğrencilere ayrıca özel üniversitelerde öğrenim gören öğrencilere uygulanarak çıkan sonuçların daha da genelleştirilmesi ve karşılaştırılması sağlanabilir.

Kaynakça

- ALBAYRAK, A.S., Eroğlu, A., Kalaycı, Ş., Küçüksille, E., Ak, B., Karaatlı, M., Keskin, H.Ü., Çiçek, E., Kayış, A., Öztürk, E., Antalyalı, Ö.L., Uçar, N., Demirel, H. İşler, D.B., Sungur, O. (2005), Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Editör:Şeref Kalaycı, Ankara.
- ALLEN, Kathleen, R., (2006), "Launching New Ventures, An Entrepreneurial Approach, Fourth Edition, Houghton Mifflin Company, Boston.
- ALPKAN, Lütfühak, KESKİN, Halit ve ZEHİR, Cemal, (2002), "Girişimcilik Hisleri ile Girişimcilik Potansiyeli Arasındaki İlişki: Gebze ve Civarındaki Girişimciler Üzerine Bir Saha Araştırması", Doğu Akdeniz Üniversitesi 21. Yüzyılda Kobiler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyum Bildirileri, 3-4 Ocak, Kıbrıs.
- BANDURA, Albert, (1977), "Self Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change", Psychological Review, 84 (2), 191-215.
- BANDURA, Albert, (1995), "Self-Efficacy in Changing Societies", Cambridge University Press.
- BANDURA, Albert. (1997), "Self-Efficacy: The Exercise Of Control", New York: Freeman.
- BOZKURT ÇETİNKAYA, Özlem ve ALPARSLAN, Ali Murat, (2013), "Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8 (1), 7-28.
- BRANDSTATTER, Hermann, (1997), "Becoming An Entrepreneur: A Question of Personality Structure", Journal of Economic Psychology, Vol:18, 157-177.
- ÇAKIR, A., Aksel İ., Masoodul H., (2012). "KOBİ'lerin Kurumsallaşmasında KOSGEB Desteklerinin Rolü", Yeni Fikir Dergisi, SAYı: 9/Temmuz-Aralık, 167 -180.
- ÇETİN, Fatih, (2011), "Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü", İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 2 (3), 69-85.
- GÜNEY, Semra ve NURMAKHAMATULY, Arman, (2007), "Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (18), 62-86.
- GÜNHAN CANTÜRK, Berna ve BAŞER, Neşe, (2007), "Geometriye Yönelik Öz-Yeterlilik Ölçeğinin Geliştirilmesi", Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:33, 68-76.
- HAZIR BIKMAZ, Fatma (2004). "Sınıf Öğretmenlerinin Fen Öğretiminde Öz Yeterlilik İnancı" Ölçeğinin Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması, Milli

Eğitim Dergisi Sayı (161) [Çevrimiçi, 5.11.05]
<http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/161/bikmaz.htm>

- HEINONEN, Jarna (2006), "Action-Based Activities in Teaching Corporate Entrepreneurship at University Level", *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 11 (2); 1-26.
- HISTRICH, Robert, D. ve PETERS Michael, P., (1998), "Entrepreneurship", Sixth Edition, McGraw- Hill Irwin, USA.
- HISTRICH, Robert, D. ve PETERS Michael, P., (2002), "Entrepreneurship", Eighth Edition, McGraw- Hill Higher Education, USA.
- İRMİŞ, Ayşe ve BARUTÇU, Esin, (2012), "Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (2), 1-25.
- İŞCAN, Ömer Faruk ve KAYGIN, Erdoğan, (2011), "Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 275-286.
- KAO, John, (1989), "Entrepreneurship, Creativity&Organization, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- KARABULUT, Tuğba, (2009), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 331-356.
- KORKMAZ, Oya, (2012), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 209-226.
- KUTANIŞ, Rana Özen & HANCI, Ayşegül, (2004), "Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, 457-464, Eskişehir.
- LUSZCZYNSKA, Aleksandra, SCHOLZ, Urte & SCHWARZER, Ralf, (2005), "The General Self- Efficacy Scale: Multicultural Validation Studies", *The Journal of Psychology*, 139 (5), 439-457.
- MUTLU, S., (2014), "Kosgeb'in Uygulamalı Girişimcilik Sertifikası Eğitimi Kurslarına Katılan Kursiyerlerin Girişimcilik Potansiyelleri Ve Eğilimleri", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (1), 1-22.
- ÖREN, Kenan ve BİÇKES, Mehmet, (2011), "Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğretim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3), 67-86.

- PAJARES, F. (2006), "Self-Efficacy During Childhood and Adolescence" F. Pajares ve T. Urdan (Ed.), "*Self-Efficacy Beliefs of Adolescents*" (339-367). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- RAPOSO, M., ve Arminda Do Paço (2011), "Entrepreneurship Education: Relationship Between Education And Entrepreneurial Activity", *Psicothema*, 23 (3), 453- 457.
- RASMUSSEN, E., A. ve R., Sorheim (2006), "Action- Based Entrepreneurship Education. Technovation", Vol:26, 185-194.
- SALAS, Eduardo ve CANNON-BOWERS Janis A., (2002), "The Science of Training: A Decade of Progress", *Annual Review of Psychology*, Vol:52, 471-499.
- TAGRAF, Hasan ve HALIS, Muhsin, (2008), "Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin 'Girişimsel Öz Yetkinlik' Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2), 91-111.
- TOPAL, M. Ve Akgün, Ö.E. (2015), "Eğitim Fakültesinde Okuyan Öğretmen Adaylarının Eğitim Amaçlı İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Sakarya Üniversitesi Örneği", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23 (1), 343-364.
- TÜRKMEN, M. ve İŞBİLİR, U., (2015), " Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi", *Celal Bayar Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 18-28.
- YILMAZ; A.S., (2014), "Bir Sosyal Değişim Ajantı Olarak: Girişimcilik Eğitimi", *Journal of World of Turks*, 6 (1), 297-310.
- ZHAO, Fang, (2005), "Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11 (1), 25-41.

Sosyal Girişimciliğin Genç Aktörleri: Üniversite Öğrenci Toplulukları Örneği

Araş. Gör. Yeliz MOHAN BURSALI
Pamukkale Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü,
ybursali@pau.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. İbrahim AKSEL
Pamukkale Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü,
iaksel@pau.edu.tr

Öz

Sosyal girişimcilik, toplumun ve çevrenin ihtiyaçlarının ve sorunlarının farkında olan; bunları çözmek için harekete geçen ve toplum adına değer yaratma misyonunu üstlenen çeşitli birey, grup ya da örgütlerin yenilikçi ve yaratıcı bakış açısı ile şekillenen faaliyetleri olarak ele alınabilir. Bu faaliyetleri sosyal değer yaratma misyonunu üstlenerek yapan, kendi kazancı yerine toplumun kazancını düşünerek çalışan ve böylece toplumsal değişim ve dönüşümlere imza atan bireyler de sosyal girişimciler olarak adlandırılabilir. Sosyal girişimcilerin toplumların gelişmesinde üstlendikleri değişim ajanı rolü, dünyanın ve dünya üzerindeki toplulukların geleceği açısından son derece önemlidir. Bu kapsamda özellikle geleceği şekillendirecek olan gençlerin sosyal girişimciliğe yaklaşımı ve bu yönde yaptıkları faaliyetler ise toplumların ve çevrenin sürdürülebilirliği açısından ayrı bir öneme sahiptir. Bu sebeple çalışma, üniversite gençlerinin kurdukları toplulukların sosyal girişimcilik yönünde gerçekleştirdikleri faaliyetleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada Pamukkale Üniversitesi'ndeki çeşitli üniversite topluluklarının (klüplerinin) sosyal girişimcilik faaliyetlerinden örnekler sunulurken, gençlerin toplumsal sorunlara yaklaşımları ve bu yönde geliştirdikleri çözümler değerlendirilmiştir. Gençler tarafından yürütülen faaliyetler incelendiğinde, gençlerin sorunlara ilişkin farkındalıkları, sorunları ele alış biçimleri ve çözüm noktasında ortaya koydukları kararlı tutumları sosyal değer yaratma ve sürdürülebilirlik bakımından anlam taşımaktadır.

Anahtar Kelime: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimci, Üniversite Öğrenci Toplulukları (Klübeleri)

Young Actors Of Social Entrepreneurship: University Student Clubs as an Example

Abstract

Social entrepreneurship can be defined as the innovative and creative activities of various individuals, groups or organizations that are aware of the needs and the problems of the society and the environment, act in order to solve these and has the mission of value creation on behalf of society. The individuals who make this activities

with the mission of value creation, work for the benefit of the society instead of his or hers and create social change and transformation thanks to this can also be named as social entrepreneurs. The change agent role of the social entrepreneurs in the development of the societies is really important for the future of the world and the communities around the world. In this context, the approach of the young people who will shape the future to the social entrepreneurship and the activities they do in this direction are significantly important for the sustainability of the communities and the environment. Thus, this study aims to examine the activities of university clubs founded by students in the direction of social entrepreneurship. With this aim, the approaches of the young people to the social problems and the solutions they develop are evaluated via presenting examples from the social entrepreneurship activities of the university student clubs in Pamukkale University. When these activities run by the youth are evaluated, their awareness of the problems, their approaches to the problems and the decisive behaviors they have at the decision making process have great importance in terms of the creation of social value and sustainability.

Key word: Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur, University Student Clubs

1. Giriş

“Sosyal girişimciler, onlara bir balık vermenizle ya da balığı nasıl tutacaklarını öğretmenizle yetinmezler. Onlar balık endüstrisini dönüştürene kadar durmayacaklardır.”

(Bill Drayton, Leading Social Entrepreneurs Changing the World)

Dünya üzerindeki her bir toplumun değişip dönüşmesinde o toplumların sahip olduğu sosyal girişimcilerin önemli bir payı olduğunu söylemek doğru ve gerçekçi bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Zira sosyal girişimcilerin, hem toplumun sağlık, eğitim, istihdam, çalışma yaşamı, gelir dağılımı vb. konulara ilişkin sorunlarına çözüm bularak, toplumsal sürdürülebilirliğe katkı yaptıkları; hem de çevreye ve diğer canlılara yönelik sorunlara çözüm üretmek çevresel sürdürülebilirliğe katkı yaptıkları ifade edilebilir. Geçmişten günümüze insanoğlunun ihtiyaçlarına ve sorunlarına cevap bulmaya çalışan sayısız sosyal girişimciden ve sosyal girişim örneğinden bahsedilebilir. Kavramın içeriği yıllar içinde şekillenmiş olsa da sosyal girişimcilik ve sosyal girişimci kavramları son onbeş-yirmi yıllık bir dönemde dillendirilmeye başlamıştır. Bu duruma bağlı olarak sosyal girişimcilik kavramının hızla geliştiği ve sosyal girişimcilere olan ilginin, medyada, akademiye, politik alanda, farklı sektörlerde ve toplum genelinde sürekli olarak arttığı belirtilebilir (Braunerhjelm ve Hamilton, 2012; Humbert, 2012; Johnson, 2000; Martin ve Osberg, 2007; Reyhanoglu ve Akın, 2012). Kavramın gündeme gelişi ve kavrama gösterilen ilgi yeni olmasına karşılık yukarıda da belirtildiği üzere, sosyal girişimciliğin başlangıcı oldukça eskilere uzanmaktadır (Barendsen ve Gardner, 2004) ve toplumun gelişimi adına bu anlamda geçmişten günümüze birçok girişimin ortaya koyulduğu ifade edilebilir.

Geçmişte ‘sosyal girişimci’ adıyla nitelendirilmese de dünya üzerindeki hemen her toplumda her daim sosyal girişimciler var olagelmiş ve toplumsal sorunların çözümünde önemli katkıları olmuştur. Denilebilir ki toplumların sürdürülebilirliği bakımından bir zamanların isimsiz kahramanlarının gerçekleştirdikleri faaliyetler, bugün sosyal girişimler olarak anılmakta ve önem taşımaktadır.

Sınırları son derece esnek olan, hem kâr amaçlı hem de kâr amacı olmayan faaliyetlerin karma bir biçimde gerçekleştirilebildiği sosyal girişimler, devletin dışında kalan ve kâr amacı gütmeyen örgütler ile özel sektörü temsil eden ticari girişimler/şirketler (kâr amacı güden) arasında faaliyet gösteren üçüncü bir sektör olarak tanımlanabilir (Çetindamar vd., 2010:2). Sosyal bir girişimi başlatma ve sonuçlandırmadaki temel amaç, anaakım girişim faaliyetlerinde olduğu gibi parasal bir kazanç elde etmek değil; topluma değer katarak ve toplumu dönüştürerek toplum adına sürdürülebilir olumlu bir etki yaratmaktır. Bu anlamda toplum yararına sosyal fayda yaratmak için yapılan faaliyetler ve uygulamalar sosyal girişimcilik, bu girişimcilik olayını başlatan ve yaşatan kişiler de sosyal girişimciler olarak adlandırılmaktadır. Sosyal girişimciler, sahip oldukları mevcut kaynaklarla sınırlı kalmadan sosyal değer yaratmak ve bunu sürdürmek için bir değişim aracısı olarak hareket eden kişiler (Sharir ve Lerner, 2006:7) olarak tanımlanabilir. Bu misyona sahip bireylerin, piyasanın ve kamu kurumlarının kendi başına çözemediği, yetişemediği, pazar çözümlerinin henüz bulunmadığı ya da varolan kurumların, yöntemlerin, uygulamaların ve politikaların işlemediği sorunları ve toplumsal ihtiyaçları ele alıp çözüm bulmaya çalıştıkları söylenebilir. İş dünyasında yer alan bir girişimci ele aldığı işi ve ortamı nasıl değiştirip dönüştürüyorsa, bir sosyal girişimcinin de bulunduğu çevreyi ve toplumu dönüştürmek adına faaliyetlerini sürdürdüğü belirtilebilir. Bu anlamda sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlara yenilikçi çözümlerle yaklaşmalarının ve bu çözümleri hayata geçirmedeki mücadele ve kararlılıklarının toplumların kaderinde önemli bir rol oynadığı yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu noktada özellikle gençlerin, yaşları ve de doğaları gereği, toplumsal sorunların çözümünde içinde bulunulan zaman ve gelecekte önemli bir rol oynadıkları/oyunacakları ifade edilebilir. Sosyal girişimcilik adına yapılan faaliyetler gençleri yalnızca geleceğe yönelik yapılan bir yatırım olmaktan çıkarıp, bugüne dair söz söyleyen ve eyleme geçen aktörler haline getirmektedir. Bu şekilde günümüzün sorunlarına kafa yoran; bu sorunlar için gençliğin verdiği cesaret, kararlılık ve yaratıcılıkla çözüm üretmeye çalışan bir nesilin aslında bir bakıma geleceği de bu yönde şekillendireceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu yüzden geleceğin öğretmenleri, doktorları, mühendisleri, yöneticileri, bilim insanları, ebeveynleri olarak üniversiteli gençliğin sosyal girişimcilik faaliyetlerinin ayrı bir değer ve önem taşıdığını belirtmek gerekmektedir.

Çalışma sosyal girişimciliğin genç temsilcilerinin bu anlamdaki çeşitli faaliyetlerini ve toplumsal sorunlara yönelik üstlendikleri rolleri, genç bakışı ve anlayışı ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle temel kavramlara ilişkin teorik çerçeve oluşturularak, sonrasında Pamukkale Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren çeşitli öğrenci topluluklarının ortaya koyduğu toplum adına çözüm üreten örnek faaliyetleri ele alınacaktır.

2. Sosyal Girişim, Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimci

Sosyal girişimcilik, farklı başlıklar altında ele alınmış olsa bile 1970 ve 1980'lere kadar uygulamada ilgi çekmiş olmasına rağmen, 90'lı yıllara kadar ne hükümetler ne de akademik çevrede yeterince dikkat çekememiştir (Braunerhjelm ve Hamilton, 2012:4). Bu yıllardan sonra sosyal girişim, sosyal girişimcilik konularına artan ilginin temel sebebi, bugün toplumların içinde bulunduğu koşulların değişime, ihtiyaçlara, beklentilere ve sorunlara olan bakış açısının farklılaşmasıdır denilebilir. İnsanoğlunun geçmişteki yaşam koşulları ile bugün içinde bulunduğu koşullar kıyaslandığında, gelişmeye bağlı olarak çok daha konforlu, uygun koşullar altında ve daha uzun süre yaşadığı belirtilebilirse de, bugüne özgü daha farklı ve karmaşık sorunlarla yüz yüze olduğu bir gerçektir. Bugün dünyanın artan nüfusu, buna karşılık gittikçe azalan kaynaklar, küreselleşme ve beraberinde ortaya çıkan fiziki, ekonomik, çevresel ve sosyal sorunlar piyasada faaliyet gösteren ticari işletmelerin ve kamu kurumlarının insanların ihtiyaç, beklenti ve sorunlarının hepsinin üstesinden gelmesini zorlaştırmakta ve toplumun her katmanını aynı oranda memnun edememektedir. Tam da bu noktada sorunların çözümüne yönelik yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımların ortaya çıkarılmasında farklı bir kesime, farklı bir bakış açısına duyulan gereksinim, sivil toplum, gönüllü sektör, sosyal sektör, üçüncü sektör, bağımsız sektör, görev-bazlı sektör, kar amaçsız sektör, hükümete bağlı olmayan sektör gibi çeşitli biçimlerde nitelendirilen sosyal girişimleri gündeme getirmiş ve bu girişimler örneği görülmemiş bir biçimde gelişme göstermiştir (Trivedi ve Stokols, 2011). Bu gelişmenin arkasında yatan nedenler; küreselleşme ile birlikte kişi başına düşen gelirin artış göstermesi, sosyal hareketliliğin artması, demokratikleşmenin önemini ve buna bağlı olarak demokratik devletlerin çoğalması, çokuluslu işletmelerin gittikçe yaygınlaşması ve güçlenmesi, eğitim seviyesinin ve niteliğinin yükselmesi ile kitle iletişim ve bilişim teknolojilerinin insanlar arasındaki iletişimi geçmişe kıyasla çok daha farklı noktalara taşıması (Nicholls, 2006a: 2) biçiminde özetlenebilir.

Sosyal girişimcilik kavramı, sosyal ve girişimcilik kavramlarından oluşmakta ve buna göre kavramın bir girişimcilik bir de sosyal boyutu içerdiği görülmektedir. İlk bakışta kârlılık ve sosyal değer yaratma misyonları ayrı kutupları işaret etse de, anaakım girişimcilik ve girişimci özellikleri ile sosyal

girişimcilik ve sosyal girişimci özellikleri arasında çeşitli benzerliklerin olduğu belirtilebilir. Bu konuda yapılan çeşitli çalışmalar (Dees, 1998; Krüger Passos ve dğ.2007, Sharir ve Lerner, 2006; Peredo ve McLean, 2006) da bu görüşü doğrular niteliktedir. Girişimciler yenilikçi, yaratıcı, risk alan, ortaya çıkan fırsatları maksimum ölçüde değerlendirebilen özellikleri ile ekonomik gelişmeye dinamizm kazandıran, yeni firmaları kuran ve geliştiren bireysel aktörler olarak öne çıkmaktadır (Yetim, 2002). Sosyal girişimciler ise, refah sisteminin karşılayamadığı ya da karşılayamayacağı tanımlanmamış, farkına varılmamış çeşitli ihtiyaçları tatmin etmek için bir fırsat yakalayan, gereken kaynakları bir araya getiren ve bunları da bir farklılık yaratmak için kullanan kişiler (Johnson, 2000: 5) olarak tanımlanmaktadır. Her iki yaklaşımda da yeni bir örgütün, oluşumun varlığı, fırsatların farkına varılıp değerlendirilmesi, yenilikçi, yaratıcı ve farklı bakış açıları, risk alma durumu ve nihayet toplumun, ekonominin, çevrenin gelişimine yapılan katkılar ve artı değerler benzer özellikler olarak sıralanabilir. Bunun da ötesinde işletmelerin, kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde sosyal alanlara yönelik faaliyetleri ile sivil toplum örgütlerinin devamlılıkları adına kâr elde etme çabaları göz önüne alındığında, bu iki kavramın aynı ekseninde kesiştikleri bir kez daha ifade edilebilir (Kümbül Güler, 2011:82). Bununla birlikte iki oluşuma dair pek çok benzerlikten söz edilebilirse de arada farklılıkların olduğu da aşîkârdır. Bu noktada Trivedi ve Stokols (2011)'un farklı çalışmalardaki sosyal girişimcilik tanımlamalarından yola çıkarak ortaya koydukları dört unsur anaakım girişimler ile sosyal girişimlerin farklılıkları konusunda anlam taşımaktadır. Bu unsurlar: 1) ekonomik kazanç yerine sosyal amaca yapılan vurgu, 2) sosyal girişimcinin oynadığı sosyal aktivist rolü, 3) girişimcilik ve inovasyon unsurları, 4) ekonomik olarak yaratılan ve kullanılan kârın sosyal bir problemi çözmek için bir amaç değil araç olarak ele alınması şeklinde ifade edilebilir (Trivedi ve Stokols, 2011:7). Bu noktada her ne kadar arada benzerlikler olsa da sosyal girişimcilik ile anaakım girişimcilik arasında farklılıkların olduğu da çeşitli çalışmalarda (Barendsen and Gardner 2004; Roberts and Woods, 2005; Roper ve Cheney, 2005) ele alınmıştır. Sosyal girişimciliğin anaakım girişimcilikten farklı olarak kâr amacı gütmemesi ve sosyal amaçlar ile yaratılan sosyal değer vurgulanması yapılan çalışmalarda (Austin vd., 2006; Mair ve Marti, 2006) vurgulanan noktalar arasındadır. Benzer biçimde sosyal girişimcilerin sosyal amaçlara olan bağlılık ve adanmışlıklarının altı çizilerek buna ilişkin ekstra, özel özelliklerinden ve sıradışı oluşlarından bahsedilmektedir (Humbert, 2012:5). Ele alınan bu çerçevede, farklı bakış açıları ile birlikte farklı tanımlar yapılmışsa da sosyal girişimciye ilişkin evrensel bir tanım yapma gayretini gösteren Nicholls (2006:224)'un tanımının önem taşıdığı belirtilebilir ve şu şekildedir: “Sosyal girişimciler sosyal sektör içinde; 1) -sadece özel değer değil- sosyal bir değer yaratmak ve sürdürmek için bir misyon üstlenen, 2) bu misyona hizmet etmek için yeni fırsatları fark eden ve durmaksızın takip eden, 3) sürekli olarak inovasyon, uyum ve öğrenme süreçleri ile ilgilenen, 4)

elindeki mevcut kaynaklarla sınırlanmaksızın cesurca hareket eden ve 5) hizmet edilen katılımcılar ve yaratılan sonuçlar için yüksek bir sorumluluk duygusu sergileyen değişim ajanları rolünü oynayan kişilerdir. Görüldüğü gibi sosyal girişimciler sosyal amaçlar uğruna gereken kaynakları en üst seviyede karşılamaya çalışan, azimli, kararlı, yönlendirici bir biçimde hareket eden ve böylelikle çevresindekilere de ilham kaynağı olan kişilerdir (Shaw ve Carter, 2007: 422) ve bu özellikleri ile tutumları sayesinde de toplumları değiştirmeyi dönüştürmeyi başarmaktadırlar.

3. Geleceğe Yatırım: Genç Sosyal Girişimciler

Toplumun hemen her kesiminde sosyal misyona sahip, sosyal girişimleri başlatma isteği ve bu doğrultuda da özellikleri olan kişilerin sosyal girişimci sıfatıyla çeşitli faaliyetleri yürüttükleri ifade edilebilir. Toplum içerisinde özellikle genç nüfusun bu konudaki yaklaşımları toplumsal fayda ve devamlılık açısından ayrı bir yere ve öneme sahiptir. Zira gelecekte söz söyleyerek, eyleme geçerek toplumları sahiplenecek ve toplumların devamlılığını sağlayacak genç bireylerin bugüne dair düşünceleri ve eylemleri bir anlamda geleceğe de ayna tutmaktadır. Yukarıda da ele alındığı üzere sosyal girişimcilik faaliyetleri -bu isim altında ele alınmamış olsa da- yüzyıllardır toplumları ayakta tutan en önemli alanlardan birisini oluşturmuştur ve üstlendiği bu rol insanlık var oldukça da devam edecektir. İşte bu noktada geçmişle gelecek arasında köprü görevi üstlenen geçmişi geleceğe taşıyacak, geçmişi geleceğe bağlayacak gençlerin toplumsal sorunlara bakış açıları ve sorunları ele alışı tarzları toplumsal ve çevresel sürdürülebilirlikte kilit bir role sahiptir. Özellikle günümüzde toplumların son dönemlerde yaşadıkları büyük değişimler ve dönüşümler ile ortaya çıkan ekonomik, sosyal, çevresel sorunların çok daha katmanlı ve karmaşık bir hal aldığı da düşünülürse, sorunlara ve çözümlere ilişkin daha farklı, yaratıcı, yenilikçi, risk alabilecek, cesur, sıra dışı, dönüştürücü bir bakış açısına ve anlayışa ihtiyaç olduğu son derece açıktır. Bu bakışın ve anlayışın yaşları ve özellikleri itibarıyla gençler tarafından ortaya koyulması manidar görünmektedir. Bu sebeple genç nesile düşen görev, bir anlamda onların sosyal girişimciliğinin tüm topluma yayılmasında baş aktörler olarak rol üstlenmelerini gerekli kılmaktadır. Şu halde sosyal girişimcilik, özellikle gençlerin 'geleceğe sahip olmak istiyorsan, bugününe, çevrene, dünyana ve toplumuna sahip çıkmalısın' anlayışı ile hareket etmelerini gerektirmektedir.

Yukarıdaki açıklamalarla örtüşen bir biçimde, bazı çalışmalar, sosyal girişimcilerin daha genç olduklarını ileri sürmekte ve bu durumu da henüz aile sorumluluğu da üstlenmedikleri için daha yüksek risk alma eğilimlerine bağlamaktadırlar (Prabhu, 1999). Bunun da ötesinde sadece sosyal girişimcilik

faaliyetlerinin yürütülmesi bakımından değil aynı zamanda sosyal girişimciliğin türü açısından da yaşın etkisi olduğu ifade edilebilir. Şöyle ki; daha genç sosyal girişimciler dönüşümcü eylemler üzerinde çalışırken ve de daha farklı örgüt formlarını benimserlerken; daha yaşlı sosyal girişimcilerin daha çok hayırseverlik yönündeki faaliyetlerde buldukları ve bu tip örgütlerde yer aldıkları belirtilebilir (Humbert, 2012).

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışma, Pamukkale Üniversitesi'nde faaliyet gösteren öğrenci topluluklarının toplumun sürdürülebilirliği açısından önem ve anlam taşıyan çevre, eğitim, sağlık, engellilik ve diğer canlılar gibi çeşitli konularda yürüttükleri projelerden örnekler sunarak gençlerin sosyal girişimcilik faaliyetlerini değerlendirmeyi ve sorunlara yaklaşımlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Pamukkale Üniversitesi'nde 2015 yılı itibariyle 102 tane öğrenci topluluğu yer almaktadır. Bu toplulukların bir kısmının (örneğin: doğayı ve hayvanları koruma topluluğu, arkeoloji topluluğu, dans topluluğu vb.) doğrudan belirli alanlara yönelik faaliyetleri yürütmek amacıyla kuruldukları; bir kısmının (örneğin: genç vizyon topluluğu, yeni ufuklar topluluğu, işletme topluluğu) da genel bir isim altında farklı farklı alanlara yönelik etkinlikleri gerçekleştirmek amacıyla kuruldukları görülmektedir.

Bu topluluklar tarafından her eğitim öğretim döneminde onlarca etkinlik/proje düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin bir kısmı süre açısından bir ya da birkaç günü kapsayacak biçimde kısa süreli; bir kısmı birkaç ay ya da tüm eğitim öğretim dönemini kapsayacak biçimde orta süreli; bir kısmı da yıllara yayılan bir süreçte uzun süreli olarak yürütülmeye devam etmektedir. Faaliyetler arasında kitap okuma günleri, çeşitli alanlarda ve konularda seminer, konferans düzenleme vb. etkinlikler oldukça yaygın bir yer tutmaktadır. Bunun yanı sıra bu çalışmada örnekleri görülebilecek emek, zaman ve para açısından daha çok kaynak gerektiren ve farklı üniversite gençleri ile sivil toplum kuruluşlarının işbirliğiyle yürütülen geniş kapsamlı faaliyetler de söz konusudur.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada belge inceleme yöntemi kullanılmıştır. Basılı ve elektronik belgeleri sistematik inceleme ve değerlendirme süreci olan belge inceleme yöntemi, araştırmacının araştırma konusu ile ilgili günlük, anı defteri,

mektuplar, alan notları vs gibi belgeleri inceleyerek analiz etmesidir (Hodder, 2002; Bowen, 2009).

Bu yöntem çerçevesinde Pamukkale Üniversitesi'nin Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı'nda ilgili birim ile görüşülmüş, öğrenci topluluklarının son altı yıl içinde yaptıkları etkinlikler ve yürüttükleri proje dosyaları incelenerek; özellikle devamlılığı olan ya da çeşitli toplumsal sorunlar (eğitim, sağlık, çevre vb. gibi) açısından anlam taşıdığı düşünülen etkinlik ve proje örnekleri inceleme ve değerlendirme kapsamına alınmıştır. Bu doğrultuda topluluklar tarafından hayata geçirilmiş 12 örnek etkinlik/proje seçilmiştir.

4.3. Üniversite Öğrenci Topluluklarının Sosyal Girişimciliğe İlişkin Örnek Faaliyetleri

Bu başlık altında çeşitli öğrenci toplulukları tarafından hayata geçirilmiş 12 örnek etkinlik/proje incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Bu kapsamda etkinliklerin/projelerin kimlere yönelik yapıldığı (hedef kitlesi), yapılış amaçları/hedefleri ve bu doğrultuda gerçekleştirilmiş faaliyetler bir tablo halinde sunulmuştur.

Toplulukların kuruluş amaçları ile yürüttükleri projelere/etkinliklere başlama gerekçeleri dikkate alındığında, gençlerin sosyal girişimci ruhunun ve bu konudaki duyarlılıklarının son derece yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin, çalışmada ele alınan topluluklardan birisinin "*X topluluğu farklılıklara saygı, şeffaflık ve hesap verilebilirlik, yerel katılım, girişimcilik, ekip çalışması ve hayat boyu eğitim ilkeleri ışığında "eleştirmek değil, değiştirmek için" çıktığı yolda, gençliğin enerjisini sosyal faydaya dönüştürmek için çalışmalarını sürdürmektedir*" yönünde beyan ettiği amaç yukarıdaki açıklamalara ışık tutmaktadır. Yine bir başka topluluğun yerine getirdikleri etkinliğe başlamadan önce, projenin başlatılma gerekçesi olarak "*sosyal sorumluluğun bir etkinlik olmadığı bir süreklilik olduğu bilincine sahip olduğumuz ve eğitimin bir ülkenin en önemli değeri olduğunu düşündüğümüz için bu projeyi severek, isteyerek ve inanarak yapacağımızdan eminiz ve bu konuda bir sorumluluğumuz olduğunu biliyoruz*" yönündeki beyanları bu kapsamda örnek gösterilebilir. İncelenen belgelerde örnek toplulukların ifade ettikleri amaca benzer gerekçelerle kurulan ve benzer misyonlarla hareket eden daha birçok topluluğa ve sosyal girişimcilik faaliyetine rastlamak mümkündür.

Tablo-1'de de görülebileceği gibi, gençlerin yürüttüğü faaliyetlerin tamamı toplum ve toplumun devamlılığı, gelişimi açısından önem taşıyan, fayda yaratan etkinlikler olarak dikkat çekmektedir. Gençlerin sağlığa, eğitime, engelliliğe, diğer canlılara ve çevreye ilişkin sorunların farkında olmaları, sorunları ele alış tarzları, getirdikleri çözüm önerileri ve sahip oldukları kısıtlı kaynaklar düşünüldüğünde gereken kaynaklara ulaşma konusundaki çabaları

sahip oldukları ‘sosyal girişimci ruh’ ile açıklanabilir ve bu noktada takdiri hak etmektedir. Gençlerin çevresel sorunlara olan duyarlılıkları ve sürdürülebilirlik konusundaki faaliyetleri; bizim dışımızdaki canlıları önemseyen yaklaşımları; toplumun tümünü kapsamak adına dezavantajlı bireylere (engelliler, ev hanımları, yoksul çocuklar vb.) yönelik yürüttükleri faaliyetler toplumsal fayda yaratma adına son derece anlamlı görünmektedir. Özellikle de eğitim konusunda kendilerinden daha küçük olan ve gelecekte onların yerini dolduracak sonraki kuşağa, onların gelişimine, daha iyi eğitilmesine yönelik yaptıkları çabalar bir ülke için çok önemli olan sosyal sermayenin oluşturulması açısından son derece manidardır.

