

GENÇLERİN GİRİŞİMCİLİĞE BAKIŞ AÇILARI VE GİRİŞİMCİ OLMA ARZULARI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Yusuf Taha OKAN¹

Ahmet ÇAKIR²

Öz

Bu çalışmanın amacı, gençlerin girişimciliğe yönelik bakış açılarını ve girişimci olma arzularını ortaya çıkarmaktır. Çalışma, gençlerin girişimcilikle ilgili algılarını araştıran fenomenolojik bir desen kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri, 18-24 yaş arasındaki 20 katılımcıyla yüz yüze yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerle elde edilmiştir. Katılımcılara araştırmanın amacını ortaya çıkaracak sorular yöneltilmiş ve veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler, Maxqda 20 Paket Programı kullanılarak içerik analizine tabi tutulmuş ve araştırma sonuçları elde edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, gençlerin genel kanısı toplumun girişimciliğe olumlu baktığı ve girişimcilerin toplum nezdinde olumlu bir imaja sahip olduğu yönündedir. Katılımcılar, insanların maddi kazanç elde etme ve yaşam standartlarını yükseltme gibi nedenlerle girişimci olmayı tercih ettiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, nitelikli girişimci sayısının artırılması için girişimcilik eğitimlerinin ve devlet desteğinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Katılımcılar tarafından belirtilen birçok girişimcilik özelliği bulunmakta ve bu özelliklere sahip olmanın girişimci olma isteği üzerinde olumlu bir etkisi olduğu belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Nitel araştırma, Gençlerin deneyimleri.

Jel Kodları : Jel M, Jel 19A, JEL C19

A QUALITATIVE RESEARCH ON YOUTH'S PERSPECTIVES TO ENTREPRENEURSHIP AND THEIR DESIRE TO BE ENTREPRENEURSHIP

Abstract

The aim of this study is to reveal young people's perspectives on entrepreneurship and their desire to become entrepreneurs. The study was conducted using a phenomenological design that explores young people's perceptions of entrepreneurship. The research data were obtained through face-to-face semi-structured interviews with 20 participants aged 18-24. The participants were asked questions to reveal the purpose of the research and data were obtained. The data obtained were subjected to content analysis using Maxqda 20 Package Programme and research results were obtained. According to the results of the analysis, the general opinion of the young people is that the society has a positive view of entrepreneurship and that entrepreneurs have a positive image in the eyes of the society. Participants stated that people prefer to be entrepreneurs for reasons such as financial

¹ Öğr. Gör. Dr., Harran Üniversitesi, E-posta: ytokan@harran.edu.tr, [ORCID: 0000-0002-7513-9790](https://orcid.org/0000-0002-7513-9790)

² Dr. Öğretim Üyesi, Harran Üniversitesi, E-posta: acakir@harran.edu.tr, [ORCID: 0000-0002-4784-9912](https://orcid.org/0000-0002-4784-9912)

Atıf: Okan, Y. T., Çakır, A., (2024). Gençlerin girişimciliğe bakış açıları ve girişimci olma arzuları üzerine nitel bir araştırma. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(17), 79-97.

DOI: 10.54831/vanyuuiibfd.1456129

gain and raising their living standards. In addition, it was emphasised that entrepreneurship trainings and government support are important for increasing the number of qualified entrepreneurs. There are many entrepreneurship characteristics stated by the participants and it is stated that having these characteristics has a positive effect on the desire to become an entrepreneur.

Keywords: *Entrepreneurship, Qualitative research, Young people's experiences*

Jel Classification : *Jel M, Jel 19A, JEL C19*

GİRİŞ

Girişimcilik meydana getirdiği ekonomik ve sosyal sonuçlardan dolayı literatürde oldukça sık ele alınan konular arasında yer almaktadır. Girişimci bireylerin, girişimci olmayanlara nazaran bir takım farklı özelliklere sahip oldukları bilinmektedir (Aksay & İplik, 2014). Bu bağlamda girişimci özellikleri ve girişimciliğin önemini anlaşılabilirliği oldukça önemli bir durumdur.

Tarihsel olarak girişimciliğe bakıldığında aslında insanoğlunun var oluşuyla beraber insanların hayatlarını idame ettirebilme ve sürdürebilmeleri için bir takım zorluklara göğüs gerdiği, bu şekilde ihtiyaçlarını karşılama yoluna gittikleri bilinmektedir. Şunu diyebiliriz ki insanoğlu var olduğundan beri herhangi bir şekilde girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Girişimciler ve girişimcilik, tartışmasız toplumların üzerine inşa edildiği sütunlardır. Girişimcilik faaliyeti, gelişmekte olan ülkeler tarafından küreselleşen bir piyasa ekonomisinde rekabet etmelerini sağlamak için kullanılması gereken bir kaynaktır (Goel vd., 2007: 4).

Girişimci nicelik ve niteliklerinin artırılması, girişimci özelliklerinin geliştirilmesi, toplum nezdinde girişimcilik imajının olumlu olması ve bunun akabinde bireylerin girişimciliğe yönelmesi ülkelerin kalkınmasında oldukça önem arz etmektedir. Zira bilinmektedir ki girişimcilik faaliyetlerinin başarıyla neticelenmesi durumunda gerek ekonomik kalkınmaya, gerek yeni iş kollarının ortaya çıkması ve bunun neticesinde istihdama olumlu katkı sağlayarak işsizliği azaltıcı yönde etki meydana getireceği aşikardır. Ayrıca bölgelerin ve ulusların gelişimi adına değişim ve dönüşüm sürecinde girişimcilerin rolü yadsınamaz derece önemlidir. (Güney, 2008: 68; Marangoz, 2016: 64-65; Gözüm, 2019: 369). Bulduğumuz çağın dinamiklerinde girişimciliğin ne kadar önemli olduğunun farkına varmak gençlerin düşünce dünyasında yeni bir heyecan meydana getirmektedir.