Tablo.1 Üniversite Öğrenci Topluluklarının Sosyal Girişimcilik Faaliyetleri

Etkinlik/Proje Adı	Hedef Kitle	Amaçlar/Hedefler	Yürütülen Faaliyetler
Lösemi Nedir Etkinliği (27.11.2014)	Üniversite gençliği	<i>Geleceğin ebeveynlerini</i> <ul style="list-style-type: none">Lösemi hastalığının aile üzerindeki etkileri, hastalığın teşhisi ve tedavi süreci, hasta çocukların psikolojik durumları, ilik nakli hakkında bilgilendirmek ve farkındalık sahibi olmalarını sağlamakDuyarlı bir gençliğin sahip olması gereken sosyal sorumluluk konularında bilgi sahibi olmalarını sağlamak	<ul style="list-style-type: none">Alanında uzman kişiler tarafından gerçekleştirilen eğitim ve bilgilendirme semineri
Bir Dileğim Var Etkinliği (27.11.2014)	PAÜ Tıp Fakültesi'nde yatmakta olan lösemili çocuklar	<ul style="list-style-type: none">PAÜ hastanesinde yatmakta olan lösemi hastası çocukları ziyaret ederek dileklerini yerine getirmek	<ul style="list-style-type: none">Çocukların istekleri doğrultusunda onlara moral vermeye ve eğlendirmeye yönelik faaliyetler
Geleceğe Umutla Bak Projesi (2014)	Bir köy ilköğretim okulu öğrencileri	<ul style="list-style-type: none">Gerek ülke çapında gerek yerel bazda yürütülen birçok köy okulları projelerinin eksik ya da tamamlanmayan yönlerini baz alarak fiziki koşulları düzeltmekten ziyade doğrudan çocukların gelişimini olumlu yönde etkileyecek çalışmalar yapmakBunun için bu konuda eğitim alan üniversite öğrencileriyle çalışıp hem onların bilgilerini uygulamaya dökmelerini, hem de kendi alanlarındaki eksikliklerini görüp gelişmelerine destek olmak	<ul style="list-style-type: none">Bilim etkinliği,Diş taraması,Eğitimde motivasyon etkinliği,Geleceğe mektuplar etkinliği,Müzikli oyunlar,Minik bilim etkinliği,Resim etkinliği,Tarih ve dünyamız etkinliği,Yaratıcı drama etkinliği
Kumbaralar Atık Piller İçin Projesi (20.02.2012/07.05.2012)	Denizli halkı	<ul style="list-style-type: none">Doğa ve çevre vakfı (DOÇEV)in 1999 yılında çalışmalarına başladığı projenin Denizli yerinde yaygınlaştırılmasını sağlamak adına atık pil noktaları oluşturmak ve projeye destek olmak	<ul style="list-style-type: none">Atık pil toplama, iletişim, atık pillerin çevreye etkileri konulu seminerlerAtık pil kumbaralarının dağıtımını (160 belirli adrese atık pil toplama noktalarının oluşturulması) ve halkın bilinçlendirilmesinin

			<p>sağlanması (görsellerle halkın ilgisini çekmek)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belirlenen tarihte atık pil toplama noktalarında toplanan pilleri alarak DOÇEV aracılığı ile Taşınabilir Pil Üreticileri ve İthalatçıları Derneği'ne ulaştırılmasının sağlanması
<p>Suyun Gözyaşları Projesi (2009- 2012)</p>	<p>Denizli'deki ilköğretim okulu öğrencileri 2009-2010 eğitim öğretim yılı:23 okul, 4000 öğrenci 2010-2011 eğitim öğretim yılında 48 okul,10000 öğrenci 2011-2012 yılında 100 okul, 20000 öğrenci</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kocaeli Üniv. Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO Öğrenci Klüpleri Birliği'nin 2008 yılında başlattığı suyu kullanma ve koruma politikalarını desteklemek için bu projeyi Denizli'de yürütmek • Ülkemiz ve dünyamız için stratejik önemi olan su konusunda bilgi vermek • Üniversite öğrencilerinin ilköğretim öğrencilerine örnek olmalarını sağlamak • Konusunda uzman olmayan kişilerin gönüllü olarak projeye katılmalarını sağlayarak doğal sivil toplum düşüncesini yaygınlaştırmak 	<ul style="list-style-type: none"> • Görsel ve işitsel yöntemlerle su tasarrufu konulu eğitim semineri • Su tasarrufu içerikli ödüllü resim yarışması düzenlenmesi • Ödül töreni düzenlenmesi
<p>Gülümse Çocuk Projesi (2011-2012) (2012-2013) (2013-2014) (2014-2015)</p>	<p>Denizli köylerindeki ilköğretim okulu öğrencileri</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Öncelikle Denizli yerelinde bulunan ilköğretim köy okullarına, talep olması halinde Denizli il sınırları dışındaki köy okullarında öğrencilerin temel ihtiyaçları giderilerek, eğitimler vermek • Okul ziyaretlerinin ardından dönem sonunda köy okullarındaki çocukların PAÜ'de gerçekleştirilen gülümse çocuk şenliğine davet edilmesi ile çocukların üniversite ortamını görerek hayallerinin şekillenmesini sağlamak amaçlanmıştır 	<ul style="list-style-type: none"> • Elimize sağlık etkinliği (doğru temizlik alışkanlıkları, diş sağlığı, hijyen eğitimi); • Çevre kahramanı etkinliği (çevreci atıklar;çevre dostu geri dönüşümü mümkün olan atıklar hakkında bilgilendirmek, suyun gözyaşları) • Başarıya bir adım etkinliği (sınav sistemleri hakkında bilgi vermek) • Düşle yap sergile etkinliği (gülümse çocuk galada sergilenecek resim çalışmaları); • Mektup arkadaşım etkinliği,

			<ul style="list-style-type: none">• Eğlence panayırı etkinliği (oyunlar, müzik,tiyatro gösterisi vb.)
“ENGEL”SİZ ATAK Etkinliği (07/08/09/10.05 2009)	Denizli halkı	<ul style="list-style-type: none">• Denizli’de engelli bireylerin kendine güvenmesi, ayrıma maruz kalmaması, dışlanmaması, sosyal hayatta yer alması, çalışması ve bunları yaparken de hiçbir fiziksel engelleme ile karşılaşmaması adına farkındalık yaratmak• Aileleri ve toplumu bilinçlendirmek• Engellileri haklarını bilen ve savunan bireyler haline getirmek• Sosyalleşmelerine katkı sağlamak• Devletle işbirliği içerisinde engellilerin sosyal hayatta karşılaştıkları fiziksel şartların daha iyi hale gelmesi için katkıda bulunmak	<ul style="list-style-type: none">• Engelli temalı film gösterimi• Engellenemez halk semineri(engelli hakları üzerine)• Türkiye Sakatlar Derneği’nin engelliler üzerine skeç gösterisi• Engellilere yönelik bilgi, çalışma vb. konularda stand, anket ve bilgilendirme çalışmaları• Görme engelliler goalball turnuvası• Sesli kütüphane oluşturma etkinliği (görme engelliler okulu)• Atölye çalışmaları, bundan sonra ne yapabiliriz konulu toplantılar• Engelsiz yürüyoruz etkinliği (atak ekibi, Çamlık İlköğretim Okulu ve İş Okulu öğrencileri, Denizli halkı ile)• Tekerlekli sandalye yarışı

PATİ ATAK etkinliği (03/04/05/06.05.2012)	Denizli halkı	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye'nin çeşitli yerlerinden gelecek 50 üniversite öğrencisi ile birlikte Denizli'de gerçekleştirilen projede hayvan hakları ve hayvan sevgisi ile ilgili gelen katılımcılarda ve yerel halkta bilinç uyandırmak, farkındalık yaratmak ve Türkiye'nin her yerinden gelen toplum gönüllüsü gençlerle bu farkındalığı tüm ülkeye yaymak• Yetişkin, genç ve çocuklarda hayvanları koruma bilincinin kazandırılmasını sağlamak• Hayvan hakları konusunda insanlarda farkındalık yaratmak• Atağa katılacak 50 katılımcı ile hayvan beden dili eğitimi almak• Sokak hayvanları ile ilgili ilk yardım eğitimi almak	<ul style="list-style-type: none">• Hayvan temalı açık hava film gösterim• Hayvan beden dili ve ilk yardım semineri• Kuş yuvası ve kulübe yapımı,• Beslenme odağı ziyareti ve iyileştirilmesi• Broşür dağıtımı ve atölye çalışması• Basın toplantısı
İnternet Okuryazarlığı Projesi (02.12.2013-18.05.2014)	Denizli'deki ev hanımları	<ul style="list-style-type: none">• İnternet kullanımının hızla yayıldığı bir dönemde internet ve teknolojiye uzak kaldığı düşünülen ev hanımlarını bilgisayar ve internetle tanıştırmak ve bilgiye erişim yollarından birini tanıtarak bilgiye hızla erişmelerini sağlamak	<ul style="list-style-type: none">• Eğitim seminerleri
Bir Şans Ver Projesi (12.11.2013-23.05.2014)	İlköğretim 4. sınıf öğrencileri	<ul style="list-style-type: none">• Maddi imkânsızlıklardan dolayı iyi bir eğitim alamayan, kültürel ve sosyal faaliyetlerde bulunamayan çocukların	<ul style="list-style-type: none">• Türkçe, matematik, fen ve teknoloji ile İngilizce derslerine ilişkin destek sağlanması• Öğrencileri sinema ve

		<p>hem derslerine destek olmak hem de sosyal hayatlarına katkıda bulunmak</p> <ul style="list-style-type: none">• İmkânsızlık ve sosyal eşitsizliklerden dolayı özgüveni eksik olan çocuklara özgüvenini kazandırmak, derslerinde daha başarılı olmaları sağlamak	<p>tiyatroya etkinliklerine götürme</p>
<p>Renkli Fırçalar Etkinliği (27.04.2013) (02/03.05.2014)</p>	<p>Köy ilköğretim okulu öğrencileri</p>	<ul style="list-style-type: none">• İlköğretim okulu öğrencilerine eğitime daha uygun bir yer sağlayabilmek, fiziki şartları düzeltmek, düzenlemek, eksiklikleri gidermek• Okulun çeşitli yerlerine yapılacak çizgi film karakteri süslemeleri ve renkli boyamalarla çocukların yaratıcılıklarını artırmak hayal güçlerini kuvvetlendirmek• PAÜ öğrencilerini yerel halkla buluşturmak	<ul style="list-style-type: none">• Anasınıfı tavanına süslemeler yapılması ve perde ihtiyacının giderilmesi• 1-2-3-4. sınıfların çeşitli ihtiyaçlarının giderilmesi; duvarlara çizgi film karakteri ile boy ölçerin çizilmesi• Koridordaki kırılmış askılıkların yenilenmesi• Okulun bahçe düzenlemesinin yapılması• Oyun parkının yenilenmesi• Basketbol sahasının zeminine çimento dökülmesi• Deponun etrafının çitle çevrilmesi
<p>Ben Bir Sokak Köpeği Olsaydım Temalı Resim, Hikâye, Şiir, Fotoğraf ve Kompozisyon Etkinliği (22.10.2012- 10.11.2012)</p>	<p>Denizli il ve ilçelerinde ilköğretim 3-4. sınıf, orta öğretim ve lise öğrencileri</p>	<ul style="list-style-type: none">• Öğrencilere giderek yabancılaştıkları doğal yaşamın varlığını anımsatmak• Toplumun bilinç seviyesini eğitim yoluyla yükseltmek için çaba göstermek ve bu yolla hayvanlara daha iyi bir yaşama olanağı sağlamak• Doğadaki her varoluşun bir amacı ve anlamı olduğunu kavramak ve kavranılmasını sağlamak	<ul style="list-style-type: none">• İlköğretim öğrencileri arasında resim; orta öğretim öğrencileri arasında şiir ve hikâye; lise öğrencileri arasında kompozisyon ve fotoğraf yarışması düzenlenmesi• Sonuçların bildirilmesi ve ödüllerin (dershane bursu) yerine getirilmesi

5. Sonuçlar

Sosyal girişimci, yaşadığı toplumda ortaya çıkan toplumsal sorunları fark eden, sessiz kalıp kabullenmek yerine bunlardan rahatsız olup çözülebilmeleri için yaratıcı ve cesur bir yaklaşımla, sorunların üzerine giden; mücadelecisi, duyarlı, gerçekçi tavırları ile fark yaratan ve toplumun güvenini kazanan kişidir (Betil, 2010). Toplumların da devamlılığı ve sağlıklı bir biçimde gelişebilmesi için, bu bireylere bugün düne kıyasla çok daha fazla ihtiyacı vardır. Özellikle de bizim gibi gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya kaldıkları sorunlar da dikkate alındığında, eksikliği daha çok hissedilen ve bu eksiklik giderildiğinde çarpıcı dönüşümlere yol açabilecek sosyal girişimler ve bu girişimleri hayata geçirecek farkındalığı yüksek ve eğitilmiş insan kaynağı son derece önemlidir. Bu noktada geleceği devralacak bunu da geçmişini geleceğe bağlayarak yapacak gençler kilit bir konumda yer almaktadırlar. Çalışmada üniversite gençlerinin kurdukları toplulukların yaptıkları etkinlikler değerlendirildiğinde, toplumun tüm kesimlerini kucaklayacak biçimde eğitimden sağlığa, çevresel sorunlardan dezavantajlı gruplara kadar geniş bir yelpaze içerisinde sosyal fayda, sosyal değer yaratan ve bu anlamda toplumsal sürdürülebilirliğe önemli katkılar yapan etkinlikleri görmek mümkündür. Bir toplumun sağlıklı bir biçimde varlığını devam ettirebilmesi için o topluma değer katacak gençlerin varlığı çok önemlidir.

Sosyal girişimcilik çalışmalarının küçük bir gruptan, bireylerin oluşturduğu bir takıma, örgütlerden çeşitli ağlara hatta topluma kadar yayılabildiği (Light, 2006: 50) düşünülürse, sosyal girişimcilik faaliyetleriyle toplumsal değişim ve dönüşümün gençlerden başlayarak tüm topluma yayılabileceği ve oluşturulan sosyal değer ve faydanın maksimum seviyeye çıkacağı ifade edilebilir. Bu sebeple sosyal girişimciliğin bir kariyer çizgisi olarak gençlere aktarılmasına, buna uygun bir eğitimin verilmesine ve ülke çapında geliştirilip uygulamaya geçirilmesi gereken sosyal girişimcilik stratejilerine ve politikalarına da ihtiyaç olduğu aşikârdır (Çetindamar ve dğ., 2010). Bugün her ne kadar Türkiye'deki birçok üniversitede öğrenci toplulukları ve toplulukların sosyal girişimciliğe yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetler söz konusu olsa da ülkemiz açısından bundan çok daha fazlasına ihtiyacımız olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Hâlâ birçok üniversitede sosyal girişimciliğe ilişkin derslerin yer almaması sosyal girişimciliğin öneminin anlaşılmasını ve bu kapsamdaki faaliyetlerin yaygınlaşmasını engellemektedir. Bu yüzden toplumların geleceğinin sağlıklı bir biçimde şekillenmesinde belki de yapılabilecek en iyi sosyal girişimcilik faaliyeti, gençlerde sosyal girişimcilik bakış açısının ve anlayışının kazandırılmasına yönelik çalışmalar olacaktır. Toplumdaki her bir bireyin bir diğerine ihtiyacı vardır. Toplumsal dayanışma, işbirliği, yardımlaşma gibi duyguların zamanla yok olmaması ve toplumsal devamlılık için sosyal girişimciliği teşvik eden

çalışmalara ve bu yönde oluşturulacak yapılara ihtiyaç olduğu ve gençlerin de bu noktada daha fazla bilgilendirilmeleri, desteklenmeleri ve önlerinin açılması gerektiği unutulmamalıdır

Kaynakça

- AUSTIN, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006) "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?", *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 30(1),1-22.
- BARENDSSEN, L. and Gardner, H. (2004), "Is The Social Entrepreneur A New Type Of Leader?", *Leader to Leader*, Autumn (Fall), Sayı (34), 43–50.
- BETİL, İ. (2010), "Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 21-25.
- BOWEN, G. A. (2009), "Document Analysis As A Qualitative Research Method." *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- BRAUNERHJELM, P. and Hamilton, U.S. (2012), "Social entrepreneurship – a survey of current research", *Working Papers Series from Swedish Entrepreneurship Forum*, Working Paper 2012, Sayı (9), 1-57.
- ÇETİNDAMAR, D., Tural, E., Titiz,S., Taluk, Ş. (2010), "Sosyal Dönüşümün Ajanları: Sosyal Girişimciler", *Social Entrepreneurship Conference*, June, SakıpSabancı Museum.
- DEES, G. (1998), "The Meaning of "Social Entrepreneurship", <http://csi.gsb.stanford.edu/sites/csi.gsb.stanford.edu/files/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf> Erişim tarihi: 10.08.2015.
- HODDER, I. (2002), "The Interpretation of Documents and Material Culture", In D. Weinberg (Eds.). *Qualitative Research Methods*, Oxford: Blackwell Publications, 266- 279.
- HUMBERT A.L. (2012), "Women as Social Entrepreneurs", *Third Sector Research Centre Working Paper 72*, February, 1-15.
- JOHNSON, S. (2000), "Literature Review on Social Entrepreneurship", *Research Associate Canadian Centre for Social Entrepreneurship*, November, 1-17.
- KRUGER PASSOS, C.A., Felix, J.C., Greco,S.M.S.S., Bastos Junior, P.A., Machado, J.P., Rossoni, L. (2007), "Exploring The Relationships Between Conventional Business Entrepreneurship And Social Entrepreneurship In Brazil", http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Acervo/ Erişim Tarihi: 14.08.2015.

- KÜMBÜL GÜLER, B. (2011), “Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: ASHOKA Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(3), 79-111.
- LIGHT, Paul E.; (2006), “Reshaping Social Entrepreneurship”, Stanford Social Innovation Review, 4(3), 47-51.
- MAIR, J. and Marti I. (2006), “Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight”, Journal of World Business, 41(1), 36-44.
- NICHOLLS, A. (2006)a, Introduction, in A. Nicholls (Ed.) Social Entrepreneurship: New Models Of Sustainable Social Change, New York:Oxford University Press, 1-35.
- NICHOLLS, A. (2006)b 'Social Entrepreneurship', in Carter, S. and Jones-Evans, D. (Eds.) Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy, FT Prentice Hall: Harlow, 220-242.
- PEREDO, A.M. and McLean, M. (2006), “Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept”, Journal of World Business, 41(1), 56-65.
- PRABHU, G.N. (1999), “Social Entrepreneurial Leadership”, Career Development International, 4(3), 140-145.
- REYHANOĞLU, M., Akın, Ö. (2012), “Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?”, Yönetim, Yıl: 23 Sayı (71), 8-23.
- ROBERTS, D., Woods, C. (2005), “Changing The World On A Shoestring: The Concept Of Social Entrepreneurship”, University of Auckland Business Review, 7(1), 45-51.
- ROPER, J., Cheney, G. (2005), “Leadership, Learning And Human Resource Management: The Meaning Of Social Entrepreneurship Today”, Corporate Governance, 5(3), 95-104.
- SHARIR, M. and Lerner, M. 2006, “Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs”, Journal of World Business, 41(1), 6-20.
- SHAW, E. and Carter, S. (2007) “Social Entrepreneurship, Theoretical Antecedents And Empirical Analysis Of Entrepreneurial Processes And Outcomes”, Journal of Small Business and Enterprise Development, 14(3), 418-434.
- TRIVEDI, C., Stokols, D. (2011), “Social Enterprises and Corporate Enterprises: Fundamental Differences and Defining Features”, The Journal of Entrepreneurship, 20(1), 1–32.
- YETİM, N. (2002), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, Ege Academic Review, 2002, 2(2), 79-92.

Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi*

Dr. Asuman SÖNMEZ

Kurumsal Finansal Yönetim Danışmanı
asusonmez@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Çağla ARIKER

İstanbul Kültür Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü,
c.ariker@iku.edu.tr

Arş. Gör. Andaç TOKSOY

İstanbul Kültür Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
a.toksoy@iku.edu.tr

Öz

Sosyal girişimcilik kavramı son yıllarda özellikle Türkiye’de akademik yazında yer almaya başlamıştır. Kavramsal olarak içerisinde “Sosyal” ve “Girişimci” olmak üzere iki farklı terimi bulundurmaktadır. Her ne kadar yeni bir kavram olsa da sosyal girişimciler yüzyıllardır varlıklarını sürdürmektedirler. Toplumsal ve sosyal problemleri yaratıcı ve girişimciliğin gerektirdiği yetilerle çözmeye çalışan “sosyal girişimciler” sosyal değerler yaratmaktadırlar. Kavramın günümüzde bu kadar değer kazanmasının nedeni insanoğlunun sürekli artan istek ve ihtiyaçları karşısında ortaya çıkan sorunları çözmeye sivil toplum kuruluşlarının çözüm üretmemesidir. Bu çerçevede sosyal girişimciliğin ihtiyaca göre şekillendiği görülmektedir. Sorunların çözümünde sosyal anlamda yapılması gereken birtakım projeler mevcuttur. Toplumda sürdürülebilir pozitif bir etki yaratmayı hedefleyen sosyal girişimciler farklı yaklaşım tarzlarıyla toplumdaki problemlere yönelik çözüm üretmektedir. Ticari girişimcilerden misyon tanımlarında farklılık gösteren sosyal girişimciler de kendi projelerinin başlaması ve sürdürülebilirlikleri sırasında karşılaştıkları problemler benzerlikler göstermektedir. Bununla birlikte, 21.yüzyılda her geçen gün değeri daha da artan sosyal girişimciliğin maddi kaynaklar anlamında kendi kendine yetebildiği örnekler de bulunmaktadır. Sosyal girişimciliği teşvik eden organizasyonların varlığı ve projelerin devamlılığı önem kazanarak gerek Dünya’da gerekse Türkiye’de gelişim sürecine katkıda bulunacaktır. Çalışmada; sosyal girişimcilik kavramına yer verilecek, Dünya’da ve Türkiye’de sosyal girişimciliğin önemi, gelişim süreci ülkeler de baz alınarak incelenecektir.

Anahtar Kelime: Sosyal Girişimci, Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişim, Girişimci

Development of Social Entrepreneurship in the World And Turkey

* Bu makale, II. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu’nda sunulan bildirinin genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

Abstract

Social entrepreneurship concept is a new concept for academia especially in Turkey. It contains two different terms as “Social” and “Entrepreneur”. Even though academia begun to be interested with social entrepreneurship and social enterprises almost last two decades, entrepreneurs has been in existence for many years. Social entrepreneurs who try to solve social problems through their competences and creativity create social values. One of the reason in raise the value of this concept is inadequacies of non-governmental organizations (NGO’s) in finding satisfactory solutions for increasing demand and requirements of human or in other words the prevalence of needs in human society. In this frame it can be considered that social entrepreneurship are shaped according to requirements. Some projects has to be produced in social bases for solving problems. Social entrepreneurs generate solutions for different problems in societies thanks to their different point of views and styles. Social entrepreneurs who are different from commercial entrepreneurs in their missions basis live same problems in their start-up and sustainability phases. Nevertheless some social enterprises as a sample meet their financial needs thanks to their activities and facilities in 21st century. Existence of incentives which encourage social entrepreneurship and sustainability of projects will promote their development processes in the World as well as in Turkey. In this paper, concept of social entrepreneurship will be discussed and its importance and historical development process in the World and Turkey will be examined.

Key word: 3Social enterprise, Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur, Entrepreneur

1. Giriş

19. yüzyılda Fransa’dan başlayan sosyal ekonomi kavramının bir parçası olarak günümüze gelen ve son yıllarda özellikle Muhammed Yunus’un öncülüğünü de yaptığı sosyal girişimler yeni ve farklı bir olgu olarak sadece Avrupa değil Asya, Amerika ve hatta Afrika’da da yayılmaya devam etmekte ve Dünya ekonomisi ve istihdam rakamlarında çarpıcı değerlere ulaşmıştır.1980’li yılların başından beri Dünya’da sıklıkla bahsedilmeye başlanan ve üzerinde farklı çalışmaların ve araştırmaların yapıldığı “sosyal girişim”, “sosyal girişimci” ve “sosyal girişimcilik” konuları özellikle 2007 yılından bu yana halen etkisini farklı bölgelerde değişik şekillerde gösteren küresel ekonomik kriz ile birlikte daha da önem kazanmaya başlamıştır. Dünya Bankası’nın 2007 yılı raporlarına göre Dünya’nın en zengin 946 ailesinin mal varlığı 3.4 trilyon doların üzerindeyken, Dünya nüfusunun %40’ını oluşturan 2.7 milyon kişi günde 2 doların altında bir kazançla yaşamını sürdürmektedir. Oysa ki, küresel anlamda en önemli sorun sermayenin ve gelirlerin eşit dağılmaması ve işsizlik olarak ülke ekonomilerinin karşısına çıkmaktadır.

Girişimcilik ve sosyal girişimcilik bu anlamda Dünya ekonomisinin krizlerden çıkışı, büyümesi ve yeni ürün ve hizmetlerin ekonomiye katılmaları kapsamında bir kurtuluş yolu olarak görülmektedir. Söz konusu nedenle de hemen her ülkede girişimciliğin her alanında çalışmaların yapılabilmesi ve girişimci adaylarının bu konuda cesaretlenmeleri için kamu ve özel sektör kuruluşlarının yeni modeller

geliştirdikleri, organizasyonlar düzenledikleri ve girişimciliği bir devlet politikası ve ekonomik model olarak kullandıkları görülmektedir.

Çalışmamızda önemi son yıllarda artan sosyal girişimcilik konusu sosyal girişim ve sosyal girişimciler bazında Dünya’da ve Türkiye’de gelişimi ve örnekleri ile ele alınacak ve incelenecektir.

2. Tanım ve Kavramlar

Dünya çapında halihazırda kabul edilmiş bir sosyal girişim tanımı bulunmayan sosyal girişimler geleneksel özel sektör ile kamu arasında konumlanmış kuruluşlar olarak kabul edilebilirler¹.

20 farklı tanımın birleştirilmesi ile sosyal girişimciler ise “sosyal zenginliği (ekonomik, sosyal, sağlık ve çevresel varlıkları kapsayan) artırmak için inovatif bir yaklaşımla mevcut organizasyonları yöneterek veya yeni girişimler yaratarak faaliyetleri ve süreçleri keşfeden, tanımlayan ve fırsata dönüştüren” kişi olarak tanımlanmaktadır².

Gregory Dees 1998 yılında yayınlanan ünlü “The Meaning of Social Entrepreneurship” makalesinde sosyal girişimcileri³;

- Bir sosyal değer yaratmak ve geliştirmek için bir misyon oluşturan,
- Bu misyona hizmet edecek yeni fırsatları bulmak ve sürekli takip eden
- Sürekli bir inovasyon, uyarılma ve öğrenme sürecine giren,
- Eldeki kaynaklarla sınırlanmadan çözüm aramak, cesur davranan ve
- Tüm paydaşlara karşı ve elde edilen sonuçlara ilişkin açık bir hesap verebilirlik sergileyen kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Dünya Ekonomik Forum’u ise lider veya vizyoner bir sosyal girişimciyi⁴:

- Geniş çaplı, sistematik ve sürdürülebilir sosyal değişimleri icatlar, farklı yaklaşımlar, iyi bilinen teknolojilerin veya stratejilerin bilinmeyen uygulamalarını ya da hepsini birden kombine edebilen
- İlk ve en önemli sosyal ve/veya ekolojik değer yaratma isteğinin finansal değer yaratımı ile optimize edebilen
- Yeni ürün, hizmet ve yaklaşımlarla inovatif yöntemlerle sosyal problemleri çözebilen

¹http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.08.2015.

² Shaker, A. Z., Hans, N. R., Nachiket, B. ve diğerleri, 2008: 117–131.

³ Anadolu Vakfı, (2014), “Değişim İçin Sosyal Girişim”, Optimist, 6

⁴ <http://widgets.weforum.org/social-entrepreneurs-2015/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

- Geri bildirimleri sürekli olarak takip eden ve yaklaşımlarına adapte edebilen kişi olarak tanımlamaktadır.

UNICEF ise sosyal girişimcilerin özellikle de genç sosyal girişimcilerin özelliklerini; vizyoner, becerikli, engeller karşısında yılmayan, eleştiriye ve buna bağlı olarak iyileştirmeye açık alanlarını geliştirme özelliğine sahip, kendini misyonuna adayan inovatif, bir lider olarak sıralamaktadır⁵.

Bu kapsamda bakıldığında sosyal girişimcilikte en önemli konu girişimin toplumda önemli bir kesime fayda sağlayabilecek konular içinden seçilmesi ve bunun üzerine kar amaçlı veya kaç amaçsız bir yapı ile girişimin gerçekleştirilmesi ve iç (satış, sponsorluk gelirleri vb) ve dış finansman kaynakları (hibe, fon, teşvik vb) ile sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır. Bu durumda da yine iyi bir iş planı ve planlama ile işe başlanmanın organizasyonun devamlılığı açısından önemi ortaya çıkmaktadır.



Şekil 1. Sosyal Girişimcilikte Temel Nokta

Kaynak: <http://www.girisimhaber.com/post/2013/11/05/Kuresel-Sosyal-Girisimcilik-Yarismasi-GSVC.aspx>

Uluslar arası alanda birçok sosyal girişimciliğe yönelik aktiviteler gelişirken araştırmacılar hala aslında sosyal girişimcilerin hangi nedenler veya fırsatlar kapsamında girişimlerini yapacakları konuları belirledikleri ya da seçtiklerini anlamaya yönelik bir fikir birliğine varamadıkları gibi yeni uluslar arası sosyal girişimlerin ortaya çıkışı veya zamanlama ve ölçekleri/kapasiteleri konusunda başarılı tespitler yapamamaktadırlar⁶.

Fırsatların devamlılığı, küresel anlamda sıkıntı veren problemlere çözümler üretmeleri için sosyal girişimcileri yeni girişimler oluşturma konusunda cesaretlendiren ve motive eden önemli etkenlerden biridir⁷.

Avrupa Komisyonu 2011 yılından bu yana sosyal girişimler için “sosyal ekonomide ama amacı kurucusu ve hissedarları için kar yaratmak yerine sosyal etkiler oluşturmak olan kuruluşlar” tanımını kullanmaktadır ve bu işlemleri

⁵ UNICEF, 2007: 4-5

⁶ Shaker, Hans, Nachiket ve diğerleri, 2008: 117-131.

⁷ Shaker, Hans, Nachiket ve diğerleri, 2008: 117-131.

girişimci ve inovatif tekniklerle moda ve gündeme uygun bir şekilde üretilen ürün ve hizmetlerle hayata geçiren, karlarını sosyal amaçlar için kullanan girişimleri tarif etmektedir⁸.

Sosyal girişimler, sosyal sorunların çözümünde sistematik değişimi hedefleyerek girişimcilik esaslı veya serbest piyasa temelli yöntemler benimseyen kuruluşlar ya da başka ifadeyle alanlarındaki benzer vakalar üzerine vaka bazlı çalışmaktansa tüm bu konuyla ilgili taraflar üzerinde olumlu etkiler yaratabilme etkisine sahip sistematik bir değişim oluşturmayı ve çözümlerini yaygınlaştırarak uzun vadede toplumun desteğini kazanmayı ve bu yolla sorunların ortadan kaldırılmasını hedefleyen kuruluşlardır⁹.



Şekil 2. Sosyal Girişimlerin Ortak Noktaları

Kaynak: ERSEN, T.B., Kaya D., Meydanoğlu Z., (2010), “Sosyal Girişimler ve Türkiye”, TÜSEV, 9

Sosyal girişimlerin ölçek/kapasite kavramı; hangi coğrafi alanda ne kadar kişiye nasıl odaklanacağı konusu olup, etkisini belirli birkaç ülkede mi ya da bölgesel mi göstereceğini de belirtir¹⁰. Sosyal girişimlerin önemli bir bölümünün kendi bölgelerinde ürün ve hizmetlerini sundukları ve bölgesel sorunlar üzerine yoğunlaştıkları görülmektedir.

Sosyal girişimler aynı zamanda kurumlar kadar bağımsız girişimcilerin artmasına da yardımcı olur. Bu anlamda, “*ekonomik sürdürülebilirliğin yanı sıra sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik kavramlarının önem kazanmasıyla sosyal girişimcilik ve sosyal girişimcilerin desteklenmesi konuları politika ve stratejiler içerisinde yer almaktadır.*”¹¹

Sosyal girişimlerin kar amaçlı olup olmamaları durumları da yine farklı görüşlerin yer aldığı bir konudur. Yapılan bir araştırmaya göre Dünya’da

⁸ European Commission, 2013: 31.

⁹ Ersen, Kaya ve Meydanoğlu, 2010: 7.

¹⁰ SHAKER, A. Z., HANS, N. R., NACHIKET, B. ve diğerleri, 2008: 117–131.

¹¹ KOSGEB, (2015), Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015 – 2018 (GİSEP), 12

kurulmuş sosyal girişimlerin yaklaşık %63'ü kar amaçlı olmakla birlikte yıllık ortalama gelirleri yaklaşık 1 milyon dolar seviyesindedir¹².

Sivil Toplum Kuruluşları Gelir getirci faaliyetler yapmakla birlikte varlıklarını genelde hibe ve bağışlarla sürdürümler.	Kar Amaçsız Organizasyonlar Kendi kendini idame ettiren veya gelir getirci aktiviteler yapan kuruluşlar olarak kurulanlar	Tanımlı Sosyal Girişimler Sürdürülebilirliği olan ve karını işe veya sosyal / çevresel projelere tekrar yatırmaya istekli kar amaçlı veya amaçsız sosyal / çevresel amaçlı işler	Kar Amaçlı Kuruluşlar Ticari ve sosyal / çevresel misyonlarına eşit önem verenler	Kar Amaçlı Kuruluşlar Güçlü sosyal / çevresel misyonu olan ve karının tamamını veya bir kısmını hissedarları ile paylaşanlar
---	---	--	---	--

Şekil 3. Sosyal Girişimcilik Aktivitelerinin Çeşitleri

Kaynak: DARKO, E., Koranteg., K., (2015), "Social Enterprise Landscape in Ghana", British Council, 8

Bu kapsamda farklı boyutlarda ve amaçlarla çalışarak hem kendi kendini döndürebilen hem kar eden hem de sosyal anlamda önemli katkılarda bulunan girişimler hem Dünya'da hem de ülkemizde yakın zamanda kurulmuş örnekleri faaliyetlerini sürdürmektedirler.



¹² <http://magazine.good.is/infographics/infographic-understanding-social-enterprise#open>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

Şekil 4. Sosyal Girişimcilerin Kar Amaçsız ve Kar Amaçlı Sosyal ve Ticari Girişimciler

Kaynak: SAMER, A., (2012), “**Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries**”, Technology Innovation Management Review, Feb. 2012, 26

Sosyal girişimlerin sosyal fayda sağlamaları yönleri ile sivil toplum kuruluşları (STK) şeklinde bazen bireysel baze de kamu veya özel sektör bünyesinde kurulabilmeleri ve piyasa araçlarını kullanmaları, bir kısmının kar amacı gütmemesi gibi ortak yönleri açısından bakıldığında sosyal girişimcilik ile sosyal işletmenin benzer kavramlar oldukları söylenebilir¹³.

Diğer taraftan değerleri aynı olsa da STK ile sosyal girişimler arasındaki temel fark, iş modeli olup, bir sosyal girişimin tamamıyla bağışlara ve kamu finansmanına dayanarak sürdürülebilir olması pek mümkün değildir¹⁴. Sosyal girişimler hükümetten bağış ve hibe alabilir ama gelirinin büyük bölümü piyasada sattıkları ürünler ve hizmetlerden sağlarlar. Bir diğer farklılık da gönüllülük ve profesyonellik olup, sosyal girişim aynı zamanda bir iş olduğundan tamamıyla gönüllülere dayanamazken STK da sadece profesyonellerle çalışamazlar. Yönetim konusu ise yine bir diğer farklı konu olup, STK'nın demokratik ya da yüksek katımlı bir yönetimi olmalıyken sosyal girişimlerde işe hizmet eden bir yönetime sahip olması gerektiği ve yönetim şekli işi yürütmeye engel oluyorsa değiştirilmesi uygun düşünülmektedir¹⁵.

2.1. Sosyal Girişim(ciler) ile Ticari Girişim(ciler) Arasındaki Benzer ve Farklı Yönler

Sosyal girişimciler özel sektörün girişimci ruhu ile kamunun sosyal amaçlarını birleştiren genel karakteristik özellikleri ile diğer girişimcilerden ayrılmakta olup, çalışmalarını ve kazandıklarının tekrar üyeleri veya ilgilenenlerinden oluşan daha geniş gruplara ve sosyal amaçlara adayan ve yatıran kişiler ve onların organizasyonlarıdır¹⁶. Ticari girişimlerde iş odaklı bir anlayış hakim iken sosyal girişimcilikte iş toplumsal sorunların çözülmesine yardımcı olması için kullanılan bir araç gibidir. Sosyal girişimler sosyal hedeflere ulaşmak için iş yapmanın farklı bir yolu olarak da değerlendirilebilirler.

¹³ Demir, 2014: 354.

¹⁴ OPTİMİST, 2013: 103.

¹⁵ OPTİMİST, 2013: 103.

¹⁶http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.08.2015.

Şekil 5. Sosyal Girişimciler ile Ticari Girişimciler Arasındaki Benzer ve Farklı Yönler

Kaynak: SANCHEZ, V., (2013), “Business Design in Social Entrepreneurship”



Sosyal girişimlerin ticari girişimlerden farklı olarak ekonomik ve girişimcilik yapısı açısından incelendiğinde¹⁷;

- Mal ve hizmet üreten ve/veya satanların faaliyetleri devamlı
- Bağımsızlık derecesi yüksek
- Önemli seviyede ekonomik riske katlanan
- En az seviyede ücretli çalıştırma özellikleri kendini göstermektedir.

Yine benzer şekilde sosyal girişimlerin sosyal ve toplumsal boyutunda ise;

- Bir grup vatandaş tarafından başlatılan girişimlerin varlığı
- Sermaye mülkiyetine dayanmayan bir karar verme gücü
- Faaliyetleri etkileyen organize edenlerin doğal katılımları
- Sınırlı kar dağıtımı

¹⁷http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.08.2015.

- Açık amacın topluma faydalı olunması özellikleri kendini göstermektedir.

3.Dünya’da Sosyal Girişimciliğin Gelişimi

Dünya’da en iyi bilinen sosyal girişimler Ashoka, Skoll Foundation, Echoing Green ve Schwab Foundation olup bu girişimler geniş bir yelpazede hizmet veren ve finansal kaynaklar, teknik yardım, ağ genişletme, pazarlama, organizasyon ve araştırmaları içeren çalışmalar yapmaktadırlar¹⁸. Tablo 1’den de görülebileceği gibi Dünya’nın en iyi 10 sosyal girişimi sıralamasında yine Ashoka ve girişimcisi Bill Drayton ilk sırada yer almaktadır¹⁹.

Tablo 1. Dünya’nın En Ünlü On Sosyal Girişimcisi ve Sosyal Girişimi

Sosyal Girişimci	Sosyal Girişim	Girişim Konusu	Gelişimi
Bill Drayton	Ashoka	Dünya’daki sosyal girişimcilere yardım etmek	73 ülkede 2,145’ün üzerinde sponsor ile bir uluslar arası kuruluştur.
Muhammed Yunus	Grameen Bank	Mikro finans ve sosyal kapitalizmi geliştirmek	1983 yılından bu yana 10 milyon doların üzerinde net kar ve 2006 Nobel Ödülü
Black Mycoskie	TOMS	İhtiyacı olan çocuklara 1 çift ayakkabı	2011 yılında 1 gözlük olarak kampanya genişlemiştir.
Scott Harrison	Charity: Water	Temiz su sağlamak	2011 yılında %100 büyüme sağladı 17 ülkeye ulaşmıştır. Forbes En İyi 30 Sosyal Girişimci Listesi 201
Jefferey Hollender	Seventh Generation	Temizlik, kağıt ve kişisel bakım	1998 yılından bu yana çalışan girişim 2010 yılında 150 milyon doların üzerinde gelir elde etmiştir.

¹⁸ UNICEF, 2007: 6.

¹⁹ <http://www.socialnomics.net/2012/07/03/the-10-greatest-social-entrepreneurs-of-all-time/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

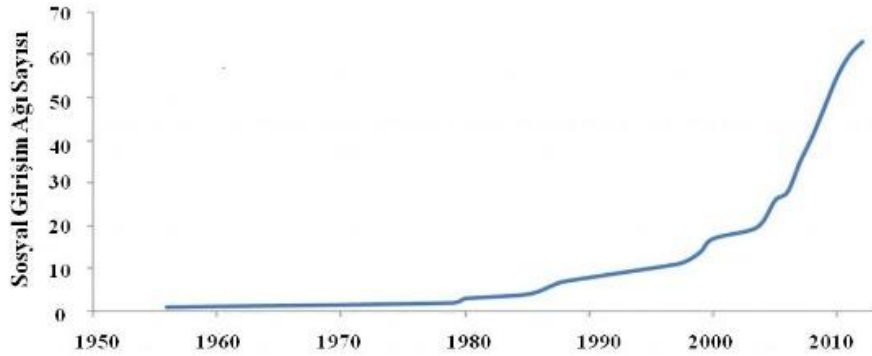
Xavier Helgesen, Chris Fuchs, Jeff Kurtzman	Better World Books	Her kitabın değerini maksimize etmek ve Dünya çapında okur yazarlığı teşvik etmek	2002 yılından bu okur yazarlık fonu yaklaşık 12.1 milyon dolara, işlem sayısı 84 milyon adede ulaştı
Akhtar Hameed Khan	Comilla Cooperative Project Orangi Pilot Project	Yerel alt yapı çalışmaları için mikro finans Sağlık, sağlık önlemleri ve konut için mikro finans	Pakistan ve Karachi’de çalışmalar ve destekler devam etmektedir.
Ibrahim Abouleish	SEKEM Development Foundation	Biodinamik tarım, özel çay, ürün ve organik pamuk üretimi	1977’den beri çalışmalara devam etmekte ve farklı ülkelere ihracat yapmaktadır.
Willie Smits	Borneo Orangutan Survival Foundation	Öksüz ve tehlikedeki maymunların korunması ve sürdürülebilir tarım yöntemleri, ağaçlandırma	1989’dan bu yana çalışmalara devam etmekte, Ashoka’nın da sponsorlarındandır.
Bunker Roy	Barefoot College	Okuma yazma bilmeyen kadınlara evlerinde doktor, mühendis veya mimar gibi güneş enerjisi ve su kullanımı ile ilgili işlemler yapabilmeyi öğretmek	1989 yılından bu yana Asya ve Afrika’da 450,000 kadına eğitimler vermiş ve vermeye devam etmektedir.

Kaynak: <http://www.socialnomics.net/2012/07/03/the-10-greatest-social-entrepreneurs-of-all-time/>

<http://www.sekem.com/sustainability.html>,
<http://www.barefootcollege.org/solutions/solar-solutions/>

Diğer taraftan eBay'in kurucuları Jeffrey Skoll ve Pierre Omidyar, Microsoft'un kurucusu Bill Gates, Google'ın kurucusu Sergey Brin yine Dünya'da sosyal girişimcilerin özellikle de teknoloji alanında faaliyet gösteren sosyal girişimcilerin cesaretlenmesini ve yeni sosyal girişimlerin ortaya çıkmasını sağlayan, sosyal girişimlerin aynı zamanda kar getirebilen girişimler de olabileceğini gösteren, örnek alınan ve taklit edilen önemli girişimciler ve girişimlerdir.

Sosyal girişimlerin önümüzdeki 10 yılda çok daha büyük atılımlar yapacağı öngörülmekte olup, yaklaşık 500 milyar dolarlık sosyal ve çevresel etkilerinin bulunacağı tahmin edilmektedir. Dünya'da sosyal girişimlerin artması ile birlikte sosyal girişim ağlarının sayılarının da giderek yükseldiği görülmektedir. Avrupa %25'lik pay ile en fazla sosyal girişim ağının olduğu kıta iken, %16 ile uluslar arası ağlar, %12 ile Asya %4'er pay ile de Afrika ve Kuzey Amerika sıralamada yerlerini almaktadırlar²⁰.



Grafik 1. Dünya'da Sosyal Girişim Ağları

Kaynak: <http://www.kpmgfamilybusiness.com/surveying-networks-of-social-entrepreneurs/>

ABD'de sosyal girişimler daha çok yerel hizmetler vermekte olan ve sayı, çalışan sayısı ve yıllık gelir açısından küçük değerlere sahiptir. Yapılan bir araştırmada araştırmaya katılan girişimler bazında veriler toplam sosyal girişimlerin %35'inin kar amaçsız olduğunu, yaklaşık %40 sosyal girişimin 5 kişiden az çalışanı varken sadece %8'i 100 kişiden fazla çalışan ile faaliyetlerini sürdürdüğünü

²⁰ <http://www.kpmgfamilybusiness.com/surveying-networks-of-social-entrepreneurs/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

göstermektedir²¹. %45 sosyal girişimin yıllık geliri 250,000 doların altında %22'sinin ise 2,000,000 doların üzerindedir. %20'si ülke çapında ekonomik gelişme etkisine sahip, %16'sı işgücü gelişimine, %12'si enerji ve çevre odaklı, %11'i eğitim bazlı çalışmakta olup sadece %7'si uluslararası çapta girişimlerdir. Gıda ve işgücü geliştirme ile ilgili girişimler en çok gelir elde eden kuruluşlardır²². Kuruluş tarihi olarak da %60'ı 2006 ve sonrasında kurulmuş olup bunların %29'u ise 2011 yılından sonra kurulmuştur²³.

2011 yılında Forbes Dergisi 94 yıllık tarihinde ilk defa “Dünya'nın En Önemli 30 Sosyal Girişimcisi Listesi”ni yayınlamaya başlamış ve sosyal girişimciyi “sosyal sorunları çözmek için işi kullanan kişi” olarak tanımlamıştır²⁴. 2012 yılında “30 yaşın altındaki 30 sosyal girişimci” listesini yayınlamıştır²⁵.

Avrupa Birliği'nde sosyal girişimler için tek bir model olmamakla birlikte, çoğu girişim özel şirketler gibi kayıtlara geçmiş kalanlar ise sosyal birlikler, dernekler, gönüllü organizasyonlar gibi sivil toplum kuruluşları, hayır kurumları, kooperatif şirketler ve hatta tüzel kişiliği bile olmayan yapılardır²⁶. Son 5 yılda KOBİ'ler Avrupa'daki toplam yeni işler içindeki payı %80 iken sosyal girişimler çok hızlı bir gelişim göstererek 11 milyon kişinin istihdam edilmesini sağlamıştır²⁷. Kuruluş statülerindeki farklılıklara rağmen Birlik içindeki sosyal girişimler genel olarak çalışma ve istihdam (işsiz kişilerin eğitimi ve entegrasyonu), kişisel hizmetler (çocuk bakım servisleri, yaşlı bakım hizmetleri, engelli kişilere yardım) ve dezavantajlı bölgelerin yerel gelişimleri (şehirleşme, rehabilitasyon, gelişim) gibi konular üzerine faaliyet göstermektedirler²⁸.

Sosyal ekonomi kavramının 19. yüzyıldan beri Fransa'dan başlayarak giderek yaygınlaştığı AB ülkelerinde 160,000'den fazla kooperatif şirket yaklaşık 5.4 milyon kişiye istihdam sağlamakta olup, Dünya'da bu rakam yaklaşık 1 milyon şirket ve 100 milyon kişiye istihdamdır²⁹. Sosyal ekonomi 27 AB ülkesinde tüm çalışanların %6.5 ve 15 AB ülkesinde tüm çalışanların %7.4'üne denk gelen yaklaşık 14.5 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır³⁰. Yaklaşık 2.8 milyon sosyal girişimin %92'ini ise dernekler, vakıflar vb organizasyonlar oluşturmaktadır. Söz konusu girişimlerin dağılımında İngiltere %31 ve Almanya %18'lik payları ile AB ülkelerinin %50'sine yakın girişimlere ev sahipliği yapmaktadır. Yapılan bir araştırmada araştırmaya katılan AB çapındaki 600 sosyal girişimin yaklaşık

²¹ http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

²² The Great Social Enterprise Census, 2011: 4.

²³ http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

²⁴ <http://www.forbes.com/sites/helencoster/2011/11/30/forbes-list-of-the-top-30-social-entrepreneurs/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

²⁵ http://www.forbes.com/special-report/2012/30-under-30/30-under-30_social.html, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

²⁶ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.08.2015.

²⁷ KPMG, 2013: 1.

²⁸ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.08.2015.

²⁹ European Commission, 2013: 28.

³⁰ European Commission, 2013: 45.

%75'inin ABD'de olduğu gibi yine benzer sektörler olan sosyal hizmetler, istihdam ve eğitim, çevre, eğitim, ekonomik, sosyal ve toplumsal gelişim konuları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir³¹.

Diğer taraftan AB ülkelerinde sosyal girişimlerin gelişimi açısından kullanılmaya başlanan ve önemli kazanımların elde edildiği iki teknikten biri "sosyal franchising" diğeri ise "başarılı çözüm uygulamalarının transferi ve adaptasyonu"dur. Sosyal franchising kapsamında yaklaşık 140 sosyal girişim farklı bölgelere franchising anlaşmaları yaparak yayılma imkanı bulmuştur. European Social Franchising Network (ESFN) ve International Centre for Social Franchising bu konular üzerine çalışan örgütlerdir. ESFN son 10 yıl içinde yaklaşık 10,000 işin sosyal franchising yolu ile yaratıldığını tahmin etmektedir³². Diğer teknik olan başarılı çözüm uygulamalarının transferi ve adaptasyonu ise sosyal girişimler içinde bugüne kadar en başarılı olarak gösterilen Ashoka'nın geliştirdiği ve eğitimler, seminerler ve çeşitli organizasyonlarla farklı ülkelerde yapılan çalışmaların diğerlerine transfer edilebilmesi ve adaptasyonunu sağlamak üzere kullanılmaktadır.

İngiltere'de 2013 yılında yaklaşık 700.000 sosyal girişim bulunmakta ve bir milyona yakın kişi bu girişimlerde çalışmakta olup, %56'sı yeni ürün ve servisler gerçekleştirmiş, %11'i ihracatçı konuma gelmiştir ve ekonomiye katkıları 24 milyar Sterlin'in üzerindedir³³. 2011 yılından bu yana yaklaşık %44'ünün yıllık gelirleri ise 100,000 – 1,000,000 Sterlin aralığındadır³⁴. Yaşı 10 yılın üzerinde olan sosyal girişimler ise ortalama 500,000 Sterlin yıllık gelir elde edebilen girişimlerdir. İş geliştirme, eğitim, istihdam ve yetenekler, konut ve perakende toplam %70'lik payı ile en çok sosyal girişimlerin kurulduğu sektörlerdir. KOBİ'lerde %19, The Financial Times Stock Exchange 100 (FTSE100)'de işlem gören şirketlerde %3 olan kadınların yöneticilik oranı sosyal girişimlerde çok daha yüksek olup, %38 sosyal girişim kadınlar tarafından yönetilmekte ve söz konusu kurulan sosyal girişimlerin %91'inin yönetiminde en az bir kadın yönetici görev yapmaktadır³⁵. Benzer şekilde erken aşamadaki sosyal girişimlerde çalışan yetişkinlerin bölgelere göre cinsiyet dağılımında ABD ve Afrika kadın erkek dağılımında yaklaşık %4.1'lik paylarla eşit seviyelerde olduğu, diğer bölgelerde erkeklerin oranlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir³⁶.

Asya ülkelerinde de yine aynı şekilde sosyal girişimcilerin kurdukları girişimler sayesinde özellikle, finans, kırsal kesim gelişimi, sağlık, su ve enerji konularında toplumsal sorunların çözülmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Hindistan, Filipinler ve Singapur sosyal girişimlerin sayıca fazla olduğu Asya ülkelerinden olup, örneğin Hindistan'da elektrik ve modern yakıtların kullanımı ile ilgili

³¹ www.selusi.eu, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

³² European Commission, 2013: 38.

³³ State of Social Enterprise Survey, 2013: 6 -13.

³⁴ State of Social Enterprise Survey, 2013: 16.

³⁵ <http://businessofwomen.com/en/social-enterprise-business-making-difference/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

³⁶ <http://magazine.good.is/infographics/infographic-understanding-social-enterprise#open>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

sorunlara yönelik sosyal girişimler konutlarda yaşayan halkın problemlerine çözüm üretmektedirler³⁷.

Chine Social Enterprise Report 2012 verilerine göre Çin’de kurulan sosyal girişimlerin yaklaşık 2/3’ü Pekin (%50) ve Şanghay’da (%17) kurulmuş olup, tüm sosyal girişimlerin %54’ü 3 yıl içinde kurulmuş ve erken gelişme aşamasında olan girişimler, %38’i ise 5 yıl önce kurulmuş girişimlerdir³⁸. Bununla birlikte gelişim sınırlı kalmakta, finansal açıdan da AB ülkelerindeki gelir yüksekliği ve işgücü yaratımı Çin’deki sosyal girişimlerde görülememekle birlikte, yaklaşık %42’si kar edebilen %33’ü ise giderlerini ancak karşılayabilen girişimlerdir.

4. Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi

Dünya’da 1980’lerin başlarından beri yaygınlaşan sosyal girişimcilik kavramı Türkiye için neredeyse son 10 yıldır yükselen ve önem verilen bir konu olan girişimcilik kavramının bir başka kolu kapsamında ekonomi gündemine girmiş olup, daha çok yeni ve çok da fazla bilinmeyen bir alandır.

Devlet politikası olarak özellikle işsizliğin önüne geçilmesi ve yeni ve rekabet edebilir mal ve hizmetlerin ekonomiye katkı sağlayabilmesi açısından girişimcilik kavramının yanı sıra son birkaç yıldır sosyal girişimcilik konusu da öncelikli konular içinde yerini almıştır.

10. Kalkınma Planı 2014 – 2018³⁹ Madde 693’de “*Girişimcilik ve KOBİ desteklerinin sağlanmasında yenilik, verimlilik ve istihdam artışı, büyüme, ortak iş yapma gibi ölçütlerin yanı sıra kadın, genç girişimcilik ve sosyal girişimciliğe de öncelik verilecektir. Uygulamada izleme ve değerlendirme süreçleri iyileştirilecek, etki analizlerinden yararlanılarak desteklerin ekonomiye katkısı ölçülecektir.*” şeklinde sosyal girişimcilik kavramının destekleneceği belirtilmiştir. Söz konusu madde aynı zamanda KOSGEB’in 2015 – 2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP) Taslağı’nda 1.1, 1.2, 1.4 ve 3.3 hedefleri ile ilişkilendirilmiştir⁴⁰. Stratejik Amaç 1: KOBİ’lerin Rekabet Güçlerinin Artırılması ve Büyümelerinin Sağlanması kapsamında 1. Hedef: KOBİ’lerin kurumsallaşmalarının, markalaşmalarının sağlanması ve verimlilik düzeylerinin yükseltilmesi⁴¹, 2. Hedef: KOBİ’lerde ortak iş ve proje geliştirme kültürünün yaygınlaştırılması⁴², 4. Hedef: KOBİ’lerde beşeri sermayenin geliştirilmesi amacıyla KOBİ işveren ve çalışanlarının niteliklerinin yükseltilmesi⁴³ ve Stratejik Amaç 3: İş ve Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Sürecinde KOBİ’lerin Gözetilmesi kapsamında 3. Hedef: KOBİ’lere sağlanan devlet desteklerinde

³⁷ <http://www.adb.org/features/businesses-mission-focus-social-enterprises>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

³⁸ SEFORIS, (2013), “The State of Social Entrepreneurship - Key Facts and Figures”, 4.

³⁹ 10. Kalkınma Planı, 2014: 106.

⁴⁰ KOSGEB, 2015: 74.

⁴¹ KOSGEB, 2015: 77.

⁴² KOSGEB, 2015: 79.

⁴³ KOSGEB, 2015: 81.

bütünselliğin sağlanması⁴⁴ gibi amaç ve hedeflerle sosyal girişimcilik konusunun ilişkilendirilmiş olması, önümüzdeki yıllarda sosyal girişimcilerin de KOBİ'ler gibi konumlandırılmaları ve KOSGEB tarafından desteklenebileceklerinin ipuçlarını vermektedir.

Yine KOSGEB tarafından hazırlanan Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015 – 2018 (GİSEP) de KSEP ile benzer şekilde sosyal girişimciler ve sosyal girişimcilik konularına değinmiş, genel amacına ulaşabilmesi için belirlenen müdahale alanları ve hedeflerin içine “Tematik ve Genel Destekler” başlığında altında incelenmiş ve diğer girişimcilik kategorilerinin yanı sıra sosyal girişimcilik alanında da sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması alınmıştır⁴⁵. Bu anlamda Stratejik Hedef 3: Kadın Girişimciliği, Genç Girişimciliği, Eko Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik ve Küresel Girişimcilik gibi öncelikli tematik alanlarda ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması kapsamında sosyal girişimcilik tanımının ve kapsamının belirlenmesine yönelik çalışma yapılmasını ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinin Üniversitelerde de geliştirilmesi için proje yarışmalarının düzenlenmesi gibi konuları ilk sıraya koymuştur⁴⁶. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı sorumluluğunda yapılacak faaliyetlerin işbirliği yapacağı kuruluşlar ise Avrupa Birliği (AB) Bakanlığı, Konsey Üyeleri, (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) ve Üniversiteler olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda 2015 - 2017 yılları arasında sosyal girişimlerin ülkemizdeki durumunun ortaya konulması ve bu konuda farkındalık yaratılmasına yönelik faaliyetlerin yürütülebilmesi için tanımı ve kapsam belirlemek için çalışmalar ve gerekli düzenlemeler yapılacaktır⁴⁷.

Üniversitelerde sosyal girişim konusunun yaygınlaşması için KOSGEB sorumluluğunda gerçekleştirilecek faaliyetler de yine Üniversiteler ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içinde yapılacaktır. Sosyal amaçla kurulan ve bu amaca yönelik ekonomik faaliyetler yürüten sosyal girişimlerin sosyal değişimin araçları olmalarının yanı sıra; ekonominin büyümesine, istihdam imkanları yaratılmasına ve ülkelerin kalkınmasına da katkıda bulunduğu dikkat çeken GİSEP, bu nedenle gençlerin girişimciliğe özendirilmesinin yanı sıra sosyal girişimcilik kültürünün oluşmasını da önemli gördüğünden Üniversitelerde yapılacak yarışmalar sosyal girişimcilik kültürünün yaygınlaşmasını sağlayacaktır⁴⁸. Bu kapsamda, 2015 - 2018 yılları arasında her yıl en az 1 yarışma düzenlenmesi hedeflenmektedir.

GİSEP'te yayınlanan bir diğer hedef ise Kuluçka Merkezleri için düzenleyici çerçeve oluşturulması ile ilgili olarak, 2017 yılı sonuna kadar hukuki çerçevenin oluşturulması ve şirket statüsünde kurulan ve/fakat kar amacı gütmeyen yapıya

⁴⁴ KOSGEB, 2015: 89.

⁴⁵ KOSGEB, 2015: 48

⁴⁶ KOSGEB, 2015: 5.

⁴⁷ KOSGEB, 2015: 61.

⁴⁸ KOSGEB, 2015: 61.

sahip kuluçka merkezlerinin söz konusu ikilemden kurtulmalarını sağlayacak bir yaklaşımın benimsenmesi ve AB ve diğer ülkelerde uygulamada olan “sosyal girişimci” statüsü ile ilgili çalışmalar yapılarak hukuki düzenleme gerçekleştirilmesi yönündedir⁴⁹. Bu hedef kuluçka merkezlerinin sosyal girişimlere dönüşmesi ve yenilerinin de kurulması ile sosyal girişim sayısının ülkemizde artmasını sağlayacak önemli bir hedeftir.

TÜBİTAK da sosyal girişimcilik konusunu 2014 yılında gündemine almış ve 2013 yılında düzenlemeye başladığı TÜBİTAK 2238 Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmasına “Sosyal Girişimcilik Kategorisi”ni de eklemiş, 62 iş fikrinin finale kaldığı yarışmada 20 sosyal girişimcilik projesi finale kalan projeler arasında yer almıştır⁵⁰.

AB’nin Türkiye’deki çalışmaları ve hibeleri kapsamında da sosyal girişimler desteklenmektedir. AB İstihdam ve Sosyal Yenilik Programı (EaSI) Mikrofinans ve Sosyal Girişimcilik Ağı özellikle itina gösterilmesi gereken gruplar ile mikro girişimler için mikro kredi ile sosyal girişimciliğin geliştirilmesi olmak üzere iki tematik alandaki eylemleri, sosyal girişimlere kurumsal kapasite oluşturma da dahil olmak üzere hibe desteği ve kredi garanti desteği sağlayarak desteklemektedir⁵¹. Ulusal koordinasyonu Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından yürütülecek EaSI, 2014 – 2020 yılları arasında nitelikli ve sürdürülebilir istihdam, yeterli sosyal korumanın temini, sosyal dışlanma ve yoksullukla mücadele ile çalışma şartlarının iyileştirilmesi hususlarına destek verilmesi amacıyla oluşturulmuş olup bütçesi 919,4 milyon Euro’dur. Bütçenin %61’i PROGRESS ayağı; %18’i Türkiye’nin katılımının sağlanamayacağı EURES ayağı ve %21’i Mikrofinans ve Sosyal Girişimcilik ayağı için ayrılmıştır.

Koç Üniversitesi Dünya genelinde sosyal girişimciler için danışmanlık ve tanıtım hizmeti sağlayan, ödüller veren ve öğrenciler tarafından yönetilen yarışmayı, sürdürülebilir bir şekilde pozitif sosyal değişiklik getiren gerçek ticari işlerin yaratılmasını destekleyen 6 Bölgesel Ortak ve 3 Sosyal Destek Ortağı ile işbirliği içinde UC Berkeley Haas İşletme Fakültesi tarafından organize edilen Küresel Sosyal Girişimcilik Yarışması’nın 2014 yılında bölgesel ortak olarak düzenlemiştir⁵².

Sabancı Üniversitesi’nin Genç Girişimciler Kulübü ve Momento Hediye Deneyim Sitesi ,şbirliği ile düzenlediği “Sosyal Girişimcilik Yarışması” çerçevesinde öğrenciler sosyal yardım amaçlı Momento paketleri tasarlayıp iş planlarını hazırlamış, kazanan takımın projesi ise hayata geçirilmiştir⁵³.

⁴⁹ KOSGEB, 2015: 55-56.

⁵⁰ <http://www.tubitak.gov.tr/tr/yarismalar/innovasyon-yarismasi/icerik-final-asamasina-gecen-projeler>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵¹ www.ab.gov.tr, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵² <http://www.girisimhaber.com/post/2013/11/05/Kuresel-Sosyal-Girisimcilik-Yarismasi-GSVC.aspx>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵³ <http://www.capital.com.tr/etkinlikler/sosyal-girisimci-yarismasi-basliyor-haberdetay-10706>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

Garanti Bankası'nın, Ekonomist Dergisi ve KAGİDER'in işbirliğiyle düzenlenen yarışmasında, "Türkiye'nin Kadın Girişimcisi", "Türkiye'nin Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi", "Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimci" kategorilerinin yanı sıra "Türkiye'nin Kadın Sosyal Girişimcisi" kategorisinde de ödüller verilmektedir⁵⁴.

Anadolu Eğitim ve Sosyal Yardım Vakfı, İstanbul Kalkınma Ajansı ile Kalkınma Bakanlığı'nın da desteklediği ve Eylül 2014 ayında sosyal girişimcilik üzerine başlattığı "Sosyal Girişimci Gençler" projesi kapsamında çalışmalar yürütmüş ve Haziran 2015 ayında düzenlediği seminerde aynı zamanda sosyal girişimcilik yarışmasının ödüllerini de vermiştir⁵⁵. Bu kapsamda çeşitli üniversitelerle işbirliği yaparak projenin Üniversite öğrencileri arasında bilinirliği için faaliyetlerde bulunmuştur⁵⁶.

Metro Toptancı Market, Capital ve Ekonomist dergileri işbirliğiyle örnek projelere imza atmış sosyal girişimcileri Metro Sosyal Girişimci Ödülleri 2014'te buluşturmuş ve sosyal girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunan yarışmalardan biri olmuştur⁵⁷.

Tüm bu çalışmalara rağmen henüz Türkiye'de sosyal girişimciliği teşvik eden ve/veya kolaylaştıran yasal düzenlemenin olmadığı da bir gerçektir.

Kadın Merkezi Vakfı, Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı, www.ab-ilan.com, www.trafiktehaklarim.org, www.dialogistanbul.com gibi birçok konuda kurulmuş sosyal girişimler Türkiye'de faaliyetlerini sürdürmektedir.

Türkiye'nin sosyal girişimler ve sosyal girişimcilik açısından GZFT/SWOT Analizi'nin yapıldığı bir çalışmada⁵⁸ ortaya çıkan gerçeklerin en başında KOSGEB'in de Strateji ve Eylem Planları'nda üzerinde durduğu tanım eksikliği ve buradan gelen kavram kargaşasıdır. Mevzuattan kaynaklanan eksiklikler de yine sosyal girişimlerin vakıf, dernek gibi oluşumlar içine girmelerine ve bu nedenle de gerekli performansı gösterememelerine neden olmaktadır. Tüm girişimcilerin önündeki finansal kaynak yetersizliği sorunu sosyal girişimciler açısından da bir sorun teşkil etmekte dahası ticari girişimlerin kar etmesi doğal karşılanırken sosyal girişimcinin kar edip etmemesi gerekliliği üzerinde toplumda farklı düşünceler bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik ise genel olarak yine tüm girişimcilerin önemli sorunlarından biridir. Sosyal ürün/hizmet kelimelerinin ücretsiz olması gerekliliği gibi bir olgu sosyal girişimcilerin ürün ve hizmetlerini bedel karşılığı pazarlamalarını güçleştirmektedir. Önümüzdeki dönemlerde devlet politikası olarak Üniversitelerde sosyal girişimcilik kavramının

⁵⁴ <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kobi/27303728.asp>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵⁵ <https://www.socialvents.com/event/9230825/Sosyal+Girisimcilik+Konferans>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵⁶ <https://www.isikun.edu.tr/web/439-8330-1->

1/isik_universitesi/isik_universitesi/etkinlikler/sosyal_girisimcilik_egitim_semineri, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵⁷ <http://www.capital.com.tr/etkinlikler/sosyal-girisimci-yarismasi-basliyor-haberdetay-10706>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

⁵⁸ Ersen, Kaya, ve Meydanoğlu, 2010: 4.

yaygınlaştırılması çalışmalarındaki artış hem yeni sektörlerin gelişmesini sağlayacak hem de toplumun sosyal girişimlere bakışını değiştirebilecek olması açısından önemlidir.

4.Sonuçlar

Sosyal girişim, sivil toplum kuruluşları, kar amaçlı girişimler, kar amaçlı sosyal girişimler arasında benzer ve farklı yönlerin varlığı kavramların da karışmasına neden olmakta kabul edilmiş bir uluslar arası sosyal girişim tanımının bulunmaması ise durumu daha karışık hale getirmektedir.

Bununla birlikte, 1980’li yılların başından bu yana Dünya’da ve son yıllarda ülkemizde sayıları ve girdikleri sektörler giderek artan sosyal girişimciler ve sosyal girişimler özellikle kamu ile özel sektör arasındaki konumu ile sosyal sorunların çözülmesinin yanı sıra ürettikleri ürün ve hizmetlerle de ekonomiye ve işsizliğin azalmasına katkı sağlayan bir kavram olmuştur.

Sosyal girişimler genel olarak buldukları bölgelerdeki sorunlara yönelik kurulmakla birlikte uluslar arası arenada faaliyet gösteren ve birçok ülkede birden çalışmalar yapan örnekleri de mevcuttur.

Genel olarak Dünya’daki gelişmeleri yaklaşık 20 – 25 yıl geriden takip etmekle birlikte ülkemizde de son 5 yılda sosyal girişimcilik ve sosyal girişimler anlamında ciddi adımlar atılmaktadır. Tanımsızlığın ve sosyal girişimlerin konumlandırılmamasından özellikle de mevzuattan kaynaklanan sorunların giderilmesi ile birlikte 2020 yılına kadar önemli gelişmelerin yaşanacağı ve toplumun farklı kesimleri ve kuruluşlarını bir araya getirecek, işbirliği içinde çalışmalarını sağlayacak projelerin üretileceği bir gerçektir. Türkiye’deki ticari girişimcilerin yaşadıkları zorluklar sosyal girişimcileri de bekleyen zorluklar içindedir. Bununla birlikte gelişen finansal destekler, finansman modelleri, hibeler ve teşviklerle gerek ticari gerekse sosyal girişimcilerin önleri açılacaktır. Sosyal girişimler toplumsal sorunlara çözüm üreten yapılar olmalarının yanı sıra istihdam ve ekonomiye katma değer yaratma açısından da fayda yaratan kuruluşlar arasında yerlerini alacaklardır.

Kaynakça

10. Kalkınma Planı 2014 – 2018, (2013), 106.
Anadolu Vakfı, (2014), “Değişim İçin Sosyal Girişim”, Optimist, 6.
DEMİR, Ö., (2014), “Sivil Toplum Kuruluşları”, “Sosyal Girişimcilik”, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” ve “Sosyal İşletme”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 2, Sayı (6), Eylül 2014, 347 – 356.
ERSEN, T.B., Kaya D. ve Meydanoğlu Z., (2010), “Sosyal Girişimler ve Türkiye”, TÜSEV.