Teknolojinin hızla geliştiği, iş dünyasının sınırları zorladığı ve değişimin değişmez bir norm haline geldiği günümüz dünyasında gençlerin girişimciliğe bakış açıları da önem kazanmaktadır. Geleneksel kariyer yaklaşım anlayışının yerini girişimciliğe bıraktığı günümüzde, girişimcilik gençler arasında yalnız bir iş yapma biçimi olarak değil aynı zamanda bir yaşam tarzı olarak da değer kazanmaktadır. Yaratıcılığın, risk alma cesaretinin ve yenilikçiliğin ön plana çıktığı bu yeni düşünce

anlayışı, gençleri yalnız iş dünyasında değil toplumun birçok alanında etkin bir şekilde faaliyette bulunmaya teşvik etmektedir.

Gençlerin girişimcilik potansiyel ve perspektiflerini anlamak, hem bireysel olarak hem de toplumsal anlamda bir dizi fırsat ve avantajın ortaya çıkmasına, ayrıca öz düzenleme becerilerine (Ekşi vd., 2018) de katkıda bulunabilir. Bundan dolayı, gençlerin girişimciliğe yönelik algı ve isteklerinin araştırılması, gelecekteki ekonomik ve toplumsal başarı için oldukça önem taşımaktadır.

Mevcut çalışmanın amacı gençlerin girişimciliğe bakış açılarını ve girişimci olma arzularını ortaya çıkarmaktır. Araştırma, gençlerin girişimciliğe yönelik algı ve tutumlarını belirlemeyi ve girişimci olma arzularını anlamayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda gençlerin girişimciliği nasıl algıladıkları, girişimci olma konusundaki düşünceleri, toplumun gözünde girişimci algıları ve Türkiye'de girişimci nicelik ve niteliğinin artırılmasına yönelik önerileri gibi konular incelenmektedir.

Belirtilen amacı ortaya çıkarmak için araştırmaya katılan gençlere aşağıda belirtilen sorular yöneltilmiş ve cevaplar aranmıştır:

- Girişimci olmak sizce toplumda itibar ve kabul gören bir durum mudur? Olumlu veya olumsuz ise bununla ilgili düşüncelerinizi paylaşabilir misiniz?
- Sizce girişimci nicelik ve niteliğini artırmak için neler yapılabilir?
- Sizce insanlar neden girişimci olmak istemektedirler?
- Bir girişimcide bulunması gereken temel özellikler nelerdir?

1. GİRİŞİMCİLİK

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimciliğe bakıldığında gerek iş dünyasında gerek akademik anlamda çok eski bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. İnsanoğlunun tarımsal faaliyetlerle uğraşması neticesinde üretmiş olduğu ürünlerin bir kısmı ile kendi ailevi ihtiyaçlarını karşılama yoluna gittiği, geriye kalan kısmını ise ihtiyaç duyduğu başka ürünlerle takas ettiği bilinmektedir. Ancak köylüler derebeyler tarafından korunduğu için, ticaretin takas ekonomisine dayandığı bu dönemde bireysel bir girişimcilik faaliyetinden söz etmek mümkün değildir (Marangoz, 2016: 4-5). Girişimcilikle alakalı uygulamalar her ne kadar insanoğlunun tarımsal faaliyetler neticesinde ticaretle alakadar oldukları döneme dayanıyor olsa da, girişimcilik kavramını 1775 yılında Fransa'da yaşayan İrlanda asıllı Richard Cantillon "entrepreneur" sözcüğü şeklinde ilk kullanan kişi olmuştur. Cantillon girişimciyi, belirli bir fiyattan hammaddeyi alıp belirsiz bir fiyata satmaya çalışan ve dönüşüm işini başlatan arabulucu olarak tanımlamaktadır. Yine başka bir Fransız ve Fransız okuluna dahil olan Jean Baptiste Say, 1800'lü yılların başlarında bu kavramı kullanmıştır. Girişimciyi, iktisadi kaynakları düşük verimliliğin olduğu bir alandan daha yüksek

verimliliğe sahip bir alana taşıyan ve diğer bireylerden farklı yetenek ve kabiliyetlere sahip kişi olarak tanımlamıştır (Dees vd., 1998: 2; Filion, 2011: 3; Hisrich & Peters, 2002: 10).

Adam Smith girişimciliği, geleceğe yönelik öngörülü bir şekilde plan yapan, akılcı ve ideal bir şekilde risk alan, tehlike ve belirsizliğin olduğu bir ortamda arayış içerisinde olan bir maceraperest olarak tanımlamıştır (Altuntaş, 2010: 8). Schumpeter, girişimciliği sektörel alana yönelik kararlar almaya yönelik bir düşünce şekli olarak ele almıştır. Bu düşüncenin en belirgin özelliği, yeniliklerin peşinden koşma ve bu yenilikleri getirebilme kabiliyetleridir. Girişimci, mevcut olan kaynakları harmanlayarak yeni bir takım bileşimler meydana getiren kişidir. Meydana getirilen bu yenilikler ilgili sektörlerde hareketlenmeler meydana getirerek mevcut dengeleri ve durgunlukları ortadan kaldırarak ekonomiye canlılık kazandırmaktadır (Marangoz, 2016: 43).