- European Commision, (2013), “Social economy and social entrepreneurship”, Social Europe guide, Cilt (4), 28 – 45.
- KOSGEB, (2015), 2015 – 2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP), 74 – 89.
- KOSGEB, (2015), Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015 – 2018 (GİSEP), 5 – 61.
- KPMG, (2013), “European Venture Capital Funds (EuVECA) & Social Entrepreneurship Funds Regulations (EuSEF)”, 1.
- OPTİMİST, (2013), “Sosyal Girişim: Yeni İş Etiği”, Nisan 2013, 102 – 105.
- SAMER, A., (2012), “Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries”, Technology Innovation Management Review, February 2012, 6.
- SANCHEZ, V., (2013), “Business Design in Social Entrepreneurship”, 28.
- SEFORIS, (2013), “The State of Social Entrepreneurship - Key Facts and Figures”, 4.
- SHAKER, A. Z., Hans, N. R., Nachiket, B., Donald, O. N., ve James C.H. (2008), “Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities”, Strategic Entrepreneurship Journal, Sayı (2)117–131.
- State of Social Enterprise Survey, (2013), 6.
- The Great Social Enterprise Census, (2011), 4.
- <http://businessofeminin.com/en/social-enterprise-business-making-difference/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.
- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.08.2015.
- <http://widgets.weforum.org/social-entrepreneurs-2015/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.
- <http://www.adb.org/features/businesses-mission-focus-social-enterprises>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.
- <http://www.barefootcollege.org/solutions/solar-solutions/>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.
- <http://www.capital.com.tr/etkinlikler/sosyal-girisimci-yarismasi-basliyor-haberdetay-10706>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.
- <http://www.capital.com.tr/etkinlikler/sosyal-girisimci-yarismasi-basliyor-haberdetay-10706>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.
- <http://www.forbes.com/sites/helencoster/2011/11/30/forbes-list-of-the-top-30-social-entrepreneurs/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.
- http://www.forbes.com/special-report/2012/30-under-30/30-under-30_social.html, Erişim Tarihi: 15.08.2015.
- <http://www.girisimhaber.com/post/2013/11/05/Kuresel-Sosyal-Girisimcilik-Yarismasi-GSVC.aspx>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kobi/27303728.asp>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

https://www.isikun.edu.tr/web/439-8330-1-1/isik_universitesi/isik_universitesi/etkinlikler/sosyal_girisimcilik_egitim_semi_neri, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

<http://www.kpmgfamilybusiness.com/surveying-networks-of-social-entrepreneurs/>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

<http://magazine.good.is/infographics/infographic-understanding-social-enterprise#open>, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

<http://www.sekem.com/sustainability.html>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

<http://www.socialnomics.net/2012/07/03/the-10-greatest-social-entrepreneurs-of-all-time/>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

<https://www.socialvents.com/event/9230825/Sosyal+Giriimcilik+Konferans>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

<http://www.tubitak.gov.tr/tr/yarismalar/innovasyon-yarismasi/icerik-final-asamasina-gecen-projeler>, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

www.ab.gov.tr, Erişim Tarihi: 22.08.2015.

www.selusi.eu, Erişim Tarihi: 15.08.2015.

Döviz Kuru Riskinin Ölçülmesinde Garch Yönteminin Uygulanması*

Yrd. Doç. Dr. Nevzat TETİK

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü,
ntetik44@hotmail.com

Ersin KANAT

İnönü Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü,
ersinkanat44@hotmail.com

Öz

Döviz kurunun gelecekte ne olacağını tüm bireyler, şirketler ve devletler bilmek ister. Özellikle üretici, ithalatçı ve ihracatçı firmalar talep ve maliyet unsurlarını etkilediği için döviz kurlarını merak ederler ve tahminlerinin doğru çıkması halinde yüksek kazanç elde edebilirler. Döviz kurları, enflasyon, ekonomik büyüme, ihracat eğilimi, para arzı, ithalat eğilimi, hükümet kararları gibi pek çok değişkene bağlı olarak değişmektedir. Bu sebeple, döviz kurlarının ileriye dönük tahmini kesin olarak yapılamaz. Sadece yakın tahminlerde bulunmak mümkündür. Döviz kuru fiyatlarının tahmin edilebilmesi için genelde tek fiyat kanunundan yararlanır. Tek fiyat kanununun uygulamalara yansımış hali satın alma gücü paritesi olarak görülür. Bunun yanında “big mac” endeksi veya yapay sinir ağları gibi birçok yöntem sıkça kullanılmaktadır. Bu yöntemlerin birçoğu tek fiyat kanunun uygulamada şekillenmiş halleridir. Döviz Kurlarındaki ani dalgalanmalar girişimcilere fazla getiri sağlayabileceği gibi çok büyük kayıplara da neden olabilir. Döviz kurlarındaki belirsizlik ve dalgalanmanın artması riski arttırmaktadır. Kurdaki volatilité büyüdükçe, girişimcilerin haklı olarak korkuları da büyümektedir. Bu nedenle fiyat tahmin yöntemlerinin yanı sıra volatilitéyi ölçmekte büyük yararlar sağlayabilir. Volatilitéyi ölçerken, EWMA ve GARCH modellerinin genellikle sağlıklı sonuçlar verdiği görülmektedir. Bu çalışmada, öncelikle döviz kurlarının girişimciler açısından önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Daha sonra, kur tahmin yöntemlerinin ve volatilité ölçme modellerinin başlıcaları incelenmiştir. Son olarak ise, GARCH modeli kullanılarak Türkiye’deki Euro ve Dolar kurunun belirli dönemlerdeki dalgalanma dereceleri irdelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Döviz Kuru, Tek Fiyat Kanunu, Satın Alma Gücü Paritesi, Garch, Volatilité

* Bu çalışma, 9 Ekim 2015 Tarihinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi tarafından Düzenlenen “II. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu”nda sunulan bildirinin genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

The Application of the Garch Method for Measurement of the Exchange Rate Risk

Abstract

All individuals, companies and governments want to know what will happen exchange rates in the future. Especially, producers, importers and exporters are eager to exchange rates because of its affects to demand and cost factors. If they can get accurate estimations, they can achieve high earnings. Exchange rates are depend on many factors such as inflation rates, economic growth, exporting trend, money supply, propensity to import and government decisions. Therefore, future situation of the exchange rates can't be forecasted with certainty. Only close estimations are possible. Generally, "law of one price" is utilized in order to forecast exchange rates. "Purchasing power parity" is one of the application form of the "law of one price". Besides this, many methods are used frequently such as "big mac index" and "artificial neural networks". Most of these methods are application forms of the "law of one price". Sudden fluctuations in exchange rates can provide excess earnings to entrepreneurs, however, it can also causes huge loses. If uncertainty and volatility in exchange rates grows, fears of entrepreneurs also grow. Therefore, measurement of volatility can provide great benefits like forecasting methods. When measuring volatility, "EWMA" and "GARCH" models are generally seen as provide good results. In this study, first of all, importance of the exchange rates was emphasized. Then, the main forecasting methods of exchange rates and volatility calculation models were examined. Lastly, volatilities of the Dollar and Euro were examined with Garch Model.

Key Words: Exchange Rate, Law of One Price, Purchasing Power Parity, Garch, Volatility

1. Giriş

Günümüzde meydana gelen teknolojik ve küresel gelişmeler, iş hayatındaki rekabeti sürekli olarak arttırmaktadır. Girişimcilerin bu rekabet ortamında ayakta durabilmeleri için gelişen düzene ayak uydurmaları gerekmektedir. Bu gelişmeler, ülkeler arası ticareti yoğunlaştırmakta ve tüm dünyanın bir pazar haline dönüşmesine neden olmaktadır. Ayrıca, söz konusu gelişmeler, tüketicilerin ihtiyaç duydukları bir ürünü bir başka ülkeden daha ucuza temin edebilme olanağını doğurmaktadır. Bu nedenle, dış ticaret firmaları gibi ülke içinde ticaret yapan veya yapacak olan girişimciler de döviz kuru ile yakından ilgilenmeye başlamıştır.

Bu çalışmada, döviz kurlarının tahmin edilmesinin girişimciler açısından önemi, tahminleme yöntemleri ve volatilitenin ölçülmesi üzerinde özet olarak durularak, volatilitenin ölçülmesinde kullanılan GARCH yöntemi ile ilgili bir uygulama yapılmıştır.

Uygulama bölümünde, döviz kurlarının dalgalanma derecesinin ölçülebilmesi için bir yıllık döviz kuru verileri elde edilmiştir. Daha sonra, elde

edilen döviz fiyatları, bir yıllık getiriye çevrilmiştir ve garch (1, 1) modeli ile ilgili döviz kurlarının 40 günlük tahmini gerçekleştirilmiştir. Çıkan sonuçlar gerçekleşen fiyatlarla karşılaştırılarak, yöntemin döviz kuru riskini ölçmede ne derece etkili olduğu araştırılmıştır.

2. Döviz Kuru ve Tahminin Girişimciler İçin Önemi

Döviz kuru kısaca, bir ulusal paranın diğer bir ulusal paraya göre değeridir. Bu değer dövizde olan arz ve talep doğrultusunda oluşan ve bir birim yabancı para miktarının satın alabileceği ulusal para miktarıdır.(OKTAY, 2005: 59)

Ticari malların gelecekteki maliyetlerini ve fiyatlarını tahmin edebilmek için döviz kuru hakkında tahmin yürütmek, girişimciler için bir gereklilik haline gelmiştir. Finansal okur-yazarlığı az gelişmiş olan toplumlarda, finansal diğer analizlerde olduğu gibi döviz kurlarının analizinde de çeşitli yanlışlar yapılabilmektedir. Bu yanlışlar, girişimcilerin büyük kayıplar yaşamasına, girişimlerinin ilk aşamalarında cesaretsizliğe ve hatta kurulan işletmenin sonuna neden olabilmektedir.

Çok uluslu şirketlerin döviz kurlarını tahmin etme nedenlerini genel olarak aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz. (MADURA, 2013: 295)

- Döviz kuru riskine karşı korunma: Şirketlerin dövizde dayalı ticari borçların ve alacakların varlığından doğan döviz kuru riskinden korunma istekleridir.
- Kısa süreli finansman kararı: Şirketler, düşük faiz oranına ve düşme beklentisi olan paraya sahip olan ülkelere borçlanmak isterler.
- Kısa süreli yatırım kararı: Hangi ülkenin para biriminde artış olacağı ön görülüyorsa, o ülkeye yatırım yapma isteği artar ve yatırım dönemi boyunca değer yükselmesi beklenir.
- Sermaye bütçeleme Kararı: Gelecekteki nakit akışlarının hem yatırım yapılan ülkenin para değerleriyle hem de ana ülkenin para değerleriyle değerlendirilmesi gerekir.
- Uzun süreli finansman kararı: Kısa süreli finansmanda olduğu gibi, uzun süreli finansmanın da hangi para ile yapılacağına büyük önemi vardır. Şirketler ve kuruluşlar daima, gelecekte değer kaybedeceğini umdukları paralar cinsinden borçlanmayı tercih ederler.

Enflasyon oranlarındaki ve faiz oranlarındaki değişimin döviz kurları ile bir denge içerisinde bulunması parite koşulları olarak adlandırılır. İdeal bir dünyada spot döviz kurlarının, gelecekteki beklenen spot döviz kurlarıyla ilişkili olması gerekmektedir. (PIROS & PINTO, 2013: 549)

Döviz kuru, faiz oranları ve enflasyon arasındaki karşılıklı ilişki basit ve mükemmel bir dünyada ortaya çıkabilir ve böyle bir dünya, Tek Fiyat Kanunu'na dayanır. Tek fiyat kanunu kısaca aynı özellikteki bir malın başka bir yerde de aynı fiyattan satılmasını temsil eder. Aksi takdirde, arbitraj olanağı ortaya

çıkabilir. Yani ucuz olan yerden mallar alınarak pahalı olan yerde satılır. Bu tür fiyat farklılığından elde edilen kârlar piyasayı dengeye sokuncaya kadar devam eder.

Gerçek dünya da ise, faiz oranları ve enflasyon dışında siyasi gelişmeler, manipülasyonlar, ekonomik rakamlar ve gelişmeler, sosyolojik yapı gibi daha birçok etken söz konusudur. Dolayısıyla, döviz kurunu bire bir tahmin etmek çok güçtür. Fakat kur birebir tahmin edilemese dahi, mümkün olan en yakın tahminlerde bulunabilmek de hayati öneme sahip olabilir. Ayrıca, manipülasyon gibi bazı etkenler kısa sürede etkili olsalar da, piyasalar bir süre sonra olması gereken noktalara tekrar dönme eğiliminde bulunurlar. Bu etkenler hiçbir zaman sonsuza kadar etkili olamazlar ve bu etkenlerden dolayı döviz kurları tahminlerden uzaklaşsa da, büyük olasılıkla olması gereken güzergâha tekrar yaklaşacaklardır.

3. Başlıca Tahmin Yöntemleri

Günümüz ekonomik koşulları döviz kurlarının tahminini daha da zorunlu kılmaktadır. Çünkü, Bretton Woods sabit döviz kuru sisteminin sona ermesinden sonra dünyada dalgalı döviz kuru sistemi uygulamaları yaygınlık kazanmış ve bu durum döviz kurlarında artan oranda dalgalanma meydana getirmiştir. (YALÇINER, 2012: 153)

Döviz kuru tahminlerinde kullanılan sayısız yöntem söz konusudur. Bu yüzden, bütün yöntemlerden bahsetmeye çalışmak yerine, göreceli olarak en faydalı ve kabul edilmiş olan yöntemlerden bahsedilmelidir.

3.1. Temel Parite Koşullarından Yararlanma

Döviz kurlarının gelecekteki durumları hakkında tahmin yürütürken temel parite koşullarından yararlanılabilir.

Kur tahminlerinde genel olarak en çok dikkat edilen temel parite koşulları, satın alma gücü paritesi ve faiz oranı paritesidir. Bunların dışında yatırımcılar, fisher etkisi ve forward paritesinden de faydalanabilirler.

Satın alma gücü paritesinin zaman zaman döviz kurları üzerinde önemli etkileri görülmektedir. Eğer satın alma gücü paritesine göre iki ülke parası arasında aşırı değerlenme veya değer kaybı söz konusu olursa, ortaya bir arbitraj kârı olanağı çıkar. Mallar ucuz ülkeden alınır ve pahalı ülkede satılır. Böylelikle, piyasalar belli bir noktadan sonra kendini toparlama yoluna gider. Bu durumda satın alma gücü paritesini önceden incelemiş olan bir yatırımcı, bu arbitraj farkını ortadan kaldıracak döviz kuru değerini önceden yaklaşık olarak tahmin etmiş olur.

Tek fiyat kanunun uluslararası piyasaya uygulanması satın alma gücü paritesi olarak adlandırılır. Satın alma gücü paritesi, dış ticarete konu olan bütün malların fiyatlarını döviz kuru ile ilişkilendirir. (YALTA, 2011: 190)

Satın alma gücü paritesi mutlak ve nispi satın alma gücü olarak iki gruba ayrılır.

Mutlak anlamda satın alma gücü paritesi, döviz kurlarına göre ulusal paralara dönüştürülmüş fiyat düzeylerinin ülkeler arasında aynı olması gerektiğini ifade eder. Diğer bir deyişle, bir birim ulusal para dünyanın her yeresinde aynı satın alma gücüne sahip olmalıdır. Bu teori aslında tek fiyat kanununun bireysel fiyatlar yerine tüm malları kapsayan ulusal fiyat düzeylerine uygulanmış bir şeklidir. (SEYİDOĞLU, 1997: 132)

Mutlak satın alma gücü paritesinin formülü, “Yurtiçi fiyat endeksi = Döviz kuru x Yurtdışı fiyat endeksi”dir.

Mutlak satın alma gücü paritesi hesaplamalarında, fiyatlar genel seviyesi olarak uygulamada genellikle hem ticari hem de ticari olmayan mallar için gösterge olabilen TÜFE tercih edilmektedir. (ÖZKAN, 2003: 18)

Yukarıdaki Formülü düzenlersek $DK(\text{Döviz Kuru}) = F_{TR}(Y. \text{ içi fiyat endeksi}) / F_Y(Y. \text{ dışı fiyat endeksi})$ olacaktır. Formülün bu şekli, döviz kurunun iç ve dış indekslerinin oranına bağlı olduğunu göstermektedir. Buna göre yurtiçi fiyatlar yurtdışı fiyatlardan ne denli yüksekse döviz kuru da o denli yüksek olmaktadır. (ÖZTÜRK ve BAYRAKTAR, 2010: 163)

Bu formüle göre ulusal para ile yabancı para, iç ve dış enflasyona bağlıdır. Ancak söz konusu formül ile her zaman sağlıklı sonuçlar alınamayabilir. Bunun nedeni ise, ülkelerin fiyat endekslerine kattıkları ürünlerin farklı olmasıdır.

Nispi (göreceli) satın alma gücü paritesi ise, belirli bir anda döviz kurunun ne olacağı sorusuyla değil, belli bir başlangıç yılından hareketle kurlardaki değişmeyi açıklamaya çalışmaktadır.

Göreceli satın alma gücü paritesine göre, döviz kurundaki değişimin yüzdesi, yurtiçi enflasyon oranından dış enflasyon oranının çıkartılmasına eşittir.

$$\frac{S_1 - S_0}{S_0} = P_d - P_f$$

Bu formülde; " S_0 " baz alınan yıldaki döviz kurunu, " S_1 " sonraki dönemde geçerli olan döviz kurunu, " P_d " yurtiçi enflasyon oranını ve " P_f " yurtdışı enflasyon oranını temsil etmektedir.

Satın alma gücü paritesinin uygulamada daha rahat ve hızlı bir biçimde incelenebilmesi için birçok yatırımcı tarafından “Big mac” endeksi kullanılmaktadır. Big Mac endeksi, Mc Donalds’ın bir ürünü olan ve Big Mac adıyla anılan hamburgerinin iki farklı ülkedeki fiyatlarını birbirine oranlayarak döviz kuru hesaplamaya olanak sağlamaktadır.

Tablo 1’de Türkiye’nin de içinde bulunduğu bazı ülkelerin 22 Ocak 2015 yılına ait big mac endeksi verileri yer almaktadır. Tablonun her kolonunda sırasıyla, ülke isimleri, big mac ürününün fiyatı, dolar kuru, fiyatların Amerikan

dolarına dönüştürülmüş hali, dolar cinsinden satın alma gücü paritesi ve ülke paralarının ne kadar yüksek veya düşük değerli olduğu bilgileri yer almaktadır.

Tablo 1. Big Mac Index

Country	Local Price	Dollar Exchange	Dollar Price	Dollar PPP	Implied Dollar Valuation
South Africa	25,5	11,48	2,22	5,32	-53,62
South Korea	4100	1083,30	3,78	855,95	-20,99
Sri Lanka	350	131,88	2,65	73,07	-44,59
Sweden	40,7	8,19	4,97	8,50	3,73
Switzerland	6,5	0,86	7,54	1,36	57,49
Taiwan	79	31,49	2,51	16,49	-47,63
Thailand	99	32,61	3,04	20,67	-36,61
Turkey	9,25	2,33	3,96	1,93	-17,24
UAE	13	3,67	3,54	2,71	-26,11
Ukraine	19	15,82	1,20	3,97	-74,93
United States	4,79	1,00	4,79	1,00	0,00
Uruguay	113	24,43	4,63	23,59	-3,42
Venezuela	132	52,10	2,53	27,56	-47,11

(Kaynak: <http://bigmacindex.org/2011-big-mac-index.html>, 01.06.2015)

Döviz kurunu tahmin ederken göz ardı edilmemesi gereken bir diğer temel parite koşulu ise faiz oranı paritesidir. Faiz oranı paritesi, tek fiyat kanununun para piyasalarına uygulanmış halidir ve döviz piyasası ile uluslararası para piyasası arasında bağlantı kurulmasını sağlar.

İki ülke arasındaki faiz oranları farkı, yatırımların hangi ülkeye yapılacağı veya hangi ülkede kalması gerektiği kararını ortaya çıkarabilir. Örneğin, Türkiye'deki faiz oranlarının yurtdışındaki faiz oranlarından yüksek olan kısmı, Türk Lirasının değer kaybından büyük ise yatırımcıların Türkiye'de kalması daha kârlı olmaktadır. Buna göre, faiz oranı paritesinin formülü şu şekildedir;

$$\text{(Yurtiçi faiz oranı} - \text{Yurtdışı faiz oranı)} \\ = \frac{\text{Vadeli döviz kuru} - \text{Spot döviz kuru}}{\text{Spot döviz kuru}}$$

Yukarıdaki formülden anlaşılacağı üzere, iki ülkenin faiz oranları farkının, döviz kurundaki değişime eşit olması gerekmektedir. Aksi takdirde, fonlar faiz oranı yüksek olan ülkeye doğru kayar.

3.2. Teknik Analiz Yöntemi

Teknik analiz, genellikle hisse senetlerinin tahmininde çok yaygın şekilde kullanılmaktadır. Buna karşın, döviz kuru tahminlerinde de önemli bir yeri vardır. Teknik analizi destekleyici birçok görüş olsa da, çok doğru bir yaklaşım olmadığı görüşünü savunan uzmanlar ve yatırımcılar da mevcuttur. Her iki tarafında haklı yönleri bulunmaktadır ancak, gerek hisse senedi piyasalarında, gerekse döviz piyasalarının tahmininde de çok başarılı olan yatırımcıların olduğu da göz ardı edilmemelidir.

Teknik analiz genel anlamıyla, geçmiş dönemlerdeki fiyat eğilimlerinin analiz edilmesi yoluyla gelecekteki fiyat hareketlerinin tahmin edilmesidir. Geçmiş dönemlerdeki fiyat dalgalanmaları, gözlenebilen ve kendisini tekrarlayan bir eğilim oluşturduğundan, eğilimin saptanması gelecekteki fiyat hareketlerine ışık tutar. (AKGÜÇ, 2011: 861)

Bu yaklaşımda, genellikle günlük ve haftalık döviz fiyatlarının, en yüksek ve en düşük fiyatlarını gösteren grafikler hazırlanır. Daha sonra, mevcut olan teknik analiz yöntemleri ile bu grafikler incelenir. Geçmiş fiyatların matematiksel formüller ve çeşitli tekrar eden grafiksel şekillerle incelenmesi sonucunda geleceğe ait bir tahmin ortaya çıkarılır. Kısacası, ekonomik, sosyal ve politik olayların etkileri göz ardı edilmiş olunur. Sadece geçmiş fiyat verilerinden faydalanılır.

Teknik analiz yönteminde çizelge ve trend yöntemi olmak üzere, iki çeşit yaklaşım vardır. Çizelge yönteminde, tekrar eden fiyat modellerini bulmak için oldukça gelişmiş ve bilgisayara dayalı ekstrapolasyon teknikleri veya sütun grafikleri kullanılır. Trend yönteminde ise, çeşitli matematik hesaplamalarıyla fiyatların eğilimi belirlenmeye çalışılır. (YALÇINER, 2012: 158)

Çoğunlukla spekülasyon kârlar elde etmek isteyen ve kısa vadeli analizler yapanlar için daha cazip olan teknik analizin, şirketler için çok fazla cazibesi yoktur. Çünkü, teknik analiz uzun zaman dilimleri için tahmin yapma konusunda fazla yeterli değildir. Bu durum şirket politikalarının ve stratejik kararların değiştirilmesine engel olmaktadır.

3.3. Temel Analiz Yöntemi

Temel analiz yöntemi de, teknik analiz yönteminde olduğu gibi hisse senedi fiyatlarının tahmininde sıkça kullanılmaktadır ve bu yöntem de döviz piyasalarına rahatlıkla uygulanabilmektedir. Söz konusu analiz yöntemi, teknik analizin tersine fiyatların geleceği yansıtmayacağı görüşüne hakimdir.

Temel analiz genel olarak, analizi yapılan varlıklara veya değerlere ilişkin genel ve özel bilgilerin toplanarak sistematik bir biçimde değerlendirilmesi ve bu doğrultuda tahminler yapılmasına olanak sağlayan çalışmalardır. (AYDIN, 2004: 82)

Analizciler bu analiz yönteminde enflasyon oranı, faiz oranı, cari açık, para arzı gibi ekonomik verileri kullanırlar. Temel analiz ile döviz kuru tahmin edilirken regresyon analizinden ve çeşitli ekonometrik modellerden yararlanırlar.

Regresyon analizinde döviz kuru tahmin edilirken, bir bağımlı değişken ve bir veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Herhangi bir değişkendeki değişikliğin döviz kurunda nasıl bir etkiye sebep olacağı gözlemlenmeye çalışılmaktadır. Döviz kurlarının tahmininde kullanılan ekonometrik modeller ise, iki veya daha fazla regresyon denklemlerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmaktadır.

Basitçe bir regresyon analizi aşağıdaki gibi formüle edilebilir:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_t X_t + e$$

Bu formülün bağımlı değişkeni “Y”dir ve analizde döviz kurunu temsil edebilir. Formüldeki “ α ” ise formülün sağındaki değişkenlerde herhangi bir değişiklik olmasa dahi, bu değişkenlerin dışında gerçekleşebilecek sürekliliği temsil eden bir değerdir. Döviz kuru tahminlerinde, formüldeki “X” ile ifade edilen değerler; enflasyon oranı, faiz oranı, para arzı gibi bağımsız değişkenlerdir. “ β ” sembolleri ise birer sabit sayıdır ve “X” değerlerinin katsayılarıdır. Son olarak, “e” sembolü hata terimi olarak adlandırılır.

3.4.Yapay Sinir Ağları ve Kur Tahminlerinde Kullanılması

Yapay sinir ağları, insan beynindeki sinir ağlarından ve hücrelerinden esinlenilerek geliştirilmiş bilgi işlem teknolojileridir. İnsan beyninde sinir hücreleri ile öğrenme, hafızaya alma, veriler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi ve bu değerlendirmelerin sonucu ortaya çıkarılır. Yapay sinir ağları da insan beynindeki sinir ağlarının bir çeşit simülasyonudur ve yapay zeka uygulamalarının finans alanında en fazla kullanılan alt dallarından bir tanesidir.

Başka bir ifadeyle yapay sinir ağları doğrusal olmayan özelliğe kavuşturulabilen ve paralel dağıtılmış modeller olup, kendisine sunulan bir girdi seti ile bir çıktı setini eşleştirebilen modellerdir. (TORAMAN, 2008: 47)

Yapay sinir ağları da insanlar gibi tecrübeler yaşayarak öğrenir ve bu öğretileri karar vermede kullanır; çalışma prensipleri de beyindeki sinir ağlarına benzer. Bu ağlar katmanlardan oluşur ve her katmandaki nöronlar bir sonraki katmanın nöronlarıyla bağlantılıdır. Amaç girdi katmanından gelen verilerdeki kalıpları tanıyarak gerçek çıktıya en yakın çıktıyı bulmaktır. (TEKTAŞ ve KARATAŞ, 2004: 338)

Kısacası, yapay sinir ağları mevcut verilerdeki ilişkileri ve kalıpları inceleyerek aralarındaki ilişkileri tanımlama yoluyla kendisini eğiten sistemlerdir. Bu sistemler ne kadar iyi eğitilirse, ön görüleri de o kadar iyi sonuçlar verir.

4. Volatilitenin Ölçülmesi

Volatilitenin bir diğer ismi “dalgalanma derecesi”dir ve bir zaman serisindeki değer değişiminin standart sapması olarak tanımlanabilir. Volatilitenin herhangi bir finansal varlıktaki dalgalanma derecesinin ölçülmesi olduğu için riskin boyutunu ve piyasaların beklentilerini yansıtır. Çok sayıda volatilitenin ölçüm yöntemi mevcuttur. Bu yöntemlerin hepsinden bahsetmek çok güçtür. Kullanılan bazı önemli teknikler ve kısaca açıklamaları şu şekildedir:

a) *Varyans ve Standart Sapma*

Zaman serilerinin analizi yapılırken varyans ve standart sapma sıklıkla kullanılmaktadır ve birçok modelin temelini oluşturmaktadır. Kısaca varyans, ortalamadan sapmaların kareleri toplamının ortalamasıdır. Ortalamadan sapmaların karelerinin alınması negatif işaretli elemanlardan kaynaklanan sorunun giderilmesini sağlar. Standart sapma ise varyansın kareköküdür ve volatilitenin ölçümü olarak değerlendirilir. Bir başka ifadeyle, standart sapma bir risk ölçütüdür. Bu açıklamalardan yola çıkılarak, varyansın ve standart sapmanın formülleri şu şekilde yazılabilir;

$$\text{Varyans} = \sigma^2 = \frac{\sum_{t=1}^n (x_t - \bar{x})^2}{n}$$
$$\text{Standart sapma} = \sigma = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (x_t - \bar{x})^2}{n}}$$

Döviz kurunun standart sapmasının yüksek olması, o dövizin fiyatının ortalamadan fazla saptığını ve riskli olduğunu gösterir. Eğer standart sapma düşük ise; söz konusu dövizin fiyatının hesaplanan dönem içinde ortalamadan fazla uzaklaşmadığını gösterir.

b) *Tarihi Simülasyon*

Volatilitenin hesaplamalarındaki en basit yöntemlerden biri tarihsel simülasyondur. Belirli bir dönemdeki günlere ait rakamların, belli bir güven aralığına tekabül eden elemanın seçilmesi yöntemidir.

Örneğin, döviz kuru tahmini yapılacaksa, belli bir döneme ait fiyat serileri küçükten büyüğe doğru sıralanır. Eğer %99 güvenlilikle hesaplama yapılmak isteniyorsa ve fiyat serisinin 250 elemanı varsa, $250 \times \%99 = 247$ şeklinde bir hesaplama yapılır. Bu hesaplama yapıldıktan sonra kısa pozisyon için hesaplama yapıyorsa, serinin 247’inci elemanı volatilitenin katsayısı olarak seçilir. Uzun pozisyon için hesaplama yapıyorsa, serinin 3’üncü elemanı volatilitenin katsayısı olur. Fiyat serileri duruma göre küçükten büyüğe sıralanabileceği gibi büyükten küçüğe de sıralanabilir. (ALTINTAŞ, 2006: 351)

c) *Üssel Ağırlıklı Hareketli Ortalama (EWMA)*

Bu model, yakın zamanda meydana gelen fiyat hareketlerinin volatilité tahmininde daha fazla ağırlığa sahip olması esasına dayanmaktadır. Başka bir deyişle, fiyat hareketleri incelenirken, geçmişteki fiyat hareketlerinin ağırlıkları hesaplamada azalırken, güncel hareketlerin ağırlığı daha da artmaktadır.

Model iki temel parametre olan; zaman ve lambda değerlerinden hareket eder. Modelde kullanılan lambda katsayısı “sabit düzeltme” ya da “bozulma faktörü” olarak bilinir. Bu katsayı 0 ile 1 arasında bir değer almaktadır. (KAYAHAN, AYDEMİR ve AKÇAY, 2008: 509)

Ewma modelinin formülü şu şekildedir:

$$\sigma_n^2 = \lambda\sigma_{n-1}^2 + (1 - \lambda)u_{n-1}^2$$

Bu modelde volatilité, lambda(λ)nın alacağı değerle yakın olarak ilişkilidir. Lambda değeri 1’den uzaklaşıp 0’a yaklaştıkça, tarihsel verilerden de o kadar uzaklaşmış olur ve yeni verilere daha fazla ağırlık verilmiş olur. Bu nedenle, Ewma modelinde analiz yaparken, en iyi sonucu almak için optimum lambda değerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu değer lambda’ya farklı değerler verilerek performansların karşılaştırılması yoluyla, olasılıksal dağılımların kullanılmasıyla veya tecrübe gibi çeşitli şekillerde belirlenebilir. Uygulamada genel olarak, Riskmetrics’in her ülke için ayrı ayrı tavsiye ettiği optimum lambda değerleri kullanılır.

Riskmetrics Ewma modelini geliştirmiş olan JP Morgan tarafından çeşitli veritabanlarının, risk hesaplamalarının ve çeşitli bilgisayar programlarının yayımlandığı ve pazarlandığı servisin ismidir. Türkiye için tavsiye edilen lambda değeri; analizde günlük fiyatlar kullanılıyorsa 0,94, aylık fiyatlar kullanılıyorsa 0,97’dir.

Formüldeki σ_{n-1}^2 bir önceki günün varyansını temsil ederken, u_{n-1} de en son güne ait fiyat değişimini temsil eder.

d) Genelleştirilmiş Otoregresif Koşullu Değişen Varyans (GARCH)

Bu modelin nasıl bir yaklaşım izlediğini isminde bulunan kelimelerle anlatmak gerekirse; modelin isminde yer alan “değişken varyans” tabiri zamana göre değişen volatilitéyi, “koşullu” kelimesi yakın geçmişteki gözlemlere bağlı olduğunu, “otoregresif” kelimesi ise geçmişte elde edilen verilerin bugüne uyarlandığını göstermektedir. (UZUNOĞLU, GEÇER, EREN ve diğerleri, 2005: 11)

Garch(p,q) için formül

$$h_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 + \sum_{i=1}^p \beta_i h_{t-i}$$

Şeklinde ve şu şartları sağlaması gerekmektedir (BOLLERSLEV, 1986: 309);

$$p \geq 0, \quad q > 0,$$

$$\alpha_0 > 0, \quad \alpha_i \geq 0, \quad i = 1, \dots, q,$$

$$\beta_i \geq 0, \quad i = 1, \dots, p.$$

Çeşitli varyasyonları bulunan garch modelinin en yaygın kullanılanı garch(1,1)'dir. Bunun sebebi basit olması ve genellikle en tutarlı sonuçları vermesidir. Garch(1,1) kullanıldığında formül şu şekilde yazılabilmektedir:

$$h_t = \alpha_0 + \alpha_1 \varepsilon_{t-1}^2 + \beta_1 h_{t-1}$$

Bu formülde α_1 ve β_1 terimleri volatilité sonucunu etkileyen, analizci tarafından verilen iki katsayı değerleridir. Başka bir ifadeyle, Bu terimler Ewma modelindeki λ terimi gibi, volatilité hesaplamasında analizin sonucunu direkt olarak etkileyen katsayılardır. Formüllere dikkatlice bakıldığında, Ewma ve garch(1,1) formülleri birbirini andırmaktadır. Ewma modelindeki λ terimi yerine β_1 , $(1-\lambda)$ yerine ise α_1 kullanılmıştır. Ancak garch(1,1) modelinde $\alpha_1 + \beta_1 = 1$ olma zorunluluğu bulunmamaktadır. Sadece $\alpha_1 + \beta_1 < 1$ olması gerekmektedir. Ayrıca, ε_t hata terimini temsil ettiği için hem geçmiş örneklem varyansları, hem de h_{t-1} 'den dolayı koşullu varyansın gecikmeli değeri hesaplamaya katılmış olur.

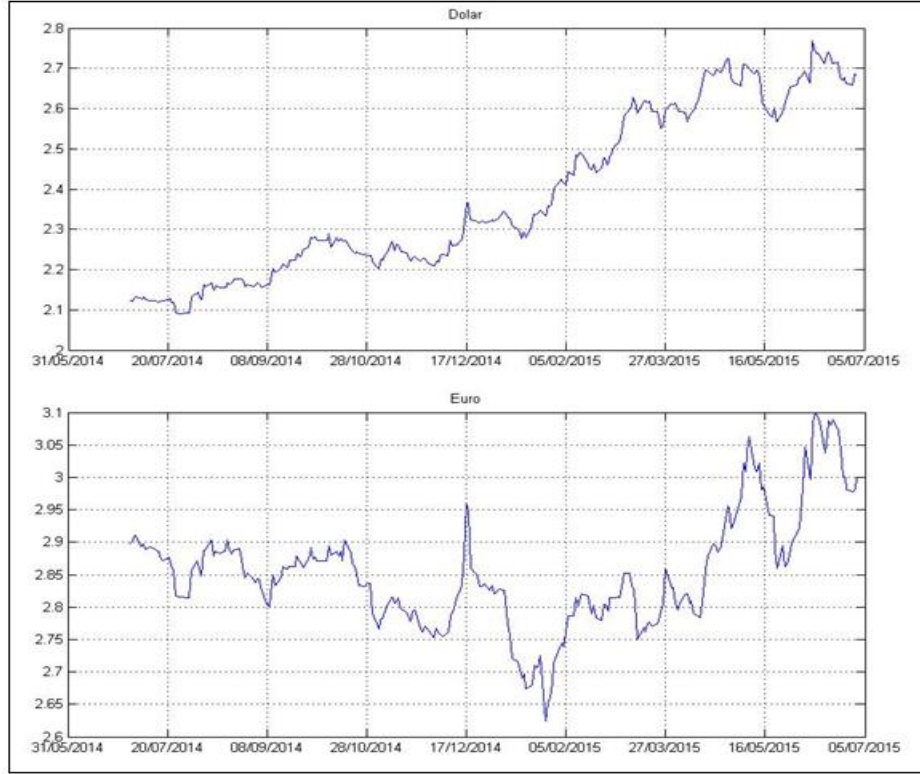
5. Ampirik Çalışma

Bu çalışmada, Garch yönteminin Euro/TL ve USD/TL döviz kurları üzerinde uygulanabilirliği irdelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, garch yönteminin sonucuna bağlı olarak zaman periyodundan sonraki 40 güne ait bir getiri aralığı tahmin edilmeye çalışılmıştır ve sonuçlar kontrol edilerek bir değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmada kullanılan veriler, TCMB internet sitesinden alınmıştır. Bu veriler, 01/07/2014 – 01/07/2015 tarihleri arasında yer alan bir yıllık Euro/TL ve USD/TL döviz kurlarının efektif alış fiyatlarıdır. İlgili dönemdeki tatil günleri hesaplamalara katılmayarak, zaman serileri düzenlenmiştir. Verilerin

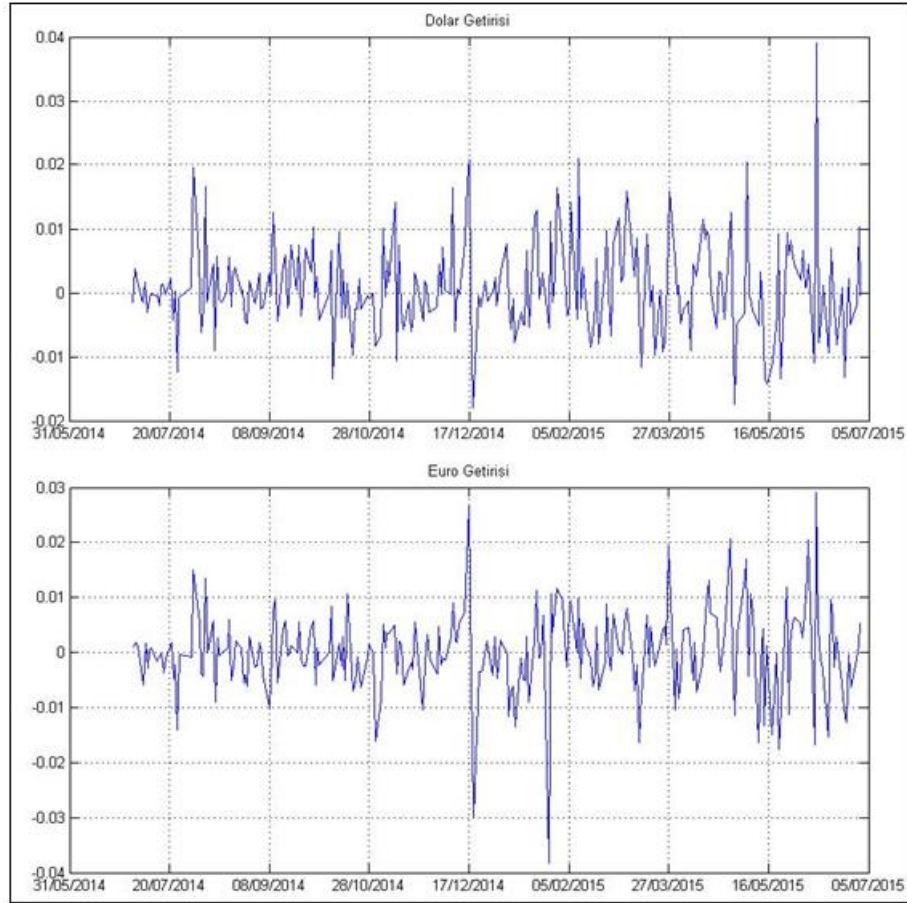
düzenlenmesi ve hesaplamaların yapılmasında Matworks firmasına ait Matlab programının R2014a versiyonu kullanılmıştır.

Dolar ve Euro döviz kurlarına ait bir senelik günlük alış fiyatları grafik 1’de gösterilmiştir.



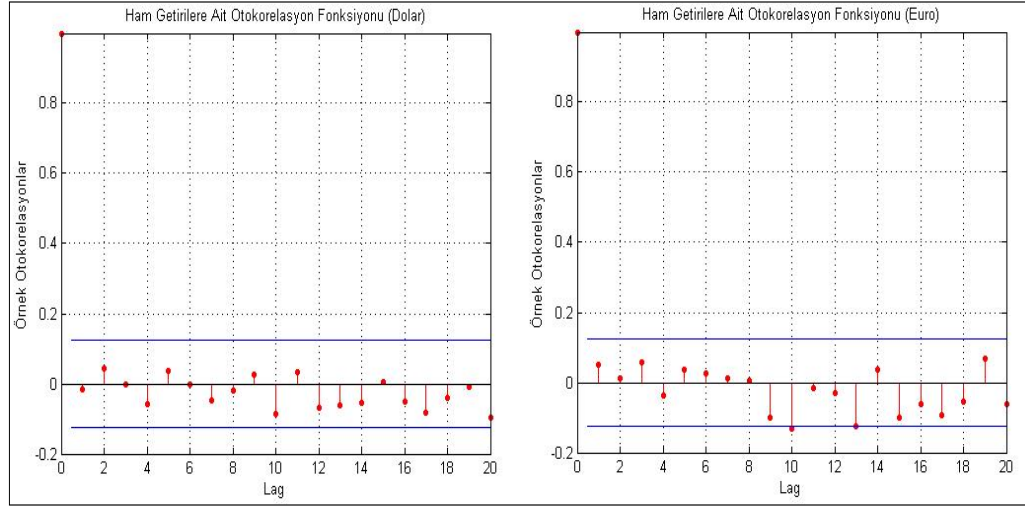
Grafik 1. 01/07/2014-01/07/2015 Tarihleri Arasındaki Günlük Döviz Alış Fiyatlar

Öncelikle yöntemin uygulanabilmesi için, günlük fiyat hareketlerinin getiri serileri haline dönüştürülmesi gerekmektedir. Grafik 2’de döviz kurlarının günlük getirileri yer almaktadır.



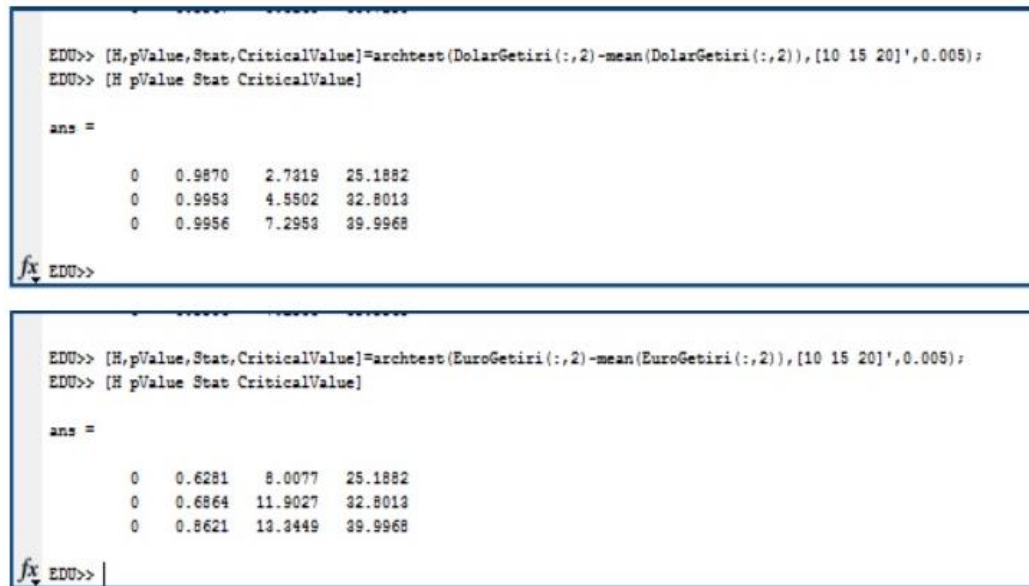
Grafik 2. Dolar ve Euro Getirileri

Garch modelini uygulamadan önce zaman serisi içerisinde her bir gözlem arasında korelasyon olup olmadığına bakılmalıdır. Zaman serileri modellenirken, oluşan hataların her bir periyotta birbirleriyle ilişkisiz olması gerekmektedir. Bu sebepten dolayı, garch modelinin uygulanabilirliğini ölçmek için getiri endekslerinin otokorelasyon ölçüleri grafik 3’te gösterilmiştir ve Engel’in arch testi kullanılmıştır.



Grafik 3. Otokorelasyon Ölçüleri

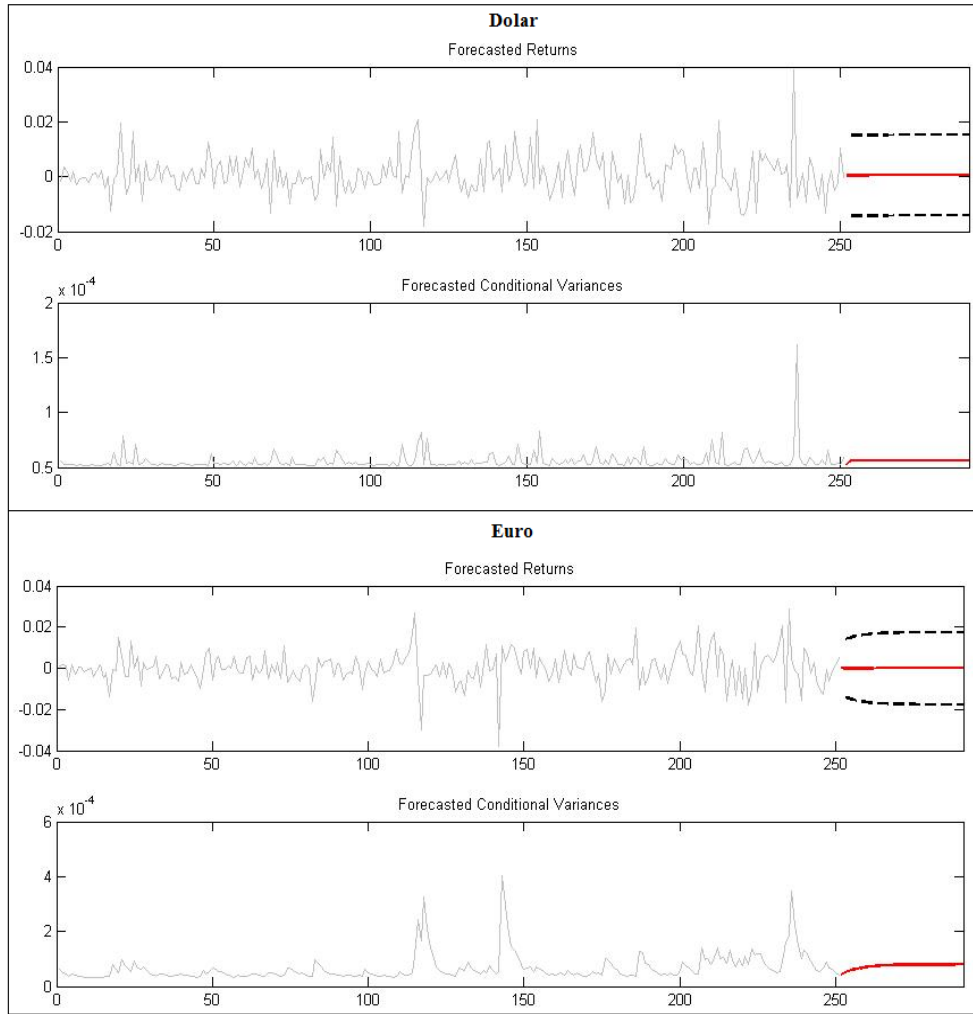
Arch testi %95 güven aralığında, otokorelasyon fonksiyonuna ait 10,15 ve 20 numaralı lag'lerde uygulanmıştır.



Şekil 1. Engel'in Arch Testi

Grafik 3'ten ve şekil 1'deki test sonucundan Euro ve Dolar serilerinin değişken varyansa sahip oldukları anlaşılmıştır. Dolayısıyla, her iki döviz kurunda da garch yönteminin uygulanabilir olduğu görülmüştür.

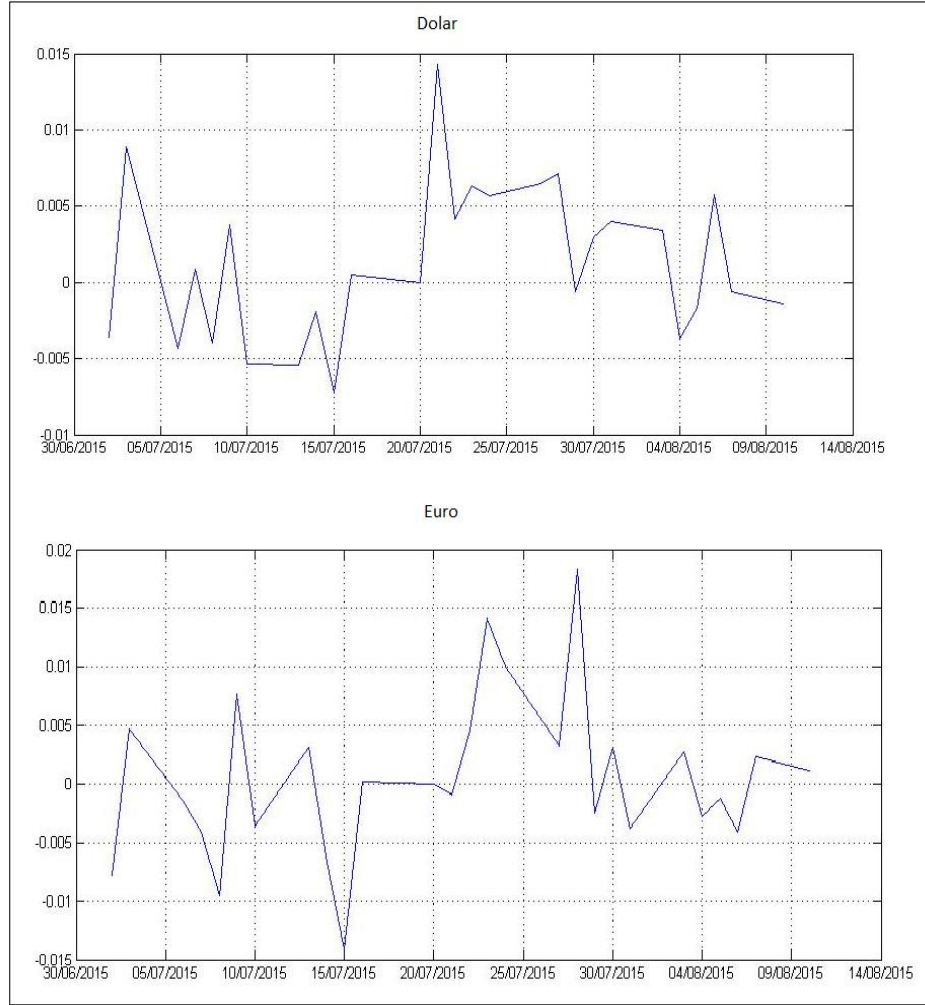
Çalışmada, Garch(1,1) modeli uygulanmıştır ve matlab programında çıkan sonuca paralel olarak önümüzdeki 40 günün tahmin edilen getiri aralığı hesaplanmıştır. Ortaya çıkan volatilité sonucuna göre 40 gün içinde getirilerin grafik 4'te gösterildiği aralıkta değişeceği öngörülmüştür.



Grafik 4. Tahmin Sonuçları

Grafik 4'te görüldüğü üzere 01/07/2015 tarihinden sonraki 40 gün içinde, doların getirisinin 0.017 ile -0.017 aralığında, euronun getirisinin ise 0.019 ile -0.019 aralığında dalgalanacağı tahmin edilmektedir.

01/07/2015 tarihi ile 10/08/2015 tarihi arasındaki 40 günlük gerçekleşen getiriler ise grafik 5'te yer almaktadır.



Grafik 5. 01/07/2015-10/08/2015 Tarihleri Arası Günlük Kur Getirileri

Hesaplanan volatilitelere göre hem dolar hem de Euro kurunun, tahmin edilen aralıkta değişim gösterdiği görülmüştür. Kısacası, Garch(1,1) modeli ile ölçülen volatiliteler ve bu volatilitelere göre döviz kurunun bulunması gerektiği aralık doğru bir şekilde tahmin edilmiştir.

6. Sonuç

Girişimciler için önemli konulardan bir tanesi de finansman ve finansmanın doğru kullanılmasıdır. Bu nedenle, döviz kurlarının doğru bir şekilde tahmin edilmesi işletmeler için hayati önem taşıyabilmektedir. Döviz kurlarının tahmin edilmesi, özellikle dış ticaret firmalarının kârını arttırmaya veya zararını azaltmaya yardımcı olabilmektedir.

Döviz kurlarındaki oynaklığın doğru şekilde ölçülmesi ise, girişimcilere çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Oynaklığın ölçülmesi, yapılacak olan yatırımlarda veya mal alım satımında, girişimcilerin karar vermelerini kolaylaştırır. Oynaklığın yüksek olduğu dönemlerde risk almaktan kaçınan girişimciler, döviz ile işlem yapmak istemeyebilirler veya çeşitli türev ürünlerden faydalanarak, riskten korunma yollarına başvurabilirler.

Bu çalışmada, döviz kurlarının oynaklığının ölçülmesinde Garch yöntemi irdelenmeye çalışılmıştır. Öncelikle, bir senelik kur verileri baz alınarak, sonraki kırk gün için döviz kurunun hangi getiri aralığında dalgalanacağı hesaplanmıştır. Daha sonra, kırk günlük gerçek veriler incelenmiştir ve gerçekleşen getirilerin yöntemin öngördüğü aralıkta değiştiği görülmüştür.

Yapılan uygulama, kırk günlük tahminin dalgalanma derecesini düşük göstermiştir. Bu durum, girişimcilerin dövizli işlem yapmaktan kaçınmalarına gerek olmadığını ortaya koymuştur ve ilgili periyod sonunda tahminin gerçek sonuçlarla uyum içerisinde olduğu gözlenmiştir. Buna benzer dönemlerde girişimciler döviz ile borçlanma ve düşük fiyatlama gibi stratejiler uygulayabilir.

Garch yönteminin döviz kurundaki oynaklığı tahmin etmedeki başarısı, girişimcilerin dövizli işlemlerden zarar etme olasılığını düşürmektedir. Ayrıca, yöntemin geçerliliği, mevcut işlerini uluslararası piyasalara taşımak isteyen girişimciler için daha fazla önem taşımaktadır. Döviz kurundaki riski doğru ölçen bir girişimci, aynı zamanda ekonomik ve sektörel riskleri de öngörme becerisini artırır.

Yöntem genellikle doğru sonuçlar elde etmemizi sağlasa da, kriz dönemleri gibi farklı durumlarda yanlış sonuçlara ulaşmamızı sağlayabilir. Bu nedenle uzun dönemli karar alırken, volatilité hesaplamalarını kriz dönemleri gibi farklı koşullar gerçekleştiğinde tekrarlayarak yeni oynaklık derecesinin sürekli olarak hesaplanması daha yararlı olacaktır.

Kaynakça

- AKGÜÇ, Ö. (2011). "Finansal Yönetim". İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
ALTINTAŞ, M. (2006). "Bankacılıkta Risk Yönetimi ve Sermaye Yeterliliği". Ankara: Turhan Kitabevi.
AYDIN, N. (2004). "Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar". Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- BOLLERSLEV, T. (1986). "Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity". *Journal of Econometrics*, 307-327.
- KAYAHAN, C., AYDEMİR, O., & AKÇAY, B. (2008). "Döviz Piyasalarında Ewma Modeli Kullanılarak Hesaplanan Volatilite Tahminlerinin Test Edilmesi". *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 503-522.
- MADURA, J. (2013). "International Financial Management". Florida: Cengage Learning,.
- OKTAY, N. (2005). "Dış Ticarete Giriş". Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- ÖZKAN, F. (2003). "Denge Reel Kur Hesaplama Yöntemleri ve Reel Kur Dengesizliğinin Ölçülmesi: Türk Lirası Üzerine Bir Çalışma". Ankara: TCMB Genel Müdürlüğü.
- ÖZTÜRK, N., & BAYRAKTAR, Y. (2010). "Döviz Kurlarını Açıklamaya Yönelik Yeni Yaklaşımlar". *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 157-191.
- PIROS, C. D., & PINTO, J. E. (2013). "Economics for Investment Decision Makers". New Jersey: John Wiley & Sons.
- SEYİDOĞLU, H. (1997). "Uluslararası Finans". İstanbul: Güzem Yayınları.
- TEKTAŞ, A., & KARATAŞ, A. (2004). "Yapay Sinir Ağları ve Finans Alanına Uygulanması: Hisse Senedi Fiyat Tahminlemesi". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(3-4), 337-349.
- TORAMAN, C. (5.8.2008). "Demir Çelik Sektöründe Yapay Sinir Ağları İle Hisse Senedi Fiyat Tahmini". *Mufad*, 44-57.
- UZUNOĞLU, M., GEÇER, T., EREN, A., KIZIL, A., & ONAR, Ö. (2005). "Matlab ile Risk Yönetimi". İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- YALÇINER, K. (2012). "Uluslararası Finansman". Ankara: Detay Yayıncılık.
- YALTA, A. (2011). "Para Teorisi ve Politikası Ders Notları". Ankara: Tüba Açık Ders Projesi.
- Big Mac Index. Erişim Tarihi: 01.06.2015, <http://bigmacindex.org/2011-big-mac-index.html>.

Üniversitemiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi

Yrd. Doç. Dr. Yener PAZARCIK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
Biga Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
Uluslararası Ticaret, Lojistik ve İşletmecilik Bölümü,
ypazarcik@comu.edu.tr

Öz

Girişimcilik, ülkemiz akademik çevrelerinde uzun yıllardır pek çok araştırmaya konu olmuş önemli bir başlıktır. Özellikle de üniversite öğrencileri arasında girişimcilik algısı/eğilimi ölçmek, konunun önemi, araştırma uygulanabilirliği, hedef kitleye ulaşılabilirlik, görece düşük araştırma maliyetleri gibi sebeplerle son yıllarda oldukça rağbet görmektedir. Bu çalışmanın amacı, ülkemiz üniversitelerinde gerçekleştirilmiş ve öğrencilerin girişimcilik algısını/eğilimini/özelliklerini ölçmüş çalışmalardan yola çıkarak yükseköğretimde girişimcilğe yönelik eğitim tasarımı ve derslerin, hedef kitlenin girişimcilik eğilimlerine etki edip etmediğini anlamaktır. Çalışma ile elde edilen bulgular, girişimcilik eğitiminin öğrencilerin bu yöndeki özelliklerine olumlu etki yaptığı şeklindedir. İncelenen çalışmalarda, girişimcilik eğitimi ile öğrencilerin girişimcilik özellikleri arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Her türlü değişkenin etkiler görüldüğü öğrencilerin girişimcilik özellikleri konusunda diğer bir önemli başlık, ilişkinin nasıl ölçüldüğü meselesidir. İncelenen araştırmalarda çok farklı değişkenlerle ölçülmeye çalışılan öğrencilerin girişimcilik özelliklerine ilişkin tespitlerin, eğitim kurumuna, veri toplama yöntemine, analizlere, örneklem sayısına, kullanılan değişkene vb. her türlü farklılığa bağlı olarak değişebildiği şeklindedir. İncelenen çalışmaların genel görünümü göstermektedir ki, öğrencilerin girişimcilik özelliklerini tespit için kullanılan ölçekler, ölçeklerin uygulanacağı anket formlarının hazırlanmasındaki özen, örneklemin seçimi, verilerin analizi gibi nedenlerle her değişkene bağlı olarak değişebilen sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Eğitim faaliyetlerinin, öğrencilerin girişimcilik özelliklerine olan etkisi bir yana bu ilişkinin sağlıklı biçimde tespit edilebilmesi ve bu yönde daha başarılı ölçeklerin oluşturularak, daha doğru ölçme süreçlerinin oluşturulması anlamlı olacaktır. Özellikle de araştırmalarda kullanılan nicel yöntemler kadar nitel yöntemlerin de süreçlere katılması ile eğitim faaliyeti ve girişimcilik ilişkisine dair daha doğru sonuçlara ulaşılması mümkün olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik eğitimi, girişimcilik algısı, girişimcilik eğilimi

**Could Our Universities Bring Up Entrepreneurs?: A Resultative Analysis of
Researchers Measuring University Students' Entrepreneurship
Perceptions/Tendencies/Features**

Abstract

Entrepreneurship is an important issue/topic been researched from various perspectives. Particularly, researching entrepreneur tendencies among university students became more popular due to relative ease of research application, accessing the target group, and low research costs. This research aims to explore the effects of entrepreneurship-oriented curricula on university students' entrepreneurship perceptions/tendencies/features. The findings of this research prove that such curricula have a positive effect on these perceptions and tendencies. Thus there is a positive correlation between these curricula and students' entrepreneur tendencies. The problem here is about measuring the correlation. The effects/correlation changes regarding education institution, data collection method, analysis, and number of samples, variables. The previous research on this topic show that the scales used, the details in the questionnaire forms, choosing the samples, analysis of data affect the correlation and intensity of the effect. In order to determine the correlation precisely, it is necessary to create successful scales and correct measuring processes. One way to increase the success of this measuring is that qualitative methods should be added to the quantitative methods used.

Key words: Entrepreneurship education, entrepreneurship perception, entrepreneurship tendency

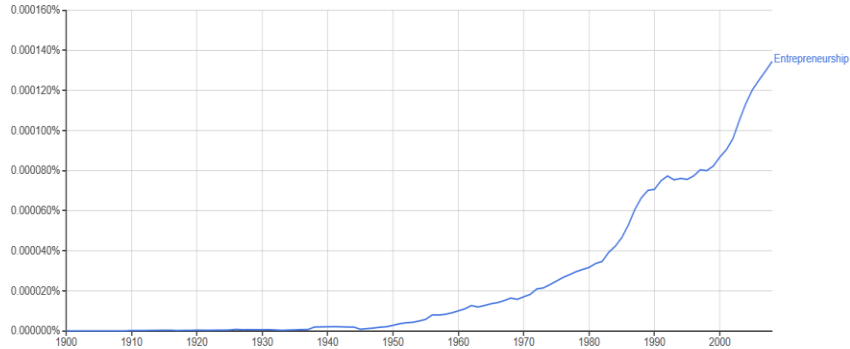
1. Giriş

Girişimcilik hem dünyada hem de ülkemizde pek çok çalışmayla incelenen, önemli bir konudur. Girişimcilik kariyeri, yenilikçilik, yaratıcılığın ülkelerin yükselişindeki artan önemi ve artan işsizlik gibi nedenlerle günlük hayatın hemen her aşamasında özellikle teşvik edilen bir noktaya gelmiştir. Her ne kadar sıradan insan, kariyer seçenekleri söz konusu olunca ücretli bir iş edinme seçeneğini daha kolay tercih edebilse de, daha nitelikli ve varlıklı bir yaşam arzusu, girişimci olmayı gerektirmekte hatta zorunlu kılmaktadır. Durum böyle olunca da, girişimcilerin nasıl yetiştirileceği, girişimci bir kültürün nasıl oluşturulacağı sorusu ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla son yıllarda temel eğitimden başlamak üzere girişimci yetiştirmeye ya da girişimci kültür yaratmaya dönük adımlar atılmıştır. Aile ve topluma ek olarak temel eğitimden başlamak üzere yürüyen girişimci yetiştirme sürecinde üniversiteler belki de en belirleyici basamak durumundadır. Bu sebeple, idari bilimler alanı başta olmak üzere tüm sosyal bilimler ve fen bilimleri alanlarında eğitim veren her eğitim kurumu, girişimci yetiştirmeye yönelik eğitim tasarımlarını hayata geçirmeye başlamıştır.

Bunun yanında girişimcilik eğitimi olgusunun geçmişi, girişimcilik konusu ile karşılaştırılınca oldukça yenidir. Hayatın işleyişi içerisinde çeşitli değişkenlerin etkisiyle girişimci olmak durumunda kalan insan yerine, çeşitli

yönlendirme ve eğitimlerle insanları girişimci olmaya teşvik eden bir evreye geçmiş durumdayız. Buna bağlı olarak girişimciliğin, kamu ve özel sektörün ardından gelen bir kariyer yolu olma durumunu değiştirmeye yönelik çabaların son birkaç on yılda çok daha fazla gündeme geldiğini görmekteyiz. Pek çok nedene dayanan bu eğilimi Google ngram¹ ile daha net görmek mümkündür. Girişimcilik sözcüğünün ne zamandan beridir literatüre girdiğini gösteren Çizelge 1'e göre kavram ilk defa 1910 sonrası basılan kitaplarda görülmeye başlanmıştır. Çizelgeye göre ortaya çıkan bu durumu, “yaratıcı yıkım” ve “yenilikçilik” gibi kavramları literatüre katan, girişimcilik konusunun öncülerinden olan Joseph Alois Schumpeter de, 1911 tarihli, “*The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*”² adlı eseriyle doğrulamaktadır. Yine çizelgeye göre girişimcilik kavramı 1930 sonrası daha fazla çalışmada ele alınmış ve 1950 sonrası giderek artan bir ivmeyle akademik dünyada yer etmiştir. Çizelge 1'e göre 1990'larda muhtemelen konuya ilişkin görece bir doyum gerçekleşmiş ve konu öncesine oranla daha az kitapta görülmüş ya da görülmesindeki artış eğilimi yavaşlamıştır. Ancak 2000'li yıllardan sonra konu, pek çok ilişkili kavramla birlikte literatürde tekrar yükselişe geçmiştir.

Çizelge 1. 1900-2008 Yılları Arasında İngilizce Dilinde “Girişimcilik” Sözcüğünün Kullanımı



Kaynak: https://books.google.com/ngrams/graph?content=Entrepreneurship&year_start=1900&year_end=2008&corpus=15&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2CEntrepreneurship%3B%2Cc0 (23.08.2015)

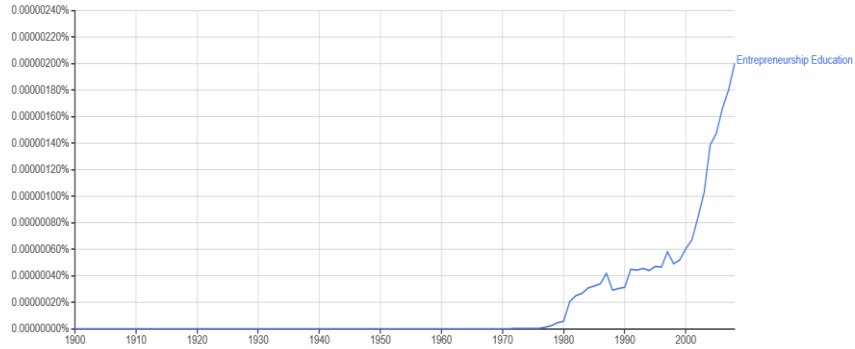
2000 yılı sonrası girişimci olgusunun artan belirgin önemi, ilişkili diğer kavramların da yükselişe geçmesi sonucunu yaratmıştır. Çizelge 2, girişimcilik konusunun artan önemine bağlı olarak değerlendirebileceğimiz “Girişimcilik

¹ Google ngram, aratılan sözcüğü belirli dillerde yaklaşık beş milyon kitap içinde taramaktadır. Böylece kitap taraması üzerinden o sözcüğün ilk defa kaç yılında itibaren kullanılmaya başlandığını görebilmek mümkündür.

² SCHUMPETER, J. A. (1911), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*.