Girişimcilik, toplumun büyük çoğunluğu tarafından topluma değer katan, toplumların ve işletmelerin kalkınmasında lokomotif güç unsuru olarak görülmektedir. Genel anlamda girişimcilik, asli olarak mal ya da hizmet üretmede kullanılan emek, doğal kaynak ve sermaye kullanımını etkin duruma getiren bir araçtır. Toplumlarda birçok ve farklı ihtiyacın olması ve bu ihtiyaçların karşılanmasında öncü rol oynayan girişimciler şüphesiz ki ekonominin en önemli unsurlarından biridir (Kılıç, 2020: 4).

Girişimcilik sadece ekonomik alanda incelenen bir konu değildir. Özünde insan olmasından dolayı işletme, psikoloji ve sosyoloji alanlarında da incelenmektedir. İşletme alanında girişimciliğin incelenmesi, işletmelerin rekabet güçlerini artırmaları ve sürdürülebilir büyüme elde etmeleri için önemlidir. Psikolojik olarak bireyin tutum ve davranışları, olaylara bakış açısı, düşünce yapısı, karakteri gibi konuların girişimciliğe etki eden en önemli etkenler olduğu görülmektedir. Sosyolojik olarak, toplumsal durumlardan girişimciliğin etkilendiği ve bu etkilere göre şekillendiği ifade edilmektedir. Girişimcilik toplum tarafından meydana getirilen fırsatlardan, engellerden, toplumun değer ve yargılarından da etkilenmektedir. Sosyal çevre, yaş, cinsiyet, kültür, ırk, ailenin sosyal statüsü ve ailenin ekonomik durumu da girişimcilik üzerinde oldukça etkili olan diğer faktörlerdir. Bireylerin girişimci olmalarında ailenin ve yaşanan çevrenin girişimciliğe bakış açıları, var olan kültürde girişimciliğin yeri ve diğer faktörler, bireylerde girişimcilik ruhunu harekete geçirebilmekte ya da tam aksine bastırılmasına neden olmaktadır (Gümüüşoğlu & Karaöz, 2014 :99-100; Göker, 2019: 28).

1.2.Girişimciliğin Önemi

Gelişmekte olan ülkelere bakıldığında, temel problemin ve aşılması gereken engellerin başında girişimci nicelik ve niteliğinin yetersizliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle meydana gelen hızlı değişim, ekonominin lokomotif gücü konumundaki girişimcilerin varlığına ilişkin ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır (Ercan & Gökdeniz, 2009: 77). Girişimcilik faaliyetleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hem büyüme, hem kalkınmaları üzerinde önemli ve olumlu etkiye sahiptir (Turhan, 2022). Bu

etkiyi sadece ekonomik anlamda düşünmemeliyiz, aynı zamanda kültürel ve sosyal yönden de ne kadar önemli olduğu idrak edilmelidir (Carree & Thurik, 2010).

Bozkurt vd., (2012) ve Marangoz (2016) yaptıkları çalışmalarda girişimciliğin ekonomik ve sosyal iki temel fonksiyonunun olduğunu ifade etmişlerdir.

Girişimciliğin ekonomik alandaki fonksiyonlarını şu şekilde sıralamışlardır:

- İstihdama katkı sağlayarak işsizliğin azaltılması,
- Ekonomik büyümeye katkıda bulunma,
- Rekabet vasıtasıyla etkinliğin artırılması,
- Yeni mal ve hizmet üreterek, ürün çeşitliliği meydana getirmesi,
- Yeni ürün ve üretim yöntemleri geliştirmesi,
- Refah düzeyinin artırılarak, geniş toplumsal tabana yaygınlaştırılmak suretiyle gelir dağılımının düzeltilmesine katkı sağlamak,
- Yeni pazar ve satış yöntemleri meydana getirme,
- Yeni kaynaklara ve hammaddeye ulaşım sağlama,
- Sermaye birikimi sağlama,
- Endüstride yeni organizasyonlar meydana getirmek,
- Bölgeler arasında mevcut olan gelişme farklarını ortadan kaldırmak ya da azaltmak.

Girişimciliğin sosyal fonksiyonu olarak:

- Teknolojik olarak birçok buluşun, toplumsal yarar meydana getirecek şekilde yeni ürün veya hizmetlere dönüştürülmesi,
- Toplumsal yapıda değişim meydana getirmesi,
- Toplumsal anlamda prestij ve sosyal sorumluluk sağlama,
- Değer meydana getirmesi.

Girişimciliğin gerek ekonomik gerek sosyal fonksiyonlardan anlaşıldığı üzere, toplumların refah düzeyine olumlu etkisi, yoksulluk, işsizlik gibi problemlerle mücadele etme noktasındaki etkin rolünün fark edilmesinden sonra makro ve mikro ölçekte yer alan işletmelerden politikaya, iş dünyasından akademiye kadar birçok kişi ve kurum girişimciliğin ne denli önemli olduğunu kabul etmiştir (Karadeniz, 2019: 8).