Eğitimi” ifadesinin ilk defa ne zamandan itibaren kitaplarda görülmeye başladığını göstermektedir. Ngram ile oluşturulan çizelgeye göre kavram ilk olarak 1980 sonrası İngilizce literatüre girmeye başlamıştır. Greenwood’a (1984) ait “*Occupational and Adult Education*”³ adlı kitap, kavramın ilk kez görülmeye başladığı eserlerdendir. 2000’ler sonrasında da konuyla ilgili kitap ve diğer çalışmalar artmıştır. Dolayısıyla ülkemizde de konuya ilişkin çalışmaların 2000’li yılların ortasında görülmeye başladığını belirtmek yanlış olmayacaktır. Çalışmamızda da incelemeye alınan çalışmalar içinde, girişimcilik eğitimi ya da öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini, niyetlerini özelliklerini ele alan çalışmaların en eski basımlı olanının 2006 tarihli olması, kavramın dünyaya nazaran ülkemizdeki seyri hakkında fikir vermektedir.

Çizelge 2. 1900-2008 Yılları Arasında İngilizce Dilinde “*Girişimcilik Eğitimi*” Sözcüğünün Kullanımı



Kaynak: https://books.google.com/ngrams/graph?content=Entrepreneurship+Education&year_start=1900&year_end=2008&corpus=15&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2CEntrepreneurship%20Education%3B%2Cc0 (23.08.2015)

2. Literatür ve Kuramsal Arka Plan

Çalışmada analizlere geçilmeden önce girişimci, girişimcilik ve girişimcilik eğitime ilişkin literatüre de kısaca yer vermek yerinde olacaktır. Girişimci kavramı, pek çok yazar tarafından, farklı yönleri vurgulanacak şekilde tanımlanmaya çalışılmıştır. Yönetim teorisyenlerinin çoğu girişimciyi yaratıcı kişi, işletme sahibi veya bir girişimin başındaki yönetici olarak görürken bazı bilim insanları ise, girişimcinin en temel özelliğinin finansal risk almak olduğuna vurgu yapan “*risk alan kişi*” olduğu üzerinde durmuşlardır (Güney, 2008: 55-56). Bunun yanında girişimci denilince, “*lider*”, “*sermayedar*”, “*işveren*” de akla gelmektedir. Ve hatta son yıllarda toplumsal ya da insani sorunlara çözüm bulan sosyal projeleri başlatanlara da başında “*sosyal*” ifadesi de olsa girişimci denilmektedir. Bütün bu farklı bakış açılarının ortak paydası ise “*bir sorunu çözmek, ihtiyacı gidermek*” olarak özetlenebilir. Geçmişte

³ Greenwood, 1984: 466.

“teşebbüs”, “müteşebbis” ve “müteşebbislik” olarak kullanılagelen kavram dizini günümüzde, “girişim”, “girişimci” ve “girişimcilik” olarak kullanılmaktadır. Girişim; bir işi yapmak için harekete geçme, başlama, kalkışma durumu iken, girişimci; ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kâr amacı güden ve girişimlerinin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir (Marangoz, 2012: 2-5). Girişimcilik ise emek, sermaye ve doğal kaynakların bir araya getirilerek üretim sürecinin bir üretim faktörü olarak tasarlanması, örgütlenmesi ve onun tüm riskinin üstlenilmesi eylemidir (tdk.gov.tr).

Girişimcilik eğitimi ise, “girişimci bir kültür nasıl oluşturulabilir?” sorusu ardından literatüre girmiş bir olgudur. Zira küreselleşme ve rekabetin artması, hükümetlerin yüksek eğitim için yeterli fonları sağlayamaması ya da bunun işlevsel olmaması, nitelikli insan gücüne olan ihtiyacın artması gibi pek çok faktör, eğitim kurumlarının, girişimciliği teşvik eden bir yapıya dönüşmesini zorunlu kılmıştır. Bu gelişmeler girişimciliğin gelişmesi ve yaygınlaşmasında da önemli bir rol oynamıştır. Bunun yanında girişimciliğin doğuştan gelen bir yetenek olmadığı ve öğrenilebileceğine ilişkin görüşlerin ön plana çıkması ile girişimcilik eğitimi konusundaki çalışmalar da gündeme gelmeye başlamıştır.

Girişimcilik eğitiminin birey, işletme ve ülke bağlamında önemli etkileri söz konusudur. İstihdam ve yenilikçilik başta olmak üzere ekonomik kalkınmada da önemli bir rol oynamaktadır (Yelkikalan vd., 2010: 53-54). Birçok ülkede girişimcilik eğitimi konusuna büyük önem verilmektedir. ABD’de gerçekleştirilen bir çalışmada girişimcilik üzerine eğitim alanların şu özellikleri tespit edilmiştir (Soylu ve Kepenek, 2008: 461);

- Yeni iş kurmada üç kat daha fazla eğilime sahip oldukları,
- Kendi işlerini kurmak için üç kat fazla istekli oldukları,
- Gelirlerinin yıllık %27 oranında arttığı,
- Mal varlıklarının artan gelirle birlikte %62 arttığı,
- Çalışılan işte daha fazla iş tatmini yaşadıkları.

Elbette bu tespitler konunun teorik kısmını oluşturmaktadır. Çalışmanın temel sorusu, “eğitim kurumlarında ve özelinde üniversitelerde verilen eğitim, öğrencilerin girişimci özelliklerine ne kadar etki etmektedir?”. Soruya, çalışma amacına uygun olarak ülkemiz bağlamında bir yanıt vermeden önce dünyada bu konuya temas eden çalışmalara bakmak anlamlı olacaktır. İspanya’da gerçekleştirilen bir araştırmada, girişimciliğe üniversitelerin sağladığı desteklerle ülkedeki girişimcilik faaliyetleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak kişilerin girişimcilik niyetlerinin bu desteklerden olumlu etkilendiği tespit edilmiştir. Bu durum yüksek eğitimin girişimcilik üzerinde bir şekilde etkiye sahip olduğu yönünde yorumlanmıştır (Karabulut, 2009: 337-338). İngiltere Kingston Üniversitesi’nde, girişimcilik eğitimine katılan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilen bir diğer araştırmada ise yerel düzeyde, okullarda girişimcilerin yetiştirilebileceği tespit edilmiştir (Patır ve Karahan,

2010: 30). Almanya ve ABD’de yüksek lisans düzeyinde işletme eğitimi alan 489 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmada ise iki ülkeden öğrencilerin girişimcilik potansiyelleri arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Öğrenciler girişimcilik potansiyelini ölçen boyutlar bağlamında benzer düzeylere sahip çıkmışlardır (Karabulut, 2009: 337-338). Amerika’da Arizona Üniversitesinde Zacharakis tarafından gerçekleştirilen araştırmada eğitimin girişimcilik yeteneklerini geliştirici etkiye sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre girişimcilik programından mezun olanların, normal işletme programlarından mezun olanlardan yıllık yaklaşık üç kat daha fazla gelir elde ettikleri tespit edilmiştir (Patır ve Karahan, 2010: 30). Bunun yanında Saadi tarafından Ali Sina Üniversitesi öğrencilerine gerçekleştirilen girişimcilik kapasitesini ölçen araştırmanın bulgularına göre üniversite eğitiminin öğrencilerin yeni fikirler yaratmasında etkili olmadığı tespit edilmiştir (Heshmatollah, 2011: 729). Görüldüğü üzere, girişimcilik eğitimi sonrası elde edildiği varsayılan kazanımların ölçülmesi sorunlu bir süreçtir. Eğitimin uygulanması, uygulamanın tasarımı, sürecin takibi, değişkenlerin kontrolü, çıktıların ölçülmesi vb. pek çok unsur nedeniyle kimi zaman çabalar sonuç vermezken, kimi zaman da öğrencilere verilen eğitimin sağlaması arzulanan kazanımlarını ölçebilmek dahi mümkün olamamaktadır. Bu çalışma ile üniversitelerde öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini, özelliklerini ölçen araştırmalara genel bir bakış yapılmaya çalışılmıştır. Böylece son yıllarda toplum olarak yükseltmeye çalıştığımız girişimcilik yönümüz, üniversite eğitimi özelinde gerçekleştirilmiş araştırmalarla incelenmiş ve durumumuz analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın cevap aradığı sorular ise özetle şu şekilde özetlenebilir: Girişimci miyiz? Girişimci yetiştirebiliyor muyuz? Bunu ölçebiliyor muyuz? Mevcut araştırmalar bize bu konuda ne söylüyorlar?

3. Yöntem

Çalışmada ülkemizde son yıllarda üniversite öğrencileri üzerinde girişimcilik algısı, eğilimini, özelliklerini ölçmek amaçlı tasarlanmış araştırmalara ulaşılmış, bulgular irdelenmiştir. Son on yılda ülkemiz üniversitelerinde, akademik çevrelerce gerçekleştirilen, üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik eğilimi, özellikleri, algısı vb. ölçen bu çalışmalar, veri tabanları, konferans, sempozyum kitapları taranarak bir araya getirilmiştir. Çalışmaların bir araya getirilmesinde öncelikle google scholar ve kabul gören veri tabanları ile aramalar gerçekleştirilmiştir. Arama sonucunda elde edilen çalışmalarla yetinilmemiş, araştırmaların kaynakça kısımlarından konuyla ilgili olarak ulaşılmaması gereken araştırmaların listesi genişletilmiştir. Oluşturulan listedeki ilgili çalışmalara basıldıkları dergi, bildiri kitapçığının edinilmesi, veri tabanlarından indirilmesi vb. yollarla ulaşılmıştır. Elde edilen araştırmaların içerisinden konu ile ilgisi olmayanlar kapsam dışında bırakılmıştır. Yürütülen çalışma sonucunda 61 makale, bildiri ve teze ulaşılmıştır. Çalışma amacına uygun olmayan benzer nitelikteki çalışmalar kapsam dışında tutulmuştur. Yine

de çalışmaya dahil edilememiş, gözden kaçmış çalışmaların olmasının mümkün olduğunu belirtmek gerekir. Çalışma kapsamındaki araştırmalar şu başlıklara göre incelenmiştir: Çalışmaların amaçları, sorunsalları, örneklem büyüklük ve özellikleri, veri toplama yöntemleri, eğitim veren kurumların özellikleri (fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu), verilen eğitimlerin türleri (sosyal bilim, fen-teknik bilimler), çalışmaların kısıtları, testlerin sonuçları, araştırmacıların önerileri vb.

İncelenen çalışmalardan elde edilen bulgularda olabildiğince genellemeye gidilmemeye, yalnızca bir “görünüm” elde edilmeye çalışılmıştır. Böylece ülkemizde akademik camiada bir süredir yaygın bir biçimde ele alınan ve incelenen “girişimcilik” konusuna, öğrenciler üzerindeki çalışmalar üzerinden genel bir bakış açısı ile bakılmış, çok sayıda araştırma sonucunun bir araya getirilmesi ile üniversitelerimizin, girişimcilik kültürü oluşturma, etkileme konusundaki pozisyonunun ortaya konulmasına çalışılmıştır. Çalışma, girişimciliğe ilişkin üniversite öğrencileri üzerinde yürütülmüş olan “girişimcilik derslerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerine etkisi...” ve/veya “öğrencilerin sahip oldukları girişimcilik özelliklerinin araştırılması...” vb. araştırmaların sonuçlarının incelenmesini ve elde edilen bulguların özetlenmesini amaçlamıştır. Böylece “üniversitelerimiz, girişimci kültürü yaratmada etkili bir aktör müdür?” sorusuna yanıt aranmıştır. Aşağıda araştırma amacına uygun olarak incelemeye tabi tutulan çalışmaların başlık, yazar ve yayın yıllarını gösteren Tablo 1 bulunmaktadır. Tabloda analize tabi tutulan her bir çalışmaya kod numarası verilmiştir. Kodlama, bulgular kısmında oluşturulmuş diğer tabloların daha anlaşılır olması ve görsel sorunları ortadan kaldırabilmek için uygulanmıştır.

Tablo 1. Türk Üniversitelerinde Gerçekleştirilen Öğrencilerin Girişimcilik Özelliklerine İlişkin Araştırmalar⁴

Çal. Kod	Çalışmanın Adı	Yazar(lar)	Yayın Yılı
1	<i>Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students</i>	Yonca Gürol, Nuray Atsan	2006
2	<i>Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: SDÜ Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma</i>	Emine Cansız	2007
3	<i>Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama</i>	Mustafa Avcı	2007
4	<i>Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin "Girişimsel Öz Yetkinlik" Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma</i>	Hasan Tağraf, Muhsin Halis	2008
5	<i>Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğitimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği</i>	Özlem Balaban, Yasemin Özdemir	2008
6	<i>Girişimcilik Eğitimi: Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma</i>	Kenan Özden, M. Sinan Temurlenk, Selim Başar	2008
7	<i>Yükseköğretimde Girişimcilik Eğitiminin İnovatif İş Fikirlerine Ulaşmadaki Etkisi Üzerine Bir Araştırma</i>	Salim Şengel	2008

⁴ Bu tabloda, ülkemiz üniversitelerinde öğrencilere yönelik gerçekleştirilmiş çalışmalara yer verilmiştir. Öğrenciler üzerinde, onların girişimcilik eğilimlerini, özellikleri, niyetlerini ve onlara verilen eğitimin girişimcilikleri üzerindeki etkisine odaklanmış bu çalışmalar aynı zamanda bu çalışmanın da analiz kısmını oluşturmaktadır. Tablo 1'in sol sütunundaki “çalışma kodları”, bulgular kısmındaki tablolarda çalışmaların künyesi olarak kullanılmıştır. Tablo 1'deki çalışma kodları, Tablo 2 ve Tablo 3'deki ilgili makaleyi tespit edebilmeyi kolaylaştırmak için kullanılmıştır.

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
 JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCHES
 GİRİŞİMCİLİK ÖZEL SAYISI
 Bahar/Spring 2016-Cilt/Volume 17-Sayı/Issue 37

8	Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Aldıkları Eğitimin Girişimciliğe Olan Katkılarının Belirlenmesi: PAU Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği	Ali Soylu, Yüksel Kepenek	2008
9	Girişimcilik Eğitimiyle İlişkili Faktörlerin Belirlenmesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Öğrencilerinde Bir Uygulama	Hüseyin Gürbüz	2008
10	Orman Fakülteleri Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Tercihleri ve Girişimcilik Yetenekleri	Kadri Cemil Akyüz, Tarık Gedik, Aytaç Aydın, İbrahim Yıldırım, İlker Akyüz	2009
11	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	A. Tuğba Karabulut	2009
12	Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama	Atılhan Naktiyok, M. Kürşat Timuroğlu	2009
13	İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri	İsa İpçioğlu, Atıl Taşer	2009
14	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik ve Atılganlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	Ali Murat Sünbül, Ercan Yılmaz	2009
15	İşletmecilik Eğitiminin Bireyin Girişimci Niteliklerinin Geliştirilmesine Etkileri	Adnan Akan, İsmail Zor	2009
16	Üniversite Eğitiminin Girişimcilik Düşüncesinin Değişimine Etkisi: Üniversite öğrencileri Üzerine Bir Uygulama	Hasan İbicioğlu, Sebahattin Taş, İbrahim Özmen	2010
17	Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF İşletme Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri	Mustafa Doğaner, Ali Ender Altunoğlu	2010
18	Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması	Sait Patır, Mehmet Karahan	2010
19	Farklı Eğitim Düzeyindeki Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Konusunda Görüş Farklılığının Araştırılması	Cengiz Yılmaz, Tuncer Özdi, Didem Tezstirici, Yasin Karadeniz	2010
20	Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri: Yalova ve Kadir Has Üniversitelerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Araştırma	Orhan Koçak, Ersin Kavi	2010
21	Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri	Kenan Ören, Mehmet Biçkes	2011
22	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği	Ömer Faruk İçcan, Erdoğan Kaygın	2011
23	Üniversite Eğitimi ve Girişimcilik: Bireyleri Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler Üzerine Bir Araştırma	Burcu Selin Yılmaz, Özgür Devrim Günel	2011
24	Yükseköğretimde Verilen Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Teknik Program ve Sosyal Program Karşılaştırmalı Bir Araştırma	Öznuur Bozkurt, Zeynep Aslan, Murat Göral	2011
25	Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama	Oğuz Başol, Salih Dursun, Serpil Aytaç	2011
26	Girişimcilik Eğitimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Hürriyet Bilge, Vedat Bal	2012
27	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği	Oya Korkmaz	2012
28	Meslek İdealleri ve Girişimcilik Niyetleri	Recep Çiçek, Ufuk Durna	2012
29	Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması	Ayşe İrmiş, Esin Baruçcu	2012
30	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği	Recep Kılıç, Belma Keklik, Nevzat Çalış	2012
31	Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesi'nde Bir Araştırma	Sebahattin Yıldız, Hüsnü Kapu	2012
32	Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	Hatice Necla Keleş, Tuğba Kural Özkan, Mustafa Doğaner, Ali Ender Altunoğlu	2012
33	Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği	Osman Uluçol	2013
34	Girişimcilik hislerine Eğitim Katkısı: Kütahya MYO Makine Programı Örneği	Cengiz Duran, Harun Büber, Gülten Eren Gümüştekin	2013
35	Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Karier Değeri ve Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma	Ayşenur Öktem Özgür	2013
36	Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Mustafa Boz, Şule Aydın Tükel Türk	2013
37	Girişimciliğin finansmanı ve Balıkesir İİBF Öğrencileri Tarafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma	Sinan Aytakin, Şakir Sakarya	2013
38	Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Gölyaka Meslek Yüksekokulu Örneği	Emel Faiz	2013
39	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik eğilimlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Kilis 7 Aralık Üniversitesi İİBF Örneği	Sadettin Paksoy	2013
40	Erzincan Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı ve Girişimcilik Profili	Murat Çetin	2013
41	Öğrencilerin Bireysel Karier Planlarının Varlığı ve Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma	Mehtap Aracı	2013
42	Meslek Yüksekokulları Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açılı ve Tekirdağ İlinde Bir Uygulama	Betül Akan, Senem Ergan, Derman Küçükaltan	2013
43	Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerine Bir Araştırma	Öznuur Bozkurt, Kutbettin Erdurur	2013
44	İşletme ve Muhasebe Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesinde Bölgesel Farklılık Etkisi	Mustafa Canbaz, Bilal Çankır, Emre Çevik	2013
45	Girişimcilerde Bulunması Gerekli Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi	Özlem Çetinkaya Bozkurt, Ali Murat Alparslan	2013

46	Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi İle Belirlenmesi	Cemal Sezer	2013
47	Turizm Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi	Gülsevmin Yumuk	2013
48	Girişimcilik Kariyerine Yönelim Nedenleri ve Girişimcilik Dersinin Etkisi Üzerine Bir İçerik Analizi: KTMÜ Örneği	Cemal Sezer	2013
49	Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Yalova MYO Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulamaya	Duygu Talih Akkaya, Emel Yıldız, Yasemin Koldere Akın	2014
50	Ziraat Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri, Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği	Naciye Tok, Arzu Seçer vd.	2014
51	Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma	Mehmet Marangoz, Funda Kaya, Hakan Bakan	2014
52	Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması	Seyit Ahmet Solmaz, Özlem Aksoy, Serkan Şengül, Mehmet Sarıışık	2014
53	Ön lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	Kemal Taycı, Serdar Canbaz	2014
54	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi	Mustafa Türkmen, Uğur İşbilir	2014
55	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma	Adnan Çelik, Mehmet İnce, Sezen Bozyiğit	2014
56	Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Potansiyel ve Eğilimlerinin Analizi: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği	Mehmet Ferit Can	2014
57	Sözel, Sayısal ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: SDÜ Örneği	Tahsin Akçanat, Muhammet Hamdi Mıcevher, İlker Hüseyin Çarıkçı	2014
58	Turizm Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği	Ömer Akgün Tekin, Gökhan Özkul, Yusuf Demir	2014
59	Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi	Volkan Lütfi Pan, Cenk Akay	2015
60	Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme	Yüksel Köksal, Selin Penez	2015
61	Girişimcilik Temelli Ders Tasarımının Öğrencilerin Girişimci Eğilim ve Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Deneysel Bir Çalışma	Yener Pazarçık, Erdal Aydın	2015

4. Bulgular

Çalışmada ülkemizde son on yılda gerçekleştirilen girişimcilik eğitimi odaklı çalışmalar ele alınmıştır. Çalışmaların incelenen özellikleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tablo 2’de, incelenen yayının türü, araştırmaya konu edilen öğrencilerin aldıkları eğitimin okul açısından türü, sosyal ya da fen bilimlerinden hangisine dahil olduğu, örneklemin kaçınıcı sınıf öğrencilerinden oluştuğu, veri toplama teknikleri, örnekleme ilişkin bilgiler ve kullanılan ölçeğin özelliklerine yer verilmiştir.

Tablo 2. İncelenen Çalışmalara İlişkin Bilgiler

Çalışma Kodları	Makale/Bildiri/Kıtap/Tez (1,2,3,4)	Eğitim Türü (Fakülte, Y.Okul, MYO, Karma (1,2,3,4))	Sosyal Bilimler/Fen-Teknik Bilimler/Karma	Kaçınıcı Sınıf Öğrencileri: 1.2.3.4 (5 karma araştırma)	Veri Toplama (Anket, Görüşme, İkincil Veri)	Örnekleme Sayısı	Pilot Çalışma Yapılıp Yapılmadığı (Var:1 Yok:2)	Ölçek (Kendi geliştirdi: 1, Kendi geliştirmede: 2)
1	1	1	1	5	Anket	400	2	2 (Belirtilmemiş)
2	4	4	3	5	Anket	400	2	2 (Belirtilmemiş)
3	4	1	3	4	Anket	265	2	1
4	2	3	3	5	Anket	196	1	1
5	1	1	1	5	Anket	70	2	1
6	2	1	1	4	Anket	195	2	2 - Koh – Girişimcilik Karakteristikleri (1996)
7	2	4	3	5	Anket	239	2	2 (Belirtilmemiş)

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
 JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCHES
 GİRİŞİMCİLİK ÖZEL SAYISI
 Bahar/Spring 2016-Cilt/Volume 17-Sayı/Issue 37

8	2	3	3	5	Anket	322	2	1
9	2	1	1	5	Anket	480	2	2 - Koh, Girişimcilik Karakteristikleri (1996)
10	1	1	2	4	Anket	536	2	2 - Emsen (2001); Eyüboğlu (2004); Korkmaz (2000); Girginer ve Uçkun (2004)
11		1	1	5	Anket	164	2	2 (Belirtilmemiş)
12		1	1	5	Anket	234	2	2 - Kickul, ve D'Intino (2005)
13		1	1	1,4	Anket	486	2	2 - Koh, Girişimcilik Karakteristikleri (1996)
14		1	1	5	Anket	474	2	1, 2 - Rathus, Atılganlık Envanteri (1973)
15		4	3	5	Anket	394	2	2 (Belirtilmemiş)
16		1	3	5	Anket	508	2	1
17		1	1	1, 4	Anket	229	2	2 (Belirtilmemiş)
18		4	3	5	Anket	235	2	2 - Tekin (1999)
19		4	3	5	Anket	195	2	1
20		3	3	5	Anket	147	2	1
21		3	3	2	Anket	97	2	1
22		1	1	4	Anket	366	2	2 - Koh, Girişimcilik Karakteristikleri (1996)
23		2	1	5	Anket	97	2	2 (Belirtilmemiş)
24		1	3	5	Anket	175	2	2 - Girginer ve Uçgun (2004)
25		1	1	5	Anket	225	2	2 - Eysenck ve Eysenck, Kişilik Anketi, (1975)
26		4	3	5	Anket	234	2	2 (Belirtilmemiş)
27	1	1	1	5	Anket	297	2	2 - Koh, Girişimcilik Karakteristikleri (1996)
28	1	1	1	5	Anket	139	2	2 - Aslan (2002)
29	1	1	1	5	Anket	273	2	1
30	1	1	1	5	Anket	151	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
31	1	1	1	5	Anket	620	2	2 - Schwartz, Değerler Envanteri (1992); Yılmaz ve Sünbül (2009)
32	1	3		5	Anket	468	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
33	1	2	1	5	Anket	539	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
34	1	3	2	5	Anket	84	2	2 (Belirtilmemiş)
35	2	1	1	4	Anket	443	2	2 - Edgar Schein (1990); Bireysel Girişimci Değerlendirme Anketi (1981)
36	2	1	1	5	Anket	434	2	2 (Belirtilmemiş)
37	2	1	1	3,4	Anket	255	2	1
38	2	3	3	5	Anket	250	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
39	2	1	1	5	Anket	226	2	1
40	2	3	3	5	Anket	576	2	1
41	2	3	3	5	Anket	582	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
42	2	3	3	5	Anket	490	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
43	1	2	1	5	Anket	200	1	2 - Koh (1996); Girginer ve Uçgun, Girişimcilik eğilimi (2004)
44	1	1	1	5	Anket	172	2	1

45	1	2	1	4	Anket	125	2	1
46	1	1	1	5	Anket	69	2	2 (Belirtilmemiş)
47	1	1	2	5	Anket	340	2	2 (Belirtilmemiş)
48	1	1	1	5	İçerik Analizi	136	2	1
49	1	3	3	2	Anket	250	2	2 (Belirtilmemiş)
50	1	1	2	4	Anket	366	2	2 - Cansız (2007); Gir. Hisleri Alpkan vd.(2002); Dangaç (2007)
51	2	1	3	5	Anket	386	2	2 - Lütjhe ve Franke - Giriş. Niyeti (2004); Autio (1997), Türker ve Selçuk (2009)
52	1	4	3	5	Anket	308	2	2 - Summer, Girişimci Kişilik Ölçeği (1998); Brice (2007), Aşar (2007)
53	1	3	3	2	Anket	315	2	2 - Yılmaz ve Sünbül (2009); Yılmaz ve Ercan (2009)
54	1	1	2	5	Anket	258	2	2 - Girginer ve Uçkun (2004)
55	1	1	1	5	Anket	249	1	2 (Belirtilmemiş)
56	1	1	2	5	Anket	205	2	2 - Müftüoğlu ve Ark (2009); Çarıkçı ve Koyuncu (2010)
57	1	1	3	4	Anket	380	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
58	2	4	1	5	Anket	231	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
59	1	1	3	1,4	Anket	404	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
60	1	1	1	5	Anket	535	2	2 - Yılmaz ve Sünbül, Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği (2009)
61	1	1	1	1	Odak Grup	133	2	1

Tablo 2’den de görülebileceği üzere incelenen çalışmalar ağırlıklı makale ve bildirilerden oluşmuştur. Daha çok ülkemiz akademik dergilerinde ve sempozyum kitaplarında yayınlanan çalışmalar içinde araştırma tasarımımıza uygun olan uluslararası bir dergide yayınlanmış bir çalışmaya yer almıştır. Bildiriler arasında uluslararası organizasyonlarda yayınlananlar olsa da bu toplantıların yine ülkemiz kökenli olduğunu belirtmek gerekir. Çalışmaların içeriklerinin yerel bağlamda olmasından ötürü uluslararası literatüre dahil olmamaları normal karşılanmıştır. Çalışmalarda bir kontrol değişkeni olarak daha çok birinci ve son sınıf öğrencilerine yer verilmiştir. Böylece verilen eğitimin etkisinin kontrol edilebileceği varsayılmıştır. Ancak herhangi bir kontrol kaygısı güdülmeksizin karma araştırma tasarımlarına da rastlanılmıştır. Çalışmalarda özellikle fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu üzerine odaklanmış ve tüm bu okul türlerini kapsayan örnekler rastlanmıştır. Özellikle de işletme bölümleri ağırlıklı olmak üzere idari bilimler fakülteleri, içeriğinde girişimcilik dersinin zorunlu olduğu iki yıllık eğitim veren meslek yüksekokulları, turizm fakülteleri, eğitim fakülteleri, ziraat, veterinerlik fakülteleri, beden eğitimi yüksek okulları araştırmalara konu olmuşlardır. Araştırmalarda iki çalışma istisna olmak üzere veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Tablo 2’deki soldan yedinci sütun araştırmaların örneklem büyüklüklerini göstermektedir. Çalışmaların örneklem büyüklüğünde bir

standardın olmadığını söylemek gerekir. İstatistiki olarak asgari şartları yerine getirmek ve araştırma tasarımına uygun bir çalışma yürütmek yerine daha çok “ulaşılabilirdi kadar çok” anket toplanmaya çalışıldığı tespit edilmiştir. Çalışmalarda uygulanan anketlerin araştırmacılar tarafından, daha çok yüzyüze anket şeklinde gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Bunun yanında özellikle de araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formlarını, örnek kitle üzerinde kullanmadan önce bir pilot çalışmaya yer verilmesi uygulamasına yalnızca iki çalışmada rastlanılmıştır. Geliştirilen anket formları ve diğer çalışmalardan edinilen ölçekler, herhangi bir pilot çalışmaya gerek duymaksızın doğrudan örnekleme uygulanmıştır. Kullanılan ölçekler konusunda ise daha çok Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen, “üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği”nden faydalanılmıştır. Yılmaz ve Sünbül’ün ölçeği geliştirdiği tarihten önce gerçekleştirilen çalışmalarda ise ağırlıklı olarak Koh’a (1996) ait “girişimcilik karakteristikleri” ölçeğinden faydalanıldığı tespit edilmiştir. Bunun yanında başka bilim insanlarının geliştirdiği ölçeklerin kullanıldığı halde çalışma tasarımında bundan söz etmeyen, çok sayıda çalışmaya da rastlanılmıştır. Bu duruma ilişkin olarak şunu söylemek gerekir ki, bu durum ülkemizde, özellikle de sosyal bilim araştırmalarında oldukça sık görülen bir durumdur. Ölçeklerin edinilmesi, bu konuda geliştirenlerden gerekli izinlerin alınması, geliştirilmesi, geliştirilen ölçeğin neyi, nasıl ölçmeyi amaçladığı noktasında özensiz olma ve yeterli düzeyde bilgi vermeme hatasına çok sık düşülmektedir. Bunun yanında çalışmalarda pek çok bilim insanına ait ölçeklerin kullanılmasının yanında, araştırmacıların kendi geliştirdikleri anket formlarının kullanımı da oldukça yoğundur. Ve bu geliştirilen ölçeklerde de yine yukarıda bahsi geçen benzer durumlar söz konusudur.

Tablo 3, çalışma kapsamında incelenen araştırmaların girişimcilik eğitimine ilişkin bulguları ve girişimcilik eğitimi ile öğrencilerin girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkilerin özetlenmesi için tasarlanmıştır. Tablo 3’ün soldan 3 ve 4. sütunları bu tespitleri özetlemektedir. Özellikle 4. sütunda parantez içerisindeki + / - simgeleri, eğitim ve öğrencilerin girişimcilik özellikleri arasında pozitif ya da negatif yönlü ilişkilere dair tespitleri özetlemektedir. Çalışma kapsamında ele alınan çalışmalarda üniversite eğitiminin ya da daha özelden girişimciliğe vurgu yapan eğitim tasarımlarının öğrencilerde tespit edilip edilemediğine ve girişimcilik özelliklerine olumlu ya da olumsuz etki edip etmediğine bakılmıştır. İncelenen araştırmalara hep bu soru temelinde bakılmış ve değerlendirilmiştir.

Tablo 3. İncelenen Çalışmalara İlişkin Bulgular

Çal. Kodları	Çalışmalardan Elde Edilen Bulgular	Gir. Eğitimi Bulg. (Evet-Hayır)	Girişimcilik-Eğitim arasındaki Pozitif/Negatif Yanıtı İlişkisi (Evet-Hayır)
1	Araştırma kapsamında gerçekleştirilen t testi sonuçlarına göre girişimcilik eğilimi daha yüksek öğrencilerin belirsizliğe tolerans ve kendine güven haricinde değerleri daha yüksek çıkmıştır. Bu öğrencilerin daha yüksek risk alma eğilimleri, iç kontrol, başarı ve yenilikçilik değerlerine sahip oldukları tespit edilmiştir.	H	
2	Araştırma bulgularına göre kız öğrencileri sezgisel, düzenli ve kurallara uyma eğiliminde. Erkekler ise kar amaçlı girişimcilik özellikleri sergilemektedir. Cinsiyet açısından girişimcilik eğilimleri arasında farklılık tespit edilmiştir. Kadınlar risk üstlenme konusunda daha baskın, kontrol odaklılık boyutunda erkeklerin iç kontrol odaklılığı ise daha baskındır. Kız öğrenciler başkalarının etkisinde daha fazla kalmaktadır. Erkek öğrencilerin yaratıcılık özellikleri ise daha baskın olarak tespit edilmiştir. Ayrıca yüksekökol öğrencileri daha fazla girişimcilik eğilimi içindedirler. Fakülte öğrencileri ise sabit maaşlı bir işte çalışma konusunda daha isteklidirler. Yüksekökol öğrencileri kendi işlerini kurmak noktasında daha iç kontrol odaklı olurlar.	E	
3	Araştırmada Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik seviyesi orta düzeyde bir seyir göstermektedir. Bu seviye, İİBF fakültesi için üniversite ortalamasından yüksek, tıp ve mühendislik fakültesinde ise üniversite ortalamasına yakın, eğitim fakültesinde ise üniversite ortalamasından daha düşük bir düzeydedir. Bu tablo beklenmeyen bir tablo değildir. Çünkü İİBF öğrencilerinin girişimcilik eğitimi almış kişiler olması, girişimcilik seviyelerini arttırmıştır. Demografik değişkenlerin, girişimcilik eğilimini etkilediği görülmektedir.	E	(+)
4	Araştırmada girişimcilik eğitimi alanlar ile almayanlar arasında girişimcilik öz yeterliliği açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Girişimcilik özelliklerini yansıtan tutumların derslere rağmen öğrencilerde oluşmadığı gözlemlenmiştir.	E	
5	Araştırmada genel itibarıyla katılımcuların yarısından fazlası eğitimin girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkarılmasında ve geliştirilmesinde olumlu katkısını kabul etmektedir. Ancak diğer katılımcuların %75 gibi büyük bir çoğunluğu eğitimin girişimcinin başarılı olmasında etken bir unsur olduğunu düşünmediğini belirtmiştir. Çalışmada girişimcilik eğitimi ile eğilimi arasındaki ilişki, örneklem sayısındaki azlıktan ötürü ispat edilemez bulunmuştur. Bulgulara göre girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ve güvenilir ilişkilere rastlanmamıştır. Ancak girişimcilik dersi alanların fırsat yaratma ve fırsatları yaratma ve fırsatları değerlendirme, başarı kazanılmasında kararlılık gibi girişimcilerde bulunması gereken özelliklere ilgili görüşe katılma oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada genel olarak girişimcilik eğitiminin girişimciliği olumlu etkilediği ve farkındalık yarattığı ifade edilmektedir. Ancak çalışmanın yalnızca nitel kısmı bulgularına göre girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilemektedir.	E	
6	Araştırma bulgularına göre her iki üniversitenin de öğrencilerinin girişimcilik düzeyi beklentilerin altında çıkmıştır.	E	
7	Araştırma bulgularına göre girişimcilik dersinde elde edilen öğrenmenin öğrencilerin dersi diğer öğrencilere tavsiye etmesi üzerindeki açıklayıcılığı %41'dir. Cinsiyet açısından bir farklılaşma olmamıştır. Yaş açısından ise düşünsel yönelim faktörü açısından farklılaşma olmuştur. Ortalama gelir ve aile mesleği açısından da farklılaşma olmamıştır. Ancak öğrencilerin okudukları sınıf değerlendirmelerinde kavramsal öğrenme faktöründe farklılık ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak verilen girişimcilik derslerinin öğrencilerin inovatif bir iş fikrine ulaşmaya katkı verdiği söylenebilir.	E	(+)
8	Araştırma bulgularına göre öğrenciler girişimci olmak için eğitim gerekip gerekmediği hakkındaki soruya %57 evet %10 hayır ve %33 kısmen cevabını vermiştir. Öğrencilerin %92'si girişimcilik derslerinin ilgilerini çektiğini ifade etmiştir. Öğrencilerin %54'ü eğitim aldıkları programın kişiye girişimcilik katkısı sağladığını, %33'ü bunun kısmen olduğunu ve %13'ü ise hayır yanıtını vermişlerdir. Öğrencilerin %85'i girişimcilğe yönelik derslerin artması gerektiğini ifade etmişlerdir.	E	(+)
9	Araştırma bulgularına göre öğrencilerin genel girişimcilik düzeyi 3,2371 çıkmıştır. Araştırmacıya göre bu düzey öğrencilerin girişimcilik özelliğine sahip olduklarını ifade etmektedir. Araştırmaya göre ileride girişimci olmak isteyen öğrencilerin başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, kendine güven ve yenilikçilik özelliklerine sahip oldukları ortaya çıkmış. Girişimcilik eğiliminde bölümler, sınıflar arasında farklılık var mı diye bakılmış ve yalnızca sınıflar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.	E	(-)

10	<i>Araştırmaya katılan öğrencilerin %66,2'si kendi işini kurmak istediğini belirtmiştir. Çalışmada okunulan bölümler açısından ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Diğer araştırmaların sonuçlarına ters olarak bu araştırma özelinde orman fakültelerinde erkek öğrencilerin girişimci eğitimi bağlamında işlerini kurma öncelikleri daha yüksek olarak tespit edilmiştir.</i>	E	
11	<i>Araştırmada öğrencilerin girişimcilik eğitimi almalarına rağmen kendi işini kurmak gibi bir çabaya girişmediği ve ağırlıklı olarak mezun olunca kendi işini kurup girişimci olmayı istemediği gözlenmiştir.</i>	E	
12	<i>Araştırma, Schwartz'ın değerler çalışması üzerinden geliştirilmiştir. Değer sistemi ve girişimcilik ilişkisi üzerine tasarlanmış bir çalışmadır. Cinsiyet değişkeni bağlamında erkekler kadınlara göre daha girişimci niyetinde çıkmışlardır. Ancak baba mesleği, öğrenci başarı değişkenleri açısından girişimcilik niyeti bağlamında bir farklılık tespit edilmemiştir. Ayrıca bu araştırmaya göre gelir seviyesi yükseldikçe öğrencilerin girişimcilik niyeti de yükselmekte olduğu şeklinde bulgu elde edilmiştir. Sosyo demografik değişkenler açısından incelendiğinde, sadece cinsiyet ve gelir değişkeni açısından girişimcilik niyetleri arasındaki fark anlamlı bulunmuştur.</i>	H	
13	<i>Araştırma bulgularında 4. sınıf öğrencilerinin 1. Sınıflara göre girişimcilik hislerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç alınan eğitimin pozitif etkisi olarak yorumlanmıştır. Çalışmada; "işletme bölümlerinde eğitim alan öğrencilerin risk alma eğilimleri artmaktadır", "işletme bölümlerinde eğitim alan öğrencilerin belirsizliğe toleransları artmaktadır" ve "işletme eğitimi alan öğrencilerin kendilerine güvenleri gelişmektedir" hipotezleri doğrulanmıştır. Özellikle de 4. sınıf öğrencilerinin bu üç boyut açısından çok daha yüksek değerlere sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç işletme bölümünde verilen eğitimin öğrencilerin bazı girişimcilik hisleri üzerinde olumlu katkıda bulunduğu şeklinde yorumlanmıştır.</i>	E	(+)
14	<i>Araştırmada kız ve erkek öğrencilerin atılganlık ve girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Öğrencilerin yaşları arttıkça atılganlık ve girişimcilik düzeyleri artmaktadır.</i>	H	
15	<i>Araştırma bulgularına göre işletme eğitimi kız öğrenciler üzerinde daha fazla etki yaratmaktadır. Zira eğitim her iki grubun da girişimcilik niyetini etkilerken kız öğrencilerde yaşanan değişim daha kuvvetlidir. Kızlarda normal koşullarda %19,1 oranında bağımsız çalışma isteği hâkimken eğitim sonrası bu oran %60,6'ya yükselmektedir. Ancak araştırma göstermektedir ki erkekler kız öğrencilere göre kendi başlarına iş teşebbüsünde bulunmak açısından daha isteklidirler. Araştırmaya göre devlet ve vakıf üniversitelerinde okuyan öğrenciler arasında hem işletme eğitimi öncesi hem de sonrasında istatistiksel olarak fark bulunamamıştır. İşletme eğitimi öncesi girişimci niteliklerinin varlığı ile işletme eğitimi sonrası girişimci niteliklerinin varlığı arasında %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak fark olduğu saptanmıştır. Eğitim öncesinde girişimci niteliklerinin kendisindeki varlığına ilişkin yargısını belirten öğrencilerin %80,1'i ortalamanın altında iken, işletme eğitimi sonrasında %49'a düşmektedir. Yine eğitim öncesinde girişimci niteliklerinin kendisindeki varlığına ilişkin yargısını belirten öğrencilerin %19,9'u ortalamanın üzerinde iken, işletme eğitimi sonrası bu oran %51'e yükselmektedir. Öğrencilerin yargıları dikkate alındığında elde edilen bu sonuç, işletme eğitiminin girişimci niteliklerini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır.</i>	E	(+)
16	<i>Araştırmada girişimciliği olumlu yönde ölçmeye çalışan sorulara verilen cevapları karşılaştırdığımızda, işletme bölümü ve FEF öğrencileri arasında 11 sorunun 4'ünde farklılığa rastlanmıştır. İki öğrenci grubu arasında girişimcilik eğilimi açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. 7 soruda da t değeri negatiftir; Yani FEF öğrencileri, işletme bölümü öğrencilerinden daha çok girişimci hislere sahiptir. Her iki grubun değerleri arasında çok küçük farklılıklar bulunmaktadır. Soruların yüksek bir kısmında, işletme bölümü öğrencilerinin daha yüksek oranda önerilen fikre katıldıkları görülmektedir. Yani işletme bölümü birinci sınıf öğrencileri, FEF öğrencilerinden daha fazla oranda olumsuz girişimci düşüncelere sahiptir. İşletme öğrencileri Fen Edebiyat öğrencilerine göre daha fazla girişimcilik eğitimi alsalar da bu durum onları girişimcilik özelliklerine yansımamıştır. Alınan eğitim sonucunda işletme bölümü son sınıf öğrencileri, diğer etkenler her iki grubu eşit oranda etkilediği varsayımıyla, aldıkları işletme eğitimi sonrasında daha fazla girişimci düşünceye sahip olmuşlardır. Fen Edebiyat öğrencilerinde birinci ve sonuncu sınıflar arasında girişimcilik eğitimi almış olsalar bile girişimcilikle ilgili bir farklılık oluşmamıştır. Fen Edebiyat öğrencileri kendi işini kurmak ve çok para kazanmak düşüncesine pek sıcak bakmamaktadırlar. Bu durum alana ilgili eğitim alınsa da değişmemektedir. Girişimcilik konusunda bir hayal kurma eğiliminde bile değillerdir. Sabit geliri işlere eğilim daha fazladır. Son sınıf öğrenciler arasında girişimcilik eğitimi almış olmakla almamış olmak arasında girişimcilik eğilimleri açısından ciddi bir farklılık vardır. İşletme öğrencileri girişimcilik için gereken isteğe fazlasıyla sahiptirler.</i>	E	
17	<i>Araştırmada elde edilen bulgulara göre erkek öğrenciler kız öğrencilere göre daha fazla girişimcilik eğilimine sahiptir. Öğrencilerin girişimcilik eğitimi almaları ile</i>	E	

	<i>sahip oldukları girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Girişimcilik eğilimi ile kişilik faktörlerinden yaratıcı olma ve başarıya ihtiyacı faktörleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.</i>		
18	<i>Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun girişimcilik eğitimine başlamak için yeterli düzeyde "girişimcilik yeteneğine" sahip olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik eğitimi alanların girişimcilik puanları diğerlerine göre daha yüksek çıkmıştır. Girişimcilik yetenek puanları ile öğrencilerin; girişimcilik eğitimi alma durumları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur.</i>	E	(+)
19	<i>Araştırmanın yürütüldüğü lisans ve ön lisans eğitim kurumlarında girişimcilik eğitimi ile ilgili duyurulmuş yüksek olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyet bakımından da "gelecekte girişimci olma" eğiliminin de erkeklerde bayanlara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.</i>	E	
20	<i>Araştırmada girişimcilik dersi alanların %69,5 i mezuniyet sonrasında kendi işini kurmak isterken bu dersi almayanlarda bu oran %60 olarak tespit edilmiştir. Hem bu dersi alanlarda hem de almayanlarda risk alma eğilimi yüksek çıkmıştır. Erkek öğrenciler arasında risk alma eğilimi kızlara göre daha fazla çıkmıştır. Mezuniyet sonrası kariyere ilişkin bulgular da ilginçtir. Kamu üniversitesi öğrencileri kariyer tercihinde daha çok devlete yakınken vakıf üniversitesi öğrencileri ise özel sektöre yakın olarak tespit edilmiştir. Ancak girişimcilik dersi alanlarda devlette kariyer azalmaktadır. Ayrıca baba mesleği de ortaya çıkan bulguları etkileyen bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Baba mesleği özel sektör olan öğrencilerin risk almayı daha yüksek oranda benimsedikleri görülmüştür.</i>	E	(+)
21	<i>Araştırmada kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki tespit edilmiştir. Girişimcilik unsurlarının kişilik özellikleri üzerinden açıklanabilmesi eğitimin etkisinin az olduğu yönünde bir çağrışım yapmaktadır.</i>	H	
22	<i>Araştırmaya katılanlardan Kars'ta eğitim görenler içinde girişim faaliyetlerinde bulunanların oranı %31,7 iken, Kırıkkale'de %21,7'dir. Kars'ta öğrenim gören öğrenciler, kendine güven, yenilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma konularında Kırıkkale'li öğrencilere göre daha başarılı çıkarken belirsizliğe tolerans boyutunda ise Kırıkkale'li öğrenciler arasında daha üstündür. Cinsiyet açısından erkekler ve kadınlar arasında sadece belirsizliğe karşı tolerans boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kars'ta ise cinsiyet değişkeni açısından hiç farklılık bulunmamaktadır. Kırıkkale 'de ise erkekler, kızlara göre bu boyutta daha başarılı olarak tespit edilmişlerdir. Yaş değişkeni açısından ise; yenilik, başarıya ihtiyacı ve risk alma boyutlarında farklı yaşlardaki öğrencileri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. 22 yaşından küçükler ile diğer yaş grupları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kars'ta daha önce girişimcilik faaliyetinde bulunanlar ile bulunmayanlar arasında belirsizliğe karşı tolerans boyutunda farklılık tespit edilmiştir.</i>	H	
23	<i>Araştırma bulgularına göre öğrencilerin cinsiyetleri ile eğitim sonrası girişimci olmak arzuları arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Cinsiyet, unsurunun girişimci olmayı etkilemediği tespit edilmiştir. Bulgulara göre öğrencilerin gelecekte işlerini kurmak istemeleri ile ebeveynlerinin çalışma alanları arasında ilişki tespit edilmiştir. Ebeveynleri özel sektörde ya da serbest meslekte olan öğrencilerin gelecekte girişimci olmak istekleri, aileleri memur olanlara göre daha fazladır. Son olarak öğrencileri ileride girişimciliği bir kariyer alanı olarak seçmeleri ile aldıkları üniversite eğitimi arasında bir ilişki aranmış ve bu bağlantı tespit edilememiştir. Araştırmacıya göre kişinin aldığı eğitim onun girişimci olması sonucuna etki etmemektedir. Esas etkenler eğitim dışı noktalardan olmaktadır. Kişisel özellikler, toplumsal ve ekonomik koşullar vb.</i>	E	
24	<i>Araştırmada elde edilen bulgulara göre girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine olumlu bir etki yaptığı tespit edilmiştir. Ancak sosyal ve teknik programlarda okuyanlar arasında girişimcilik eğitiminin eğitime etkisi anlamında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Çalışmada, girişimcilik eğitimi alanlarla almayanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada 5 üzerinden ortalama olarak ifade edilen girişimcilik eğilimlerine göre eğitim alanların ortalaması %3,68 iken almayanların ortalaması %3,03 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca kariyer hedefi ile girişimcilik eğilimi arasında da anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Çalışmada ebeveynlerin çalışma durumu ile öğrencilerin girişimcilik eğilimi arasında ise ilişki tespit edilememiştir. Ayrıca cinsiyet, okunan bölüm, ailedeki çocuk sırası, babanın çalışma durumu gibi değişkenler bağlamında girişimcilik eğilimi açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi sonucunda Düzce Üniversitesinde verilmekte olan girişimcilik derslerinin öğrenciler tarafından olumlu yönde değerlendirildiği ve girişimcilik derslerinin girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkmasında etkili bir unsur olarak algılandığı görülmektedir.</i>	E	(+)
25	<i>Araştırma bulgularına göre erkek öğrencilerin beklenmedik zorluklarla baş etme yetenekleri kız öğrencilerden daha yüksektir. Diğer, yeni ürün ve pazar fırsatları</i>	H	

	<p>geliştirmek, yatırımcılarla ilişki başlatmak, temel amacı tanımlamak, beklenmedik zorluklarla baş etmek, temel insan kaynaklarını geliştirmek gibi boyutlarda ise bir farklılığa rastlanmamıştır. Sonuç olarak cinsiyet bağlamında tek boyut bağlamında farklılık tespit edilmiş ve bu da erkek ve kız öğrenciler arasında girişimcilik eğitimi açısından farklılık vardır demeye yetmemiştir.</p>		
26	<p>Araştırmada ön lisans ve lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri, girişimciliğin alt boyutları olarak risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönlü, gelecek odaklı, kararlılık ve dış etkenlere karşı bireysel güç olarak altı boyuttan oluşmuştur. Farklı okulları içine alacak şekilde tasarlanan araştırmada ön lisans öğrencilerinin girişimcilik ilgileri ortalamasının, lisans öğrencilerinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak lisans öğrencilerinin ön lisans öğrencilerine göre daha devlet odaklı olmaları ve/veya özel sektörde iş bulma olanaklarının daha yüksek olma olasılığının olduğu düşünülmüştür. Ön lisans öğrencilerinin girişimcilik ilgileri gönüllülüğe değil, zorunluluğa bağlanmıştır. Salihi MYO öğrencilerinin girişimcilik ilgileri ortalamalarının en yüksek, işletmecilik alanında eğitim veren Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu'nun ikinci, Fen Edebiyat Fakültesinden Matematik bölümü öğrencilerinin ortalamalarının ise en düşük çıkması yine beklenen bir durum olmuştur.</p>	E	(-)
27	<p>Araştırma bulgularına göre öğrencilerin sınıflarının farklı olmasının girişimci eğilimler üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Anova testine ek olarak Tukey testi sonuçlarına göre ise kendine güven, yenilikçilik, kontrol odağı, risk alma faktörlerinde 1 ve 4. sınıflar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.</p>	E	(+)
28	<p>Elde edilen bulgulara göre cinsiyet ile kendi işini kurma tercihi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Kendi işini kurma oranı erkeklerde %55 ile kız öğrencilere göre %21 daha yüksektir. Öğrenciler arasında girişimci olmak yerine kamuda çalışmayı arzulayanlar, kamudaki gelir garantisini öne sürmektedirler.</p>	H	
29	<p>Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde ailenin etkisi tespit edilmiştir. Ailesinde baba ya da başka birinin girişimci olması ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ailenin geliri ile öğrencinin girişimcilik eğilimi arasında ise ilişki tespit edilmemiştir. Ancak ilişki olmasa da ailenin geliri arttıkça gelecekte işlerini kurmak isteyenlerin oranı da artmaktadır. Ayrıca öğrencinin kendisinde girişimci bir kişilik görmesi ile aldığı kararlarda ailenin etkisi arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmaya göre öğrencilerin kendilerini girişimci bir kişiye sahip görmeleri ile eğitimin kaçınıcı sınıfında olduğu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak ilginç olan öğrenci birinci sınıfta iken kendini daha yüksek oranlarda girişimci kişiliğe sahip görür ve gelecekte işlerini kurmayı düşünürlerken sınıflar ilerledikçe bu oranlar azalmaktadır. Dördüncü sınıfta bu oranlar tekrar bir nebze de olsa artmaktadır. Enteresan biçimde öğrencilerin kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmeleri ile girişimcilik dersi almaları arasında ilişki tespit edilememiştir. Benzer durum gelecekte işlerini kurma niyetleri ile alına girişimcilik dersleri ilişkisinde de çıkmakta ve arada anlamlı bir ilişki çıkmamaktadır. Bu bulgular örneklem bağlamında üniversite eğitiminin öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde dikkate değer bir rol oynamadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.</p>	E	(+/-)
30	<p>Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin yenilik özellikleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre daha yenilikçi bir yapıya sahiptirler. Bunun dışında öğrencilerin aylık gelirleri ile yenilik, kendine güven, risk alma, dışa açıklık, başarıya inanma özellikleri arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak öğrencilerin aylık gelirleri ile fırsatçılık özelliği arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.</p>	H	
31	<p>Elde edilen bulgularda, çalışan öğrencilerin daha yüksek girişimcilik eğilimi gösterdiği, girişimcilik eğilimi ile bireysel değerlerden güç ve başarı arasında ilişki olduğu, çalışan öğrencilerin çalışmayanlara göre daha fazla girişimcilik eğilimi gösterdiği, bir doğu iline gelerek İİBF okuyor olmalarının onları girişimcilik açısından uyardığı tespit edilmiştir.</p>	H	
32	<p>Araştırma bulgularına göre "Finansal Yönetim ve Girişimcilik" dersini alan öğrencileri ile bu dersi almayan öğrenciler arasında girişimcilik eğilimleri açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Buna rağmen öğrencilerin kullanılan ölçek bağlamında "yüksek girişimcilik" düzeyinde oldukları belirlenmiştir.</p>	E	
33	<p>Araştırma bulgularına göre ailesinde girişimci olan öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin "çok yüksek", bulunmayan öğrencilerin ise "orta düzeyde" olduğu gözlenmiştir. Vakıf Üniversitesinde eğitim gören öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin kamu üniversitesinde eğitim gören öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer hipoteze uygun olarak iş deneyimine sahip olmayan öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin iş deneyimine sahip olanlara göre daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Ortaya çıkan medyan değerleri birbirinden çok farklı olmasa da iş deneyimi olmayanların değeri "çok yüksek" iken iş deneyimi olanların ise "yüksek" olarak tespit edilmiştir.</p>	E	(+)

34	<i>Araştırmada birinci sınıf öğrencilerinin risk alma eğilimleri ikinci sınıflardan daha yüksek bulunmuştur. Yine birinci sınıfların kontrol odağı ortalamaları ikinci sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Bu durum araştırmacı tarafından verilen eğitimin girişimci hisleri ve potansiyeli geliştirme yönünde etki yaratmadığı şeklinde yorumlanmıştır. Ayrıca verilen eğitimin iki yıllık olmasının da öğrencinin gelişimi için yeterli bir zamansal evre ortaya koymadığı belirtilmiştir.</i>	E	(-)
35	<i>Araştırma bulgularına göre öğrencilerin girişimci kişiliğe sahip olmalarında ailenin önemli rolü bulunmaktadır. Anne-babanın mesleği bu konuda çok belirleyici denilmektedir. Ancak ailede anne bağlamında memur ve serbest çalışanlar arasında girişimci kişilik özellikleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu noktada Baba mesleği de boyutlar açısından bir etki yaratmamıştır. Girişimcilik eğitimi alanlar ve almayanlar açısından ise; İktisat, kamu, maliye ve ekonometri açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. İşletme ve ÇEKO (Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri) öğrencileri arasında istatistik olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İşletme bölümünde girişimcilik eğitimi alanlar ile almayanlar arasında, yenilikçilik ve kendine güven konusunda daha yüksek ortalamalar tespit görülmüştür. ÇEKO'da ise girişimcilik dersi alanlar, almayanlara göre yenilikçilik ve belirsizliğe tolerans noktasında daha yüksek ortalamalara sahip çıkmışlardır. Bölüm ayrımı yapmaksızın girişimcilik eğitimi alanlar ve almayanlar arasında bir farka bakıldığında ise gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir.</i>	E	(+)
36	<i>Araştırmada işletme eğitimi almış ve almamış öğrencilerin girişimcilik özellikleri karşılaştırılmıştır. Çalışma ile "liderlik özellikleri", "risk üstlenmek", "sorumluluk almaktan kaçınmam" gibi ifadeler bağlamında ders alanlar ve almayanlar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Yine bu boyutlar bağlamında kız ve erkek öğrenciler arasında da farklılık tespit edilmiş. Öğrenciler kendi işlerini kurmayı arzularken girişimcilik özellikleri olan risk üstlenme, sorumluluktan kaçınmayan, takım çalışmasına yatkın olmak, lider özelliklere sahip olmak, kolay iletişim kurabilmek, insanları yönetmeyi seven bireyler olarak kendilerini tanımlamamaktadırlar. Öğrencileri kendilerini, daha garanti işlerde çalışmayı, buna bağlı olarak daha düşük gelirlere sahip olmayı isteyen, belirli çalışma saatlerinin olmasını isteyen bireyler olarak tanımlamışlardır.</i>	E	(+)
37	<i>Araştırmanın analizinde parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Elde edilen bulgularda işletme ve iktisat bölümlerinin 3. ve 4. sınıftaki öğrencilerinin eğitim hayatlarında aldıkları muhasebe ve finansman derslerinin girişimcilik faaliyetleri için yeterli olmadığı tespit edilmiştir. İşletme bölümü öğrencileri bu konuda daha olumlu görüşler bildirerek, girişimcilğe yönelik bir eğitim aldıklarını daha yoğun ifade ederken iktisat bölümü öğrencileri ise aldıkları eğitimin bu konuda daha yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Genel olarak bakıldığında girişimcilik temelli bir muhasebe ve finansman derslerinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Sınıflar arası bulgular değerlendirildiğinde ise 3. sınıfların verilen dersleri daha yüksek düzeyde yeterli gördükleri tespit edilmiştir. Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre girişimci olmak için gerekli olan özelliklere daha yüksek oranda sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca ailesinde girişimci olanların girişimcilik konusunda daha eğilimli olarak tespit edilmişlerdir. Sonuç olarak işletme öğrencileri biraz da doğal bir sonuç olarak aldıkları muhasebe ve finansman derslerini girişimcilik açısından daha yeterli görmüşlerdir.</i>	E	(+)
38	<i>Araştırma bulgularına göre öğrencilerin %35'lik kısmı mezuniyet sonrası kendi işlerini yapmak istemektedirler. Araştırmada cinsiyet açısından girişimcilik eğilimleri arasında bir farklılık bulunmamıştır. Araştırmacı genelde diğer araştırmalarda kadınların girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olarak tespit edildiğini iddia etmiştir. Ancak araştırmada kız öğrencilerin daha dışa dönük oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca bu örnek üzerinden, girişimcilik dersi alanlar ile almayanlar arasında girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Ayrıca araştırmacı, pazarlama programı öğrencilerinin dışa dönüklük açısından daha öncü olduklarını tespit etmiştir (Halkla ilişkiler öğrencilerinden).</i>	E	
39	<i>Araştırmada öğrencilerin astrolojik burçları üzerinden analizler yapılmıştır. Tüm burçlarda yenilikçilik en önemli girişimcilik özelliği olarak değerlendirilmiştir. Boğa, oğlak ve yengeç burçları için "cesaret" boyutu da öne çıkmıştır. Hem kız hem de erkek öğrencileri için girişimcilik konusunda en önemli konu "sermaye" olarak ortaya çıkmıştır. Cinsiyete göre girişimcilik için "hangisi kilit konumdaki beceri değildir?" sorusuna hem kız hem de erkek öğrencilerin %59'u, "tek başına işletmenin işlerini yürütmek" cevabını vermişlerdir. Pazarlama ve satış ise en kilit beceriler olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin %52'si on yıl sonrasının planlarını yaptığını iddia ederken, kısa vadeli plan yaptıklarını ifade edenlerin oranı %24 olarak belirlenmiştir. Öğrenciler arasında "uzun vadeli planlarım var ama nasıl yapacağımı bilmiyorum" diyenler %17'dir. Öğrencilerin %7'si ise bu soruya "günlük yaşarım" cevabı vermiştir.</i>	H	
40	<i>Araştırmaya göre herhangi bir girişimcilik dersi almamış kız ve erkek öğrencilere yöneltilen öğrencilere yöneltilen ilk beş açık uçlu soruya verilen yanıtlar</i>	E	(+)

	<p><i>ilginçtir. Zira araştırmaya dâhil edilen öğrencilerin hiçbiri açık uçlu, "girişimcilik ne demektir?" ve "girişimcilik tanımını yazınız" sorularına yanıt verememiştir. Örneklem içinde 576 öğrenciden sadece üçü girişimcilik hakkında bir kitap aldıklarını ancak "daha ellerine ulaşmadığım" belirtmişlerdir... Öğrencilerin içindeki "Türkiye'nin genç ve gündemdeki girişimcisi kimdir?" sorusuna %56 oranında Acun Ilıcak, %24 oranında ise Ali Ağaoğlu yanıt alınmıştır. Girişimcilik anketi sonuçlarına göre ise ankete katılanların %50'si girişimcilik sınırı altı olarak ifade edilen puanın altında puan almışlardır. Katılanların %10'u girişimcilik düzeyinde öğrenci ve %40'lık kısmı ise potansiyel girişimci öğrenci olarak tespit edilmiştir. Eğer girişimcilik eğitimi yoksa girişimcilik konusunda farkındalığın da oluşmadığı tespit edilmiştir.</i></p>		
41	<p><i>Araştırma bulgularına göre öğrencilerin %87'si bir kariyer planına sahip şeklinde tespit edilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik düzeyleri orta ağırlıklı olarak tespit edilmiştir (0,3240). Öğrencilerin %53,8'i Kamu sektörünü, %35,9'u özel sektörü ve %10,2'si ise kendi işini kurmayı tercih edeceklerini açıklamışlardır. Çalışmaya göre bir kariyer planı olduğunu ifade edenler ile etmeyenler arasında girişimcilik eğilimi açısından herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. Ayrıca kariyer planı olarak kamu, özel ya da kendi işini kurmak gibi kariyer tercihleri olduğunu ifade edenler arasında da girişimcilik eğilimlerinin düzeyi açısından bir farklılık tespit edilememiştir. Kız ve erkek öğrenciler arasında girişimcilik eğilimleri açısından farklılık tespit edilmiştir. Kız öğrencilerin ortalaması erkek öğrencilere göre daha yüksektir. Ayrıca birinci ve ikinci eğitim öğrencisi olmanın girişimcilik eğilimleri açısından anlamlı fark yaratan bir etken olmadığı tespit edilmiştir. Yaşları 21 ve üzeri öğrencilerin girişimcilik eğilimi ortalamaları daha yüksektir. Son olarak öğrencilerin 1. ya da 2. sınıf olması da girişimcilik eğilimi ortalamalarını etkilememiştir.</i></p>	E	
42	<p><i>Araştırmada elde edilen bulgular; girişimcilik düzeyleri ile yaş değişkeni arasında yaşlar arası bir farklılık tespit edilmemiştir; Cinsiyet ve girişimcilik düzeyi arasında farklılık tespit edilmemiştir; Öğrenim görülen MYO ile girişimcilik düzeyi arasında bir ilişki yoktur. Okullar arasında farklılık oluşmamıştır; Girişimcilik düzeyi ile okunulan sınıf arasında ilişki ve dolayısıyla farklılık yoktur. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ve aldıkları girişimcilik dersleri değişkeni arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Girişimcilik ders alan öğrencilerin girişimcilik düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. Ve son olarak öğrenim görülen bölümler ile girişimcilik düzeyleri arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Eğitim alınan bölümün girişimcilik düzeyi açısından bir farklılık yaratmadığı tespit edilmiştir.</i></p>	E	(+)
43	<p><i>Araştırmada elde edilen bulgulara göre çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik eğilimi sergiledikleri tespit edilmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre girişimcilik eğilimi ile girişimci kişilik özelliklerinden risk alma, başarıya ihtiyacı duyma, kontrol odağı, belirsizliğe tolerans faktörleri arasında pozitif, orta düzeyde anlamlı, yenilikçilik ve kendine güven girişimci kişilik özellikleri ile ise pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre ise kişilik özelliklerinden güven faktörü hariç diğer faktörlerin girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Kontrol odağının girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin sebebi olarak, turizm otelcilik okuyan öğrencilerin aldıkları meslek derslerini uygulamalı görmeleri ve "kendilerine güven" geliştirmeleri görülmüştür. Öğrencilerin, yaptıklarının sonuçlarını uygulamalı dersler vasıtasıyla görebilmelerinin bu farkı yarattığı düşünülmüştür.</i></p>	E	(+)
44	<p><i>Araştırma ile çalışmaya katılan öğrencilerin %51,5'nin kamuda bir kariyer istediği, %48,5'lik kısmının ise sağlık ve hizmet sektöründe girişimci olmayı arzuladıkları tespit edilmiştir. Çalışmada az farklılıklarla her iki üniversite öğrencilerinin verdikleri yanıtların benzer çıktığı görülmüştür. Örneğin kariyer faktörü ortalaması Kırklareli'nde 1,81 iken Batı Karadeniz Üniversitelerinde 1,78 çıkmıştır. Çalışma bağlamında ele alınan kariyer, özgüven ve hurs faktörleri bağlamında bölgelere göre farklılık tespit edilmemiştir. Öğrenciler bağlamında farklı üniversitelerde öğrenim görüyor olmanın girişimcilik bakış açısından farklılık yaratmadığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde cinsiyet unsurunun girişimcilik bakış açısında farklılık yaratmadığı görülmüştür. Çalışmada öğrencilerin özgüven olarak yüksek çıkmalarına rağmen kamuda kariyer istemeleri ilginçtir.</i></p>	E	
45	<p><i>Öğrenciler girişimcilerden öğrenilen bilgilerle geliştirilen girişimcilerin özellikleri önermelerine katılmakla birlikte, girişimcilik dersi veren akademisyenlerin daha yeterli düzeyde olmasını, derslerin girişimci özellik kazandırmaya yönelik olmasını, derslere başarılı girişimcilerin davet edilmesini beklemektedirler.</i></p>	E	
46	<p><i>Araştırmaya göre girişimcilik niyetlenme erkek ve kız öğrencileri arasında %37,5-%36 düzeyindedir. Aralarında bir fark yoktur. Çalışma bulgularına göre girişimcilik dersleri öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini algılarını etkilemekte ve bu yönde kariyer yapmaları için destekleyici olmaktadır.</i></p>	E	(+)
47	<p><i>Araştırmada mezuniyet sonrası kendi işini kurmak isteyenlerin oranı %35,3 olarak tespit edilmiştir. Çalışmada girişimcilik eğitimi alanlar ile almayanlar</i></p>	E	