Ülkelerin ekonomik anlamda kalkınmalarını hızlandırmak adına toplumda girişimcilik potansiyeli olan bireylerin ortaya çıkarılması ve girişimciliğe yönlendirilmesi büyük öneme sahiptir. Gençlerin girişimciliğe teşviklerinin sağlanması ve ülkelerde mevcut eğitim sistemlerinin de bu noktalar üzerine eğilerek gerekli düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir. Özellikle gençlerin üniversitede girişimciliğe yönelik dersleri alması, girişimciliğe bakış açıları üzerinde oldukça büyük bir etkiye sahiptir (Bozkurt vd., 2012: 243). Bu şekilde eğitimlerin verilmesi bireyde var olan girişimcilik ruhunun ortaya çıkarılmasını ve kullanımını sağlayabilir (Balaban & Özdemir, 2008: 137). İrengün'e (2019) göre aileden veya okuldan alınan eğitimlerin bireylerin girişimcilik davranışı üzerinde olumlu etkisi olmaktadır.

Türkiye'de GEM (Küresel Girişimcilik Monitörü) verilerine göre girişimcilerimizin önemli bir kısmını 18-24 yaş arasındaki gençler meydana getirmektedir. Avrupa ülkeleri ile karşılaştırma yapıldığında Türkiye 18-24 yaş grubundaki girişimci nüfus bakımından Avrupa'da ikinci sırada yer almaktadır (Karadeniz, 2019: 28-29). Ülke olarak özellikle toplam nüfus içerisinde genç ve dinamik bir nüfus yapısına sahip olmamız girişimcilik anlamında büyük bir fırsat olarak görülebilir. Toplumumuzun bu yapısı en çok ön plana çıkan avantajlardan biridir (Marangoz, 2016: 25; Pehlivanoğlu ve Kayan, 2019: 73). Gençlerin daha fazla girişimciliğe yönelebilmesi için çeşitli teşviklerin verilmesi, iş kurmada var olan yasal ve kurumsal engellerin kaldırılması ve işlemlerde gerekli kolaylığın sağlanması gerekmektedir (Erdayı, 2009: 135).

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu araştırma, gençlerin girişimciliğe dair algılarını, olumlu ve olumsuz etmenleri, girişimci olma konusundaki düşüncelerini ve bu alandaki potansiyel engelleri anlamayı hedeflemektedir. Çalışma için veriler 18-24 yaş arasında yer alan gençlerden toplanmıştır. Araştırmada verileri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak çalışma soruları sorulmuştur. Gençlerin bu alandaki tutumları, beklentileri ve motivasyonları gelecekteki iş dünyası ve ekonomik gelişim açısından belirleyici olabilir. Elde edilecek bulgular, gençlere yönelik girişimcilik eğitim programlarının geliştirilmesi, iş dünyasıyla ilgili politikaların oluşturulması ve genç girişimcilerin desteklenmesi açısından değerli bir katkı sağlayacaktır.

2.1. Araştırma Deseni

Gençlerin girişimciliğe bakış açılarını ve girişimci olma arzularını belirlemeye yönelik çeşitli sorular sorulduğundan, araştırma nitel araştırma desenlerinden olgu bilim (fenomenoloji) kapsamına girmektedir. Fenomenolojik araştırmalara bakıldığında araştırılacak fenomene vurgu yapılmak şartıyla bu fenomene yönelik bakış açıları ve algıları, bu fenomeni ne şekilde anlamlandırdıkları, deneyimledikleri ve bu deneyimlerini ne şekilde betimlediklerine odaklanılmakta ve odaklanılan fenomen bir düşünce, bir kavram ya da herhangi bir duygu olabilmektedir (Tekindal & Arsu, 2020: 158-

159). Creswell (2007) yaptığı fenomenolojik çalışmalarda amaçlanan şeyin, bir olgu ile alakalı farklı kişisel yaşantıları ortaya çıkartmak olduğunu ifade etmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2008) ise olgu bilim deseniyle yapılan çalışmalarda genel olarak bir fenomen ile alakalı kişisel deneyimlerin ortaya çıkarılması ve yorumlanması hedeflemektedir.

2.2. Çalışma Grubu

Bu çalışma için amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Amaçlı örneklemin tercih edilme nedeni, araştırılacak konuyu deneyimlemiş olan kişileri belirlemektir (Creswell & Clark, 2017). Bundan dolayı bu çalışma için, 18-24 yaş arasında yer alan 11'i kadın 9'u erkek katılımcı olmak üzere toplam 20 katılımcıya ulaşılmış olup, yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla düşünceleri alınmıştır. Görüşmenin 20 katılımcı ile sınırlandırılmasının sebebi yaptığımız görüşmelerde 20'inci katılımcıdan sonra verilen cevapların önceki katılımcıların tekrarı cevaplar olmasından dolayı görüşmeyi bitirip bu sayı ile sınırlama yoluna gidilmiştir.

2.3. Veri Toplama Aracı

Görüşme formunun ilk bölümü çeşitli demografik bilgilerden, ikinci bölümü ise görüşme sorularından oluşmaktadır. Katılımcılara yöneltilen bu sorular esas olarak iki amaca yönelik hazırlanmış olup hem katılımcıların girişimciliğe bakış açılarını ortaya çıkarmak hem de girişimci olma arzularını ortaya çıkarmak hedeflenmiştir.

2.4. Verilerin Toplanması

Katılımcılara çalışma hakkında bilgi verilerek çalışma verilerinin sağlıklı elde edilebilmesi için katılımcılardan ses kaydı alınacağına ilişkin önceden onay alınmış ve istedikleri zaman çalışmayı sonlandırabilecekleri söylenmiş olup, katılımcıların araştırmaya katılım isteklerinin akabinde yapılan görüşmelerin ses kaydı alınmıştır. İlk olarak katılımcılara çeşitli demografik bilgilere ilişkin sorular sorulmuş; daha sonra ise, araştırmanın amacı kapsamında katılımcı bakış açıları ve algılarını açığa çıkaracak sorulara geçilmiştir.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırma çerçevesinde katılımcılarla yapılan görüşmelerin tamamlanmasından sonra, veri analiz sürecine geçilmiş olup, ilk olarak ses kayıtlarının yazıya dönüşümü sağlanmıştır. Sonrasında yapılan bu görüşmelerin Maxqda 20 Paket Programına aktarım işlemi gerçekleştirilmiş olup, akabinde analiz basamaklarına geçilmiştir. Nitel araştırmalarda, araştırmacıya analizlerde yol gösterecek bazı basamaklardan söz etmek mümkündür (Pietkiewicz & Smith, 2014). Tabi bu basamakları kesin adımlar olarak algılamamak gerekmektedir. Bunlardan hareketle elde edilen veriler ilk olarak verilerin anlaşılabilirliğini sağlamak amacıyla bir kez okunmuştur. Ardından ikinci okumayla beraber kodlamalar yapılmıştır.

2.6. Geçerlilik ve Güvenirlik

Çalışmada Lincoln ve Guba'nın (1985) nitel araştırmalara yönelik belirtmiş oldukları aktarılabirlik, tutarlılık, inandırıcılık ve teyit edilebilirlik gibi geçerlik ve güvenirlik yöntemlerine en azami derecede dikkat edilmeye çalışılmıştır. Buna istinaden araştırmacı, görüşme sorularının hazırlanması sürecinden itibaren geçerlik ve güvenirlik çalışmalarına azami derecede özen göstermeye çalışmıştır. Gerek fenomenolojik çalışmaların incelenmesi (Creswell, 2007; Yıldırım & Şimşek 2008; Okan & Ören, 2021), gerek bu alanda daha önce çalışmalar yapmış olan araştırmacıların çalışmaları (Bayram & Çelik, 2022; Özdemir vd., 2023; Zeytünü ve Yazgan, 2022; Özdemir, 2019; Tuncer & Doğan, 2018) dikkate alınmak suretiyle sorular hazırlanmıştır. Bu duruma çalışmanın her sürecinde dikkat edilmiştir. Nitel araştırmaların postmodern, yorumlamacı ve anlamacı bilim felsefesi temelinde birçok farklı uygulama alanı mevcuttur. Bilhassa olgubilim (fenomenoloji), kültür analizleri ve durum çalışmaları, eylem araştırmaları ve kuram oluşturma biçimindeki çalışmalarda nitel araştırma yönteminin kullanılması araştırma yapılan konunun derinlemesine kendi bağlamında daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008: 69; Sönmez & Alacapınar, 2011: 78). Bulgular sunulurken katılımcıların kimlikleri K1, K2, K3... (K=Katılımcı, 1=birinci) olarak kodlanmıştır.

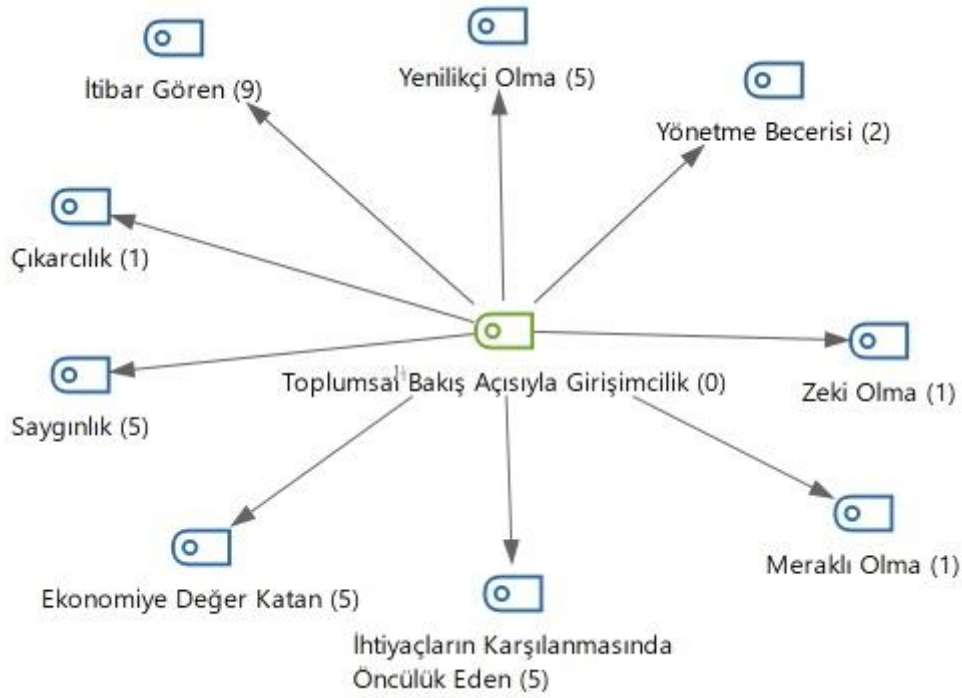
3. BULGULAR

Katılımcılardan elde ettiğimiz verileri analize tabi tutmakla birlikte, katılımcı ifadelerinin dört ana tema etrafında şekillendiği anlaşılmaktadır. İlk temanın toplumsal bakış açısıyla girişimcilik, ikinci tema girişimci nicelik ve niteliklerini artırmak için yapılması gerekenler, üçüncü tema girişimci olma nedenleri ve son olarak girişimci özelliklerini katılımcılar zihninde nasıl algıladıklarına ilişkin temalardır. Elde edilen bu bulgular aşağıda sunulmuştur.

3.1. Toplumsal Bakış Açısıyla Girişimcilik

Bu başlıkta toplumsal bakış açısıyla girişimcilik ile ilgili ortaya çıkan temaya ilişkin kodlar sunulmuştur.

Şekil 1. Toplumsal Bakış Açısıyla Girişimcilik



Şekil 1 incelendiğinde katılımcıların toplumsal bakış açısıyla girişimciliğe ilişkin bazı temalara değindikleri görülmektedir. Bu temalara ilişkin birkaç ifade aşağıda gösterilmektedir.

- “Girişimci olmak toplumda itibar ve kabul gören bir durumdur.” (K2)
- “Toplumun en çok ihtiyaç duyduğu bir hizmeti ya da malı yaratıcı hayal gücü ve risk alarak üretmeye çalışırlar.” (K3)
- “Girişimcilik ile alakalı, önemli bir gerçek; girişimcilere olan gereklilik, dünya ekonomilerinin bir gerekliliğidir, olmazsa olmazdır.” (K4)
- “Risk alarak yaptığı işi planladığı gibi giderse toplumda itibar ve kabul görür.” (K8)
- “Girişimci meraklı kişidir.” (K9)
- “Ülkenin sosyal ve ekonomik durumunu da etkiler toplumlarda ekonomiye katkısı fazladır.” (K13)
- “Girişimci insan toplumda itibar ve kabul gören insandır.” (K15)
- “Girişimci kişi her şeyi makam ve para için yapar.” (K17)
- “Girişimci olmak toplumumuzda itibar gören bir durumdur.” (K20)

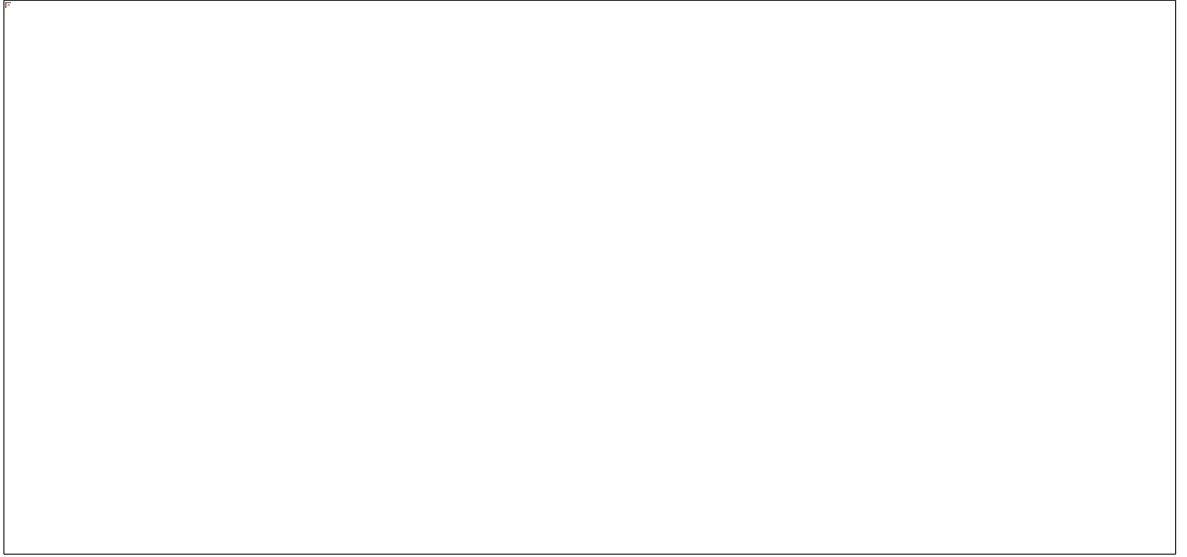
Yukarıdaki katılımcı görüşleri dikkate alındığında, gençlerin genel olarak girişimciliğin toplum tarafından olumlu olarak algılandığını ve toplumun girişimcilerden memnun olduklarını ifade eden görüşler ortaya çıkmaktadır. Bu olumlu durumun çok sayıda nedenleri katılımcılar tarafından dile

getirilmiştir. Bunlar ağırlıklı olarak; itibar görme, yenilikçi olma, toplumun ihtiyaçlarının karşılanmasına öncülük eden, ekonomiye değer katan gibi çok sayıda durum belirtilmiştir.

3.2. Girişimci Sayı ve Niteliğini Artırmak İçin Yapılması Gerekenler

Bu başlıkta gençlerin girişimci sayı ve niteliklerini artırmak için yapılması gerekenlere ilişkin düşünceleri sunulmaktadır.

Şekil 2. Girişimci Sayı ve Niteliğini Artırmak İçin Yapılması Gerekenler



Şekil 2’de katılımcılara sorulan girişimci sayı ve niteliğini artırmak için yapılması gerekenlere ilişkin deneyimlerinden yola çıkarak yapılan araştırmada elde edilen verilere yer verilmiştir. Katılımcı deneyimlerine ilişkin bazı ifadeler aşağıda sunulmaktadır:

- “Girişimciliğe baktığımızda doğuştan gelen bir özellik olmadığını görüyoruz, girişimcilik kabiliyetleri eğitimle kazandırılabilir ve zamanla geliştirilebilir. Eğitimler neticesinde, bireylerde aslında girişimciliğin bir kariyer olduğu konusunda etki meydana getirilebilir. Bireyler sahip oldukları kabiliyet ve yeteneklere okullardan, eğitim programlarından ve gerek üniversitelerden aldıkları bilgileri ekleyince, başarılı bir girişimci olma şanslarını artırurlar.” (K1)
- “Girişimcilere kamu desteği sağlanmalıdır.” (K2)
- “Hedef belirlemeyi ve planlamayı öğretmek. Gençlere finansal yönetim becerilerini aşılacak. Onların teknoloji ve programlama becerilerini güçlendirmek”. (K4)
- “Girişimci sayısının artması için girişimciye kolaylıklar sağlanmalıdır. Diyelim ki fabrika kuracaksa arsayı hibe etmelidir, finansman desteğinde bulunulmalıdır, evrak işlerinde fazla

girişimciyi bunaltmamalıdır, nasıl zorlaştırırım değil nasıl kolaylaştırırım diye düşünmelidir.” (K7)

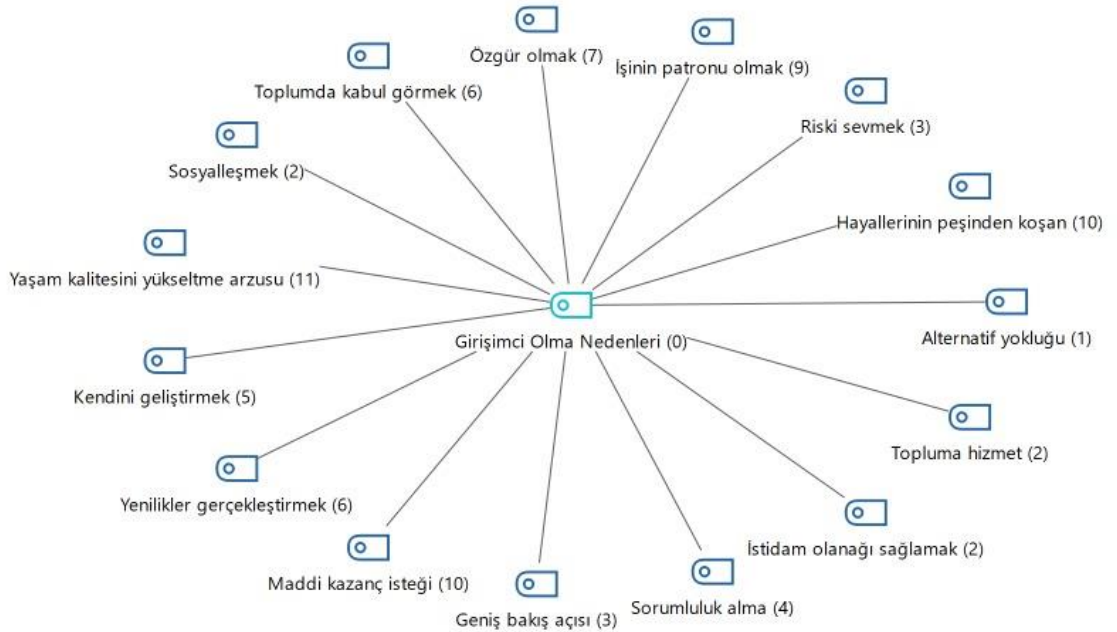
- “Girişimcilik ruhu olan insanları tespit etmekle işe başlanabilir. Bazı insanların varoluşunda girişimcilik yatabiliyor.” (K8)
- “Bence özellikle çok çok kitap okuyup ufukumuzu açmalıyız ve küçük yaşlarda aileler tarafından masallar okutulmalı ve bunu alışkanlık haline getirmeliyiz.” (K12)
- “Devletin girişimciliğe ilgisi olan vatandaşların başarılı girişimci iş adamları ile yurtdışında başarı elde etmiş girişimcilerle irtibat sağlayıp onlarla buluşturması gibi programlar ile sağlanır, girişimcilikle ilgilenen vatandaşlar, uzman kişiler tarafından eğitilmesi durumunda nitelikleri artırılabilir.” (K19)

Katılımcı ifadeleri dikkate alındığında, özellikle bazı hususlara dikkat edildiğinde girişimci sayı ve niteliğinin artırılarak girişimciliğin daha verimli hale getirilebileceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Özellikle girişimcilikle ilgili eğitimlerin verilmesi, girişimci ihtiyaçlarının gözetilerek gerekli devlet desteklerinin verilmesi ve girişimcilerin özgüvenlerini artırarak girişimci sayı ve nitelikleri artırılabilir.

3.3. Girişimci Olma Nedenleri

Bu başlık altında girişimci olma nedenleri ile ilgili katılımcı düşüncelerine yer verilmiştir.

Şekil 3. Girişimci Olma Nedenleri



Şekil 3 incelendiğinde katılımcıların girişimci olma nedenlerine ilişkin bazı kavramlara değindikleri görülmektedir. Bu kavramlara ilişkin birkaç ifade aşağıda gösterilmektedir.

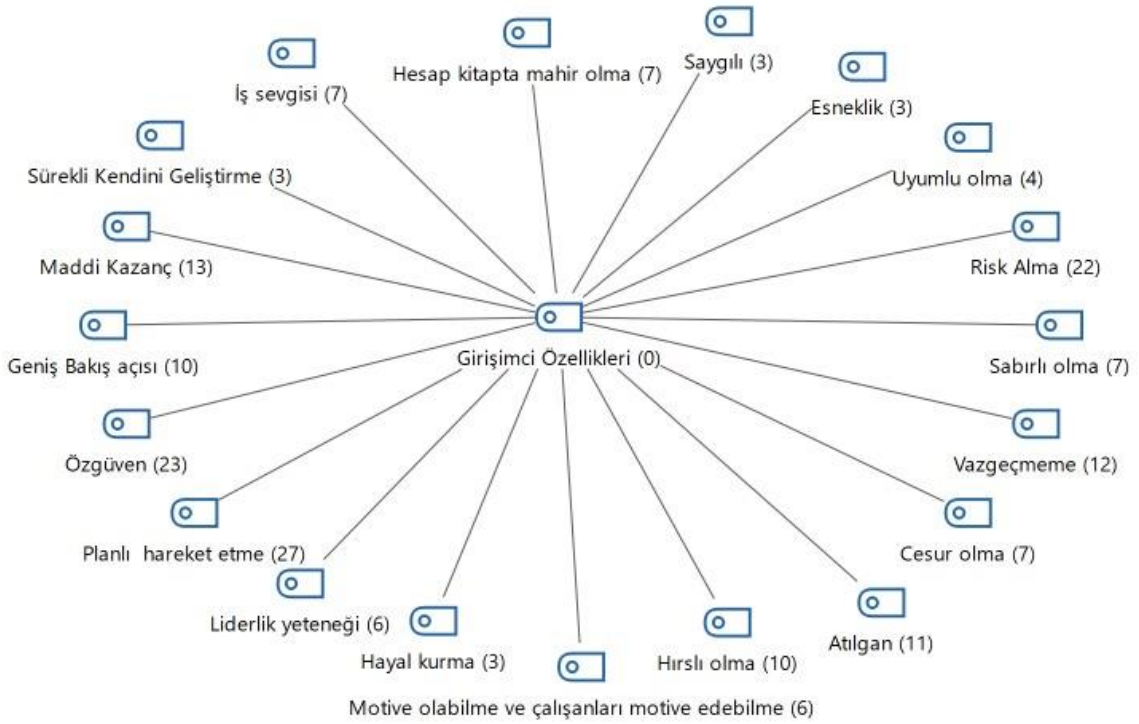
- *“Başka insanların emri altında belirlediği çizgide yaşamak istemiyorsanız girişimci olmayı düşünebilirsiniz.” (K1)*
- *“Yenilikleri seven, kendine her yeni gün yeni bir şey katmak isteyen insanların da başvuracağı bir meslek dalıdır bence girişimcilik.” (K2)*
- *“Öğrenmenin bir sonu olmamalı çünkü girişimci olmak bununla başlıyor öğrenmek, bilgileri yenilemek yeni şeyler görüp bunları fırsata çevirmek.” (K3)*
- *“Kendiniz için doğru olana, hayata sadece siz karar verebilirsiniz. Girişimciliğin belirsizlikleri ile beraber muazzam bir özgürlük ve sorumluluk da sizi bekliyor olacak. (K4)*
- *Alışılmadık fikirleri vardır.” (K5)*
- *“Öncelikle kendi işimizin patronu oluruz ve müşteriler hariç hiç kimseyi dinlemek zorunda kalmayız.” (K8)*
- *“Bir yerde çalışan insan hep değişmeyen, aldığı bir maaşı olur ama girişimcinin sınırsız gelir potansiyeli vardır.” (K11)*
- *“En büyük hayallerini gerçekleştirmenin hazzını yaşamak için.” (K16)*
- *“Kimisi ise ülkesine şehir ve memleketine katkı sağlamak adına oluşturduğu mal veya hizmeti hedefine koyduğu çap ile markalaştırıp tanıtmak adına yapar.” (K18)*

Gençlere sorduğumuz girişimci olma nedenlerine ilişkin soruya verdikleri cevaplarda, kişilerin maddi kazanç elde ederek yaşam kalitelerini artırma istekleri, var olan hayallerini gerçekleştirmek, kendi işinin patronu olma, toplumda kabul görme gibi nedenlerin ağırlıklı olarak yer aldığı görülmektedir.

3.4. Girişimci Özellikleri

Bu başlık altında girişimci özellikleri ile ilgili katılımcı düşüncelerine yer verilmiştir.

Şekil 4. Girişimci Özellikleri



Şekil 4 incelendiğinde katılımcıların girişimci özelliklerine ilişkin bazı kodlara değindikleri görülmektedir. Bu kodlara ilişkin birkaç ifade aşağıda sunulmaktadır.

- "Girişimcilik kavramı genel anlamda, kâr elde etme amacı ile riski üstlenen ve iş kuran bireyin yaptığı atılımdır." (K1)
- "Benim tanıdığım bir girişimci, kendini geliştirmeyi, yeni şeylere yönelmeyi, çalışmayı çok severdi. Bir işi yapmadan önce mutlaka yaptıktan sonra nelerle karşılaşacağını düşündürdü. Plansız ve zamansız bir şey yapmazdı." (K2)
- "Girişimcide bulunması gereken özelliklerden birisi öncelikle kendine güvenmesi, sonrası riskleri göze alma sırasıyla kararlılık, çok yönlülük, başladığı işi bitirme, planlı hareket etmek, ileri görüşlülük ve uyumluluktur." (K3)
- "Kâr elde etmek amacı ile bazı riskleri göze alarak bir iş kurmaktır. Problem çözerek dünyayı değiştirmek". (K4)
- "İleri Görüşlü olmalıdır, motivasyonu iyi olmalıdır, özgüvenli olmalıdır, finansal bilgiye sahip olmalıdır, zaman yönetimi iyi olmalıdır, yönetim becerisine sahip olmalıdır, planlama yeteneği olmalıdır, esnek olmalıdır ve hırslı olmalıdır." (K5)
- "Üretim faktörlerini ele