	<i>arasında girişimcilik eğitimi açısından fark bulunmamıştır. Alınan girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimine bir katkı vermediği tespit edilmiştir. Yapılan çalışma ile girişimcilik eğitimi alanlarla almayanlar arasında girişimcilik eğilimi açısından bir fark olmadığı bulunmuştur. Ancak yapılan regresyon analizinde her bir eğitim elementinin, diğer eğitim elementlerini kısmen de olsa etkilediği bulunmuştur. Diğer bir deyişle, öğrencilerin araştırmada vurguladıkları eğitim faktörlerinin, eğitim sürecinde dikkate alınmasının girişimcilik eğilimini kısmen de olsa etkileyeceği tespit edilmiştir.</i>		
48	<i>Araştırmada ilk olarak girişimcilik dersi alanlar ve almayanlara girişimcilik kariyerine yönelim açısından bakılmıştır. Bu çalışma sonucunda girişimcilik dersi alanlarda girişimcilik kariyerine yönelim %57,7, özel sektör %21,15 ve kamu %21,15 çıkmıştır. Almayanlarda ise Girişimcilik %31,7 Kamu %53,66 ve özel %14,64 çıkmıştır. Kızlar, erkek öğrencilere göre girişimcilik kariyerine daha yüksek oranda yönelmektedirler. Girişimcilik dersi alanlarda kız öğrencilerde girişimcilik kariyerine yönelme %60 iken erkeklerde %40 olarak tespit edilmiştir.</i>	E	(+)
49	<i>Araştırmada cinsiyetin, başarıya ihtiyacı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizlik toleransı, kendine güven ve yenilikçilik boyutlarında ise anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Öğrenci ailelerinin ekonomik durumları ile sadece kendine güven boyutu arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir.</i>	H	
50	<i>İki farklı üniversitede yürütülen araştırmada öğrencilerin ÇÜ'de %8'i, ADÜ'de %15,2'si "ileride kendi işlerini kurmak" istediklerini belirtmişlerdir. Üniversitelerde daha önce girişimcilik dersi alanların oranı %10,9 olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin önemli bir kısmı eğer gerekli eğitim ve maddi destek görürlerse kendi işlerini kurmak istediklerini belirtmişlerdir (%85). Destekle birlikte kendi işini kurarım diyenlerin oranı ADÜ'de ÇÜ'den daha yüksektir.</i>	E	(+)
51	<i>Araştırmada alınan eğitim alanına göre girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar, girişimciliğe yönelik tutum, girişimciliğe yönelik imkânlar, algılanan destekleyici faktörler, alt boyutlarında, fen bilimleri alanında eğitim görenlerin eğitim bilimleri ve sağlık bilimleri alanlarında eğitim görenlere göre daha katılımcı görüş bildirmiş olmalarından kaynaklanmıştır. Algılanan üniversite çevresi risk alma ve değişim eğilimi ve algılanan eğitsel faktörler alt boyutlarında bölümler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır.</i>	E	(+)
52	<i>Araştırma bulgularına göre Turizm öğrencilerinin çok büyük bir kısmının gelecekte kendi işlerini kurmak istedikleri tespit edilmiştir. Cinsiyet bağlamında "kararlılık" ve "yenilikçilik" boyutlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ancak tüm girişimci kişilik özellikleri boyutlarında kadınların erkeklere oranla bir adım önde oldukları tespit edilmiştir. İstatistiki olarak anlamlı farklılıklar olmasa da aritmetik olarak kadınlar erkeklere göre daha yüksek ortalamalara sahip çıkmışlardır. Bu sebeple araştırmacı, "kadınların girişimci özellikler bakımından erkeklerden daha önde oldukları" tespitini yapmıştır; Ön lisans ve lisans öğrencileri arasında "başarıya arzusu" ve "kararlılık" boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ön lisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine oranla başarıya arzusu boyutunda daha fazla güdüye sahip oldukları ve daha kararlı bir kişilik özelliğine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu durum yabancı literatürde de tespit edilen bir durum olarak ilginçtir. Daha düşük seviyede eğitim, MYO öğrencileri açısından daha motive edici bir durum yaratmaktadır. Çalışmada "öğrenim görülen sınıf açısından farklılık var mı?" diye bakıldığında ise, "başarıya arzusu" ve "kararlılık" boyutlarında yine gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Başarıya ihtiyacına en fazla sahip olan grup 2. sınıflar, en düşük gruplar ise 4. sınıflar olarak tespit edilmiştir. Öğrenim hayatının sonuna doğru girişimcilik eğiliminin azalması enteresan bir sonuç olarak literatürle de ters düşmektedir.</i>	E	(-)
53	<i>Çalışmaya göre erkek öğrencilerde "yüksek girişimcilik" düzeyi tespit edilmiş olmakla birlikte istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Yaş grupları açısından da girişimcilik düzeyi açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Çalışmaya katılan öğrencinin ailesinde kaç çocuk olduğu değişkeni girişimcilik düzeyi açısından bir farklılık yaratmamıştır. Öğrencinin ailesinin ikamet ettiği yer girişimcilik düzeyi üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Ancak okunulan bölüme göre girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre MYO bünyesindeki bankacılık ve sigortacılık bölümü en girişimcilik düzeyi sahip olarak çıkmıştır. Bu bölümü sırasıyla büro yönetimi, dış ticaret ve son olarak da işletme yönetimi bölümü takip etmiştir. Ancak işin ilginç tarafı işletme yönetimi ve dış ticaret bölümünde girişimcilik dersi öğrenciler tarafından alınırken, bankacılık ve sigortacılık ile büro yönetimi bölümleri bu dersleri almamaktadırlar. Ancak bu noktada belirtilmesi gereken; Bankacılık ve sigortacılık bölümünün sınavsız olarak öğrenci almadığı, merkezi yerleştirme ile öğrenci kabul ettiğidir.</i>	E	(+)
54	<i>Araştırmada üçüncü sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ortalaması, birinci ve ikinci sınıf öğrencilerine göre daha yüksek olarak tespit edilmiştir. Araştırma bulgularında öğrencilerin; yaş, kardeş sayısı, babamın çalıştığı sektör, 1 milyon TL'yi</i>	E	(+)

	<i>kullanma alanı ve daha önce girişimcilik faaliyetinde bulunma değişkenleri ile girişimcilik eğilimleri arasında istatistikî açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Kariyer planları, iş tecrübesi, girişimcilik eğitimi alma değişkenlerine göre öğrencilerin girişimcilik eğilimleri arasında farklılık tespit edilmiştir.</i>		
55	<i>Mersin Üniversitesi İİBF’de okuyan öğrencilerin girişimcilik niyetleri ile ailesel faktörler arasında ilişki olup olmadığını inceleyen bu çalışmada, girişimci kişiliğe sahip olduğunu düşünen öğrenciler ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Ailede ve yakın çevrede girişimci olması ile öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.</i>	H	
56	<i>Araştırmada mesleki girişimcilik skorları ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilirken diğer demografik unsurlarla ilişki tespit edilememiştir (cinsiyet, yaş, aile nüfusu, anne ve babanın eğitim düzeyi ve mesleki durumu). Veterinerlik fakültesi öğrencileri “mesleki girişimcilik” konusunda verilen eğitimi yetersiz gördüklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmada ortalama girişimcilik skoru 25,93 bulunmuştur (Min 9, max 36). Öğrencilerin %64’nün “kendini kurma” düşüncesinde olduğu belirlenmiştir. Kendi işini kurmak isteyenlerin girişimcilik skoru kendi işini kurmak istemeyenlere göre daha yüksek bulunmuştur. Öğrencilerin ailelerinin gelirleri ile de girişimcilik skorları arasında da ilişki tespit edilmiştir.</i>	E	
57	<i>Araştırma bulgularına göre üniversiteye giriş puan türü açısından girişimcilik eğilimleri açısından farklılık tespit edilmemiştir. Okunulan bölüm ve cinsiyet açısından da anlamlı bir farklılık yoktur. Ailenin yaşadığı yer ise girişimcilik eğilimi açısından farklılık yaratmıştır. Öğrencilerin kariyer hedefleri de girişimcilik eğilimi açısından farklılık yaratmaktadır. Bu başlıkta anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Öğrencilerin birinci derece yakınlarında girişimci olması girişimcilik eğilimini arttırmaktadır. Son olarak girişimcilik dersi almak ve girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Eğitim süresinde bir işte çalışmak girişimcilik eğilimlerini etkilemektedir. Bir işte çalışanların girişimcilik eğilimleri ortalamaları daha yüksek olarak tespit edilmiştir.</i>	E	
58	<i>Araştırmanın öğrencilerin girişimcilik düzeylerine ilişkin bulgularında, öğrencilerin %31,6’sı “çok yüksek girişimcilik”, %53,2 “yüksek Girişimcilik”, %14,3’ü “orta düzey girişimcilik” ve %0,9’u ise “düşük düzey” girişimcilik olarak ölçülmüştür. Yine araştırma bulgularına göre; öğrencilerin daha önce çalışmış olmaları ile girişimcilik düzeyleri arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler arasında sektör deneyiminin artmasının girişimcilik düzeyini arttırdığı tespit edilmiştir. Bunun yanında öğrencilerin girişimcilik düzeyleri ile yaş, öğrenim gördükleri sınıf ortalaması, aylık gelir düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir</i>	E	
59	<i>Araştırmada öğretmen adaylarının girişimcilik eğilimi puanı 137,59 ile “yüksek girişimcilik” olarak tespit edilmiştir. Cinsiyet açısından anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Öğretmen adaylarının 1. ve 4. sınıf olmalarının onların girişimcilik eğilimlerinde bir fark yaratmadığı tespit edilmiştir. Ek olarak mezun olunan liseye göre de girişimcilik eğilimleri açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Çalışmada öğrencinin geliri arttıkça girişimcilik eğilimi ortalamasının da arttığı tespit edilmiştir.</i>	E	
60	<i>Araştırmaya katılanların %31,1’i, “düşük ve orta”, %54,8’i “yüksek” girişimcilik eğilimli ve %14,1’i ise “çok yüksek” girişimcilik eğilimli olarak tespit edilmiştir. Araştırmada işletme öğrencileri arasında “çok düşük” girişimcilik eğilimine rastlanılmamıştır. İşletme öğrencilerinin girişimcilik düzeyi genel olarak yüksek iken, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencilerinin daha yüksek ortalamalara sahip olduğu, onları SDÜ ve AÜ öğrencilerinin izlediği görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre erkekler kız öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik eğilimine sahiptirler. Kız öğrencilerin %66,9’u “yüksek ve çok yüksek” girişimcilik eğilimi gösterirken bu oran erkeklerde %72,2 olarak gerçekleşmiştir. Araştırmaya göre öğrencilerin yaşları ilerledikçe, yaşam tecrübeleri arttıkça girişimcilik eğilimlerinin azaldığı tespit edilmiştir.</i>	E	(+)
61	<i>Çalışma bulgularına göre bir eğitim dönemi boyunca verilen girişimcilik temelli ders sonucunda öğrencilerin girişimci bir kariyeri tercih etme eğilimlerinde yaklaşık %100 oranında bir artış tespit edilmiştir. Odak grup çalışmaları ile de desteklenen bu veriye göre kariyer tercihi olarak girişimciliği istediğini belirten öğrencilerin ders dönemi boyunca gerçekleştirilen odak grup çalışmalarında da yüksek skorlar elde edecek biçimde girişimci özellikler sergiledikleri tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre girişimcilik temelli derslerin öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerine önemli etkileri vardır.</i>	E	(+)

Çalışmada ele alınan araştırmalarda, üniversite eğitiminin ya da daha özde girişimciliğe vurgu yapan eğitim tasarımlarının sonuçlarının, öğrencilerde tespit edilip edilemediğine ve girişimcilik özelliklerine olumlu ya

da olumsuz etki edip etmediğine bakılmıştır. Araştırmalar, hep bu soru temelinde incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

5. Sonuç

Çalışmada kapsamında 61 araştırma, bulguları bakımından değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen bulguların değerlendirilmesi, girişimcilik eğitimi ile ilgili önemli ipuçları sağlamıştır. Çalışmaların sonuçlarına göre “*girişimciliğe özel*”, hatta onun da öncesinde ilişkili ya da az ilişkili bir eğitim almanın dahi, girişimcilik açısından önemli farkları ortaya çıkarabildiği görülmüştür. İster lisans, ister ön lisans düzeyinde olsun, girişimcilik üzerine eğitim almanın ya da verilen eğitim içerisinde örtülü de olsa girişimcilik konusunun işlenmesinin her halukarda farklılık yarattığı, incelenen araştırmalarda tespit edilmiştir. Ancak bu duruma yapılan araştırma bulgularından ulaşabilmek, doğrudan verilen bulguların yanında çok dolaylı bağlantıların okuyucu tarafından çıkarılması da gerektirebilmektedir. İncelenen araştırmaların öğrenciler ve girişimcilik özellikleri konusunda pek çok örtük bilgiyi içerdiğini belirtmek önemlidir.

Fakültelerin, okulların ve hatta bölümlerin ders tasarımları birbirinden oldukça farklı olabilmektedir. Buna rağmen ülkemizdeki araştırmaların büyük çoğunluğunda, öğrencilerimizin neredeyse tamamının girişimcilik düzeylerinin, “*yüksek girişimcilik*” olarak çıkması anlamlıdır. Lisans, ön lisans, sosyal bilim ya da fen alanında okuyan ayrımı olmaksızın öğrencilerimizin geliştirilmiş ölçekler bağlamında yüksek girişimcilik özelliklerine, eğilimleri sahip olması verilen eğitimlerden ziyade sosyal özelliklerimiz ile açıklanabilir bir durum olarak düşünülmelidir. Peki verilen bu eğitim sonrası ya da davranışa dönük olarak görünüm nasıldır? Bu soruya cevap olarak belirtilmelidir ki, kariyer alanına ilişkin istekler ne olursa olsun durum, uygulamaya, davranışa gelince biraz farklılaşmaktadır. Öğrencilerin çoğunluğunda lisans, ön lisans, sosyal bilimci, fen bilimci, devlet ya da vakıf üniversitesi olmaksızın, girişimci özellik ve algıya da sahip olsalar maaşlı bir işte çalışma arzusunun yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum da bize girişimcilik açısından kullanamadığımız, geliştiremediğimiz bir yönümüzün olduğunu göstermektedir. Bu durum da önemli bir meseledir. Zira araştırma bulguları ile elde edilen yüksek girişimcilik düzeyi skorlarının bir girişimcilik çabasına yönlendirilmediği takdirde çok bir önemi kalmamaktadır. Öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin artırılması, kariyer tercihlerinde öncelikli olarak kendi işlerini kurma, girişimci olma arzularının ön plana çıkması gerekmektedir. Araştırmalar incelendiğinde tüm araştırmacıların bu konuya vurgu yaptığı görülmektedir.

Bu arada çalışmalara, belirli düzeylerde eleştiriler getirmek de yerinde olacaktır. Bazı çalışmalarda araştırma ile tasarlanan amaçlara ulaşmak için tüm süreçlerin “*az özenli*” olarak yürütüldüğü dikkat çekmektedir. Çalışmanın örnekleminin seçiminden, büyüklüğüne, kullanılan ölçeğin seçiminden,

anketlerin uygulanmasına kadar pek çok tercih, ortaya çıkan sonuçları etkiler görünmektedir. Araştırmaların daha incelikli gerçekleştirilmesi, bazı çalışmalarda elde edilen “*mantık hatası*” niteliğindeki sonuçları ortadan kaldıracak ve değerlendirmeleri daha sağlıklı veriler üzerinden yapabilmemizi sağlayacaktır. Örneğin, girişimcilik temelli eğitim veren bir fakültenin ilgili bölümünde, birinci sınıf öğrencilerinin, dördüncü sınıf öğrencilerine göre daha yüksek girişimcilik eğilimine sahip çıkması, nereden bakılırsa bakılınsın “*araştırmanın en başına dönülmesini*” zorunlu kılacak bir durum olarak değerlendirilmiştir. Zira eğitim denilen olgunun varsayımsal süreci ortadayken, eğitim hayatının başındaki öğrencinin, herhangi bir eğitim konusunda, eğitim süresinin sonuna gelmiş öğrenci grubuna kıyasla “*daha ileride*” çıkması nereden bakılırsa bakılınsın imkansızdır. Hele hele hiç girişimcilik eğitimi almamış öğrencilerin, almış olanlardan yüksek skorlara sahip olması, üzerinde çok çok düşünülmesi gereken bulgulardır. Ancak yine de bu sonuçların, eğitimin kalitesi ve tasarımından ziyade ölçme hatalarından kaynaklandığını düşünmek daha yerinde olacaktır. Zira doğrudan bu elden edilen bulgulara yoğunlaşırsak tüm eğitim sistemimizi yeni baştan tasarlamamız gerekebilecektir. Belki de yapılması gereken de budur...

Ayrıca bulgularda yine oldukça ilginç tespitler yer almaktadır. Örneğin ön lisans eğitimi alan öğrencilerin yüksek girişimcilik özelliklerine sahip çıkmaları ve hatta bazı durumlarda lisans okuyan öğrencilere göre de yüksek değerlere sahip çıkmaları anlamlı ve önemlidir. Benzer durumların, mezunlarının iş bulmakta zorlandığı okulların mezunlarında da olduğu tespit edilmiştir. Örneğin Orman Fakülteleri öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bir araştırma, öğrencilerdeki yüksek girişimci özellikleri ortaya koymuştur. Bu durumun, verilen eğitimden ziyade mezuniyet sonrası şartların getirdiği bir sonuç olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Mezuniyet sonrası kamuda ve özel sektörde aradığını bulamayacağını düşünen öğrencilerin mezuniyet sonrası, seçeneklerin darlığından dolayı, “*bir çıkış yolu*” bulma çabasına girdikleri açıktır. Ancak idari bilimler okumanın, özellikle de işletme gibi bir alanda eğitim almanın öğrencilerin girişimcilik farkındalıklarında önemli bir değişken olduğunu da belirtmek gerekir. Karşılaştırmalı araştırmalar bu gerçeği ortaya koymuştur. Araştırmalar verilen eğitimin bir şekilde öğrencilerin girişimcilik özelliklerine katkı sağladığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, işsizlik denilen çağımızın büyük sosyal problemine çözüm getirebilmek için, iş bulmak konusunda çeşitli nedenlerle dezavantajlar taşıyan okullara, girişimcilik eğitimi adına daha fazla yatırım yapılması büyük fayda yaratabilecektir. Bu yatırımlar orta vadede olumlu sonuçlarını hızla gösterecektir. Eğitim kurumlarının öğrencilerinin, girişimcilik noktasında motive durumda olmaları, çabaların sonuçlarının daha hızlı görülmesini sağlayacaktır.

Demografik özellikler üzerinden öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ele alan araştırmalarda ise, bu değişkenlerin araştırmadan araştırmaya farklı sonuçlar verdiği görülmüştür. Bazı çalışmalarda cinsiyet değişkeni bağlamında

kız öğrencilerin erkeklere göre girişimcilik eğilimleri yüksek çıkarken bir kısmında da erkek öğrenciler daha yüksek değerlere sahip çıkmıştır. Anlaşılmaktadır ki eğitim alınan konuya göre bu değişkenin etkisi farklı olabilmektedir. Örneğin orman fakültelerinde erkek öğrenciler, alınan eğitimin ve okul sonrası çalışma koşullarının özelliklerinden dolayı daha girişimci özelliklere ya da eğilimlere sahip çıkarken, ön lisans eğitimi alan öğrencilerde ise kız öğrencilerin daha girişimci olduklarına ilişkin bulgulara rastlanabilmektedir. Her eğitim kurumu kendi niteliklerine göre girişimcilik noktasında mezunlarına farklı farklı etkiler yaratabilmektedir. Bu da eğitim alınan okulun mezuniyet sonrası kariyer olanaklarının bir şekilde öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine yansıdığını ortaya koymaktadır. Aynı şekilde yaş değişkeninde de, bazı okullarda yaş ilerledikçe, okunulan sınıf yükseldikçe (eğitim alınan yıl arttıkça) girişimcilik eğilimi artarken bazılarında ise gerileme olarak yorumlanabilecek bulgular olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, verilen eğitimin kalitesi, öğrenci üzerinde yarattığı motivasyon vb. unsurlara bağlanabilecek durumlar olarak değerlendirilmiştir. Araştırmaları bu sebeple yürütüldüğü eğitim alanı bağlamında ele almanın daha anlamlı görülmüştür. Bunun yanında öğrencinin ebeveynlerinin girişimci ya da memur olmasının girişimcilik eğilimleri bağlamında genelde etkili olduğu görülmüştür. Alınan eğitimden bağımsız bir değişken olarak bu başlık, üzerinde özellikle çalışma yürütülebilecek bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Girişimciliğe yönelik ders tasarımlarında öğrencilerin cinsiyet, aile özellikleri, gelirleri, yaşları vb. demografik özelliklerine odaklanmış çabaların onların girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesinde daha olumlu çıktılar sağlayabileceği değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına ilişkin, üniversitelerde girişimcilik düzeyini yükseltmek için özellikle de girişimcilikle alakalı derslerin işlenişinde uygulamaya dönük çabaların artırılması, öğrencilerin başarılı girişim ve girişimcilerle buluşturulması, öğrencilerin kişilik ve demografik özelliklerine özel tasarlanmış derslerin oluşturulmasının, onların gelecek hedeflerinin belirlenmesi ve farkındalık yaratılmasında büyük önem arzedebileceği görülmüştür. Pek çok araştırma ders tasarımlarına dönük olarak, öğrencilerin staj, uygulama dersleri vb. etkisiyle uygulamalı eğitim almayan öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik eğilimlerine sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Özellikle de ön lisans/lisans fark etmeksizin, staj dersleri olan, meslek yüksek okulları, uygulamalı bilimler yüksek okulları, turizm otelcilik yüksek okullarında okuyan öğrencilerin, uygulamaya dönük derslerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinde olumlu etkiler yarattığı görülmektedir. Bu nedenle öğrencilerin eğitim hayatları esnasında zorunlulukla da olsa iş yaşamı ile temas etmelerinin, onların girişimci farkındalıkları üzerinde önemli rol oynayacağını iddia etmek, araştırmalarca da ortaya konulmuş bir tespittir.

Elbette çalışmada incelenen araştırmaların bulguları üzerinden bazı öneriler yapmak da çok önemlidir. Özellikle araştırmaları gerçekleştiren araştırmacıların da vurguladığı üzere üniversitelerde, girişimcilik konusuna

daha fazla dersle, yaklaşımla eğilinmesi gerekliliği önemlidir. Zira öğrencilerin, genç insanların, kolayca tetiklenebilir seviyede girişimcilik temel özelliklerine sahip oldukları ortadadır. Burada üzerinde çalışılması gereken konu, kariyer konusunda sadece devlet ve özel sektör seçeneklerinin olmadığı konusunda doğru, rasyonel yönlendirmelerle ikna edilmeleridir. Bunu yaparken girişimcilik konusuna özel tasarlanmış derslerin, eğitsel dökümanların ve uygulamaya dönük çabaları destekleyen çalışmaların artırılması gerekmektedir. Ders tasarımı ile ilgili çabaların dışında başarılı girişimcilerin öğrencilerle buluşturulmasının da çok önemli olduğu ortadadır. Başarılı olmuş insanların rol model olmak konusunda genç insanlar nezdinde oldukça yüksek etki gücü vardır. Dolayısıyla öğrencileri ders tasarımları içinde başarılı girişimciler ve girişimleriyle tanıştırmak oldukça anlamlı olacaktır. Ayrıca öğrencilerin, girişimci olmak konusunda sahip olması gereken yönlerini geliştirici derslerin de ders programlarına konulması gerekmektedir. Zira girişimcilik sadece bir ders tasarımı üzerinden yürütülmekten ziyade topyekün eğitim sürecini kapsayacak biçimde süreçlere dahil edilmesi gereken bir başlık durumundadır. Yaratıcılık, araştırma yöntemleri, yenilikçilik, pazarlama, yönetim, yabancı dil eğitimi vb. konuların girişimcilik konusuna hizmet edecek biçimde yeniden tasarlanarak üniversitelerde ders olarak bu amaca dönük olarak yeniden oluşturulmaları gerekmektedir.

Sonuç olarak gelişen ekonomik ve sosyal değişimler insanların kariyer yollarını her geçen gün daraltırken girişimciliğin pek çok sosyal soruna önemli oranda fayda vereceğini iddia etmek yanlış olmayacaktır. Bu nedenlerle insanımızın girişimcilik eğilimlerini, özelliklerini, niyetlerini arttıracak çabaların, devlet, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve bireysel düzeyde sarfedilmesi çok önemlidir. Bu alanlarda gerçekleştirilen girişimci yaratmaya yönelik çabaların kolay kolay karşılıksız kalmayacağı ortadadır.

Kaynakça

- AKAN, B., ERGAN, S., KÜÇÜKALTAN, D. (2013), “*Meslek Yüksekokulları Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıları ve Tekirdağ İlinde Bir Uygulama*”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 645-658.
- AKÇAKANAT, T., MÜCEVHER, M. H. ve ÇARIKÇI, İ. H. (2014), “*Sözel, Sayısal ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: SDÜ Örneği*”, AKÜ İİBF Dergisi, 16(2), 137-153.
- AKIN, A. ve ZOR, İ. (2009), “*İşletmecilik Eğitiminin Bireyin Girişimci Niteliklerinin Geliştirilmesine Etkileri*”, “İş, Güç” Endüstriyel İlişkileri ve İnsan kaynakları Dergisi, 11(1), 113-138.
- AKKAYA, D. T., YILDIZ, E. ve AKIN, Y. (2014), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Yalova Meslek*

- Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama*”, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(8), 108-122.
- AKYÜZ, K. C., GEDİK, T., AYDIN, A. ve diğerleri (2009), “*Orman Fakülteleri Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Tercihleri ve Girişimcilik Yetenekleri*”, Uluslararası İktisadi ve İdari Çalışmalar Dergisi, Yıl: 2, 1(3), Yaz, 139-157.
- ARACI, M. (2013), “*Öğrencilerin Bireysel Kariyer Planlarının Varlığı ve Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma*”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 591-604.
- AYTEKİN, S. ve SAKARYA, Ş. (2013), “*Girişimciliğin finansmanı ve Balıkesir İİBF Öğrencileri Tarafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma*”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 353-370.
- AVŞAR, M. (2007), *Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- BALABAN, Ö. ve ÖZDEMİR, Y. (2008), “*Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği*”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt (32), 133-148
- BAŞOL, O., DURSUN, S. ve AYTAÇ, S. (2011), “*Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama*”, “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 13(4), 7-22.
- BİLGE, H. ve BAL, V. (2012), “*Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(16), 131-148.
- BOZ, M. ve TÜKELTÜRK, Ş., A. (2013), “*Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 271-292.
- BOZKURT, Ö., ASLAN, Z. ve GÖRAL, M. (2011), “*Yükseköğretimde Verilen Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğitimine Etkisi*”, Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar, 27-29 Mayıs, İstanbul, 2(7) 822-833.
- BOZKURT, Ö. ve ALPARSLAN, A., M. (2013), “*Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri*”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 8-28.
- BOZKURT, Ö. ve ERDURUR, K. (2013), “*Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma*”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.

- CAN, M. F. (2014), “*Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Potansiyeli ve Eğilimlerinin Analizi: Mustafa Kemal Üniversitesi Örneği*”, YYU Veteriner Fakültesi Dergisi, 24(3), 81-86.
- CANBAZ, M., ÇANKIR, B. ve ÇEVİK, E. (2013), “*İşletme ve Muhasebe Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesinde Bölgesel Farklılık Etkisi*”, Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi, 1(3), 229-248.
- CANSIZ, E. (2007), *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Üzerine Bir Çalışma*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- ÇELİK, A., İNCE, M. ve BOZYİĞİT, S. (2014), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma*”, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Ekim, 7(3), 113-124.
- ÇETİN, M. (2013), “*Erzincan Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı ve Girişimcilik Profili*”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 570-590.
- ÇİÇEK, R. ve DURNA, U. (2012), “*Meslek İdealleri ve Girişimcilik Niyetleri*”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(17), 17-31.
- DOĞANER, M. ve ALTUNOĞLU, A. E. (2010), “*Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri*”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2), 103-110.
- DURAN, C., BÜBER, H. ve GÜMÜŞTEKİN, G. (2013), “*Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksek Okulu Makine Programı Örneği*”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(2), 33-56.
- EYSENCK, H. J. ve EYSENCK, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire (Junior and Adult)*, Kent, UK: Hodder & Stoughton.
- FAİZ, E. (2013), “*Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenebilmesine Yönelik Bir Araştırma: Gölyaka Meslek Yüksekokulu Örneği*”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 401-416.
- GÜNEY, S. (2008), *Girişimcilik: Temel Konular ve Bazı Güncel Kavramlar*, Ankara: Siyasal Kitabevi, Genişletilmiş 3. Baskı.
- GÜRBÜZ, H. (2008), “*Girişimcilik Eğilimiyle İlişkili Faktörlerin Belirlenmesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Öğrencilerinde Bir Uygulama*”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 7-10 Mayıs, Bişkek, 485-493.

- GÜROL, Y. ve ATSAN, N. (2006), “*Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students*”, *Education+Training*, 48(1), 25-38.
- HESHMATOLLAH, S. (2011), “*Entrepreneurial Capacity of University Student, Bu Ali Sina University (Iran)*”, *Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar*, 27-29 Mayıs, İstanbul, 2(8), 725-731.
- İBİCİOĞLU, H., TAŞ, S. ve ÖZMEN, İ. (2010), “*Üniversite Eğitiminin Girişimcilik Düşüncesinin Değişimine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*”, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 53-74.
- İPÇİOĞLU, İ. ve TAŞER, A. (2009), “*İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri*”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(10), 13-25.
- İRMİŞ, A. ve BARUTÇU, E. (2012), “*Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması*”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 1-25.
- İŞCAN, Ö. ve F., KAYGIN, E. (2011), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443-462.
- KARABULUT, T. (2009), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*”, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(1), 331-356.
- KELEŞ, H. N., ÖZKAN, T. K., DOĞANER, M., ve diğerleri (2012), “*Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5(9), 107-118.
- KICKUL, J. ve D'INTINO, RS. (2005), “*Measure for Measure: Modeling Entrepreneurial Self-Efficacy onto Instrumental Tasks Within the New Venture Creation Process*”, *New England Journal of Entrepreneurship*, 8(2), 6, 1-9.
- KILIÇ, R., KEKLİK, B. ve ÇALIŞ, N. (2012), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği*”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 423-435.
- KOÇAK, O. ve KAVİ, E. (2010), “*Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri: Yalova ve Kadir Has Üniversitelerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Araştırma*”, *Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma- Girişimcilik Sempozyumu*, 1-2 Ekim, İğneada-Kırklareli, 175-189.

- KOH, H. C. (1996) "*Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students*", Journal of Managerial Psychology, 11(3),12 - 25
- KORKMAZ, O., (2012), "*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği*", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, XIV (II), 209-226.
- KÖKSAL, Y. ve PENEZ, S. (2015), "*Yüksek Girişimcilik Eğilimli Üniversiteli Gençlerin Demografik Özellikleri ve Sektör Tercihleri Üzerine Bir İnceleme*", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), 155-167.
- LÜTHJE, C. ve NIKOLAUS, F. (2004) "*Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study*". International Journal of Innovation and Technology Management, 1(3), 269-288.
- MARANGOZ, M. (2012), *Girişimcilik*, İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- MARANGOZ, M., KAYA, F. ve BAKAN, H. (2013), "*Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma*", Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 309-332.
- NAKTİYOK, A. ve TİMURÖĞLU, M., K. (2009), "*Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama*", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(3), 85-103.
- ÖREN, K. ve BİÇKES, M. (2011), "*Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)*", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(3), 67-86.
- ÖZDEN, K., TEMURLenk, M. S. ve BAŞAR, S. (2008), "*Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*", 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 7-10 Mayıs, Bişkek, 229-240.
- ÖZGÜR, A., Ö. (2013), "*Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kariyer Değeri ve Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma*", Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 85-108.
- PAKSOY, S. (2013), "*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik eğilimlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Kilis 7 Aralık Üniversitesi İİBF Örneği*", Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım, Muğla, 435-454.
- PAN, V. L. ve AKAY, C. (2015), "*Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*", NWSA- Education Sciences, 1C0637, 10(2), 125-138.

- PATIR, S. ve KARAHAN, M. (2010), “*Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması*”, İşletme ve Ekonomik araştırmalar Dergisi, 1(2), 27-44.
- PAZARCIK, Y. ve AYDIN, E. (2015), “*Girişimcilik Temelli Ders Tasarımının Öğrencilerin Girişimci Eğilim ve Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Deneysel Bir Çalışma*”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 10(2), 126-146.
- RATHUS, S. A. (1973), “A 30-Item Schedule for Assessing Assertive Behavior”, Behavior Therapy, 4(3), 398-406.
- SCHEIN, E. H. (1990), “*Organizational Culture*”, American Psychologist, Vol 45(2), Feb, 109-119.
- SCHWARTZ, S. H. (1992). *Universals in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries*. In M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, New York: Academic Press. 25, 1-65.
- SEZER, C. (2013), “*Girişimcilik Kariyerine Yönelim Nedenleri ve Girişimcilik Dersinin Etkisi Üzerine Bir İçerik Analizi: KTMÜ Örneği*”. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(4), 63-86.
- SEZER, C. (2013), “*Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi ile Belirlenmesi*”, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(6), 49-60.
- SOLMAZ, S. A., AKSOY, Ö., ŞENGÜL, S. ve diğerleri(2014), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması*”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16(26), 41-55.
- SOYLU, A. ve KEPENEK, Y. (2008), “*Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Aldıkları Eğitimin Girişimciliğe Olan Katkılarının Belirlenmesi: PAU Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği*”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 7-10 Mayıs, Bişkek, 459-471.
- SÜNBÜL, A. M. ve YILMAZ, E. (2008), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik ve Atılganlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 7-10 Mayıs, Bişkek, 494-498.
- ŞENGEL, S. (2008), “*Yükseköğretimde Girişimcilik Eğitiminin İnovatif İş Fikirlerine Ulaşmadaki Etkisi Üzerine Bir Araştırma*”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 7-10 Mayıs, Bişkek, 412-418.
- TAGRAF, H., Halis, M. (2008), “*Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin ‘Girişimsel Öz Yetkinlik’ Algısı Üzerindeki Etkisi*”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, 07-10 Mayıs, Manas, 91-112.

- TAYSI, K. ve CANBAZ, S. (2014), “*Ön lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*”, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, May/Mayıs, 59-67.
- TEKİN, Ö. A., ÖZKUL, G. ve DEMİR, Y. (2014), “*Turizm Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği*”, 6. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 24-26 Nisan, Bişkek, 124-134
- TDK, Türk Dil Kurumu Sözlüğü, www.tdk.gv.tr
- TOK, N., SEÇER, A., DAVRAN, M. ve diğerleri (2014), “*Ziraat Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri, Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği*”, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 47-74.
- TÜRKMEN, M. ve İŞBİLİR, U. (2014), “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi*”, *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(2), 18-28.
- ULUYOL, O. (2013), “*Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği*”, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl:6, Sayı (15), 349-372.
- YELKİKALAN, N., AKATAY, A., KÖSE, C. ve diğerleri (2010), “*Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz*”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 51-59.
- YILDIZ, S. ve KAPU, H. (2012), “*Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesi'nde Bir Araştırma*”, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (3), 39-66.
- YILMAZ, B. S. ve GÜNEL, Ö., D. (2011), “*Üniversite Eğitimi ve Girişimcilik: Bireyleri Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler Üzerine Bir Araştırma*”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı (26), 1-20.
- YILMAZ, C., ÖZDİL, T., TEZSÜRÜCÜ, D. ve diğerleri (2010), “*Farklı Eğitim Düzeyindeki Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Konusunda Görüş Farklılığının Araştırılması*”, *Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma-Girişimcilik Sempozyumu*, 1-2 Ekim, İğneada-Kırklareli, 157-173
- YUMUK, G. (2013), “*Turizm Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi*”, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E.Dergi*, 5(2), 96-120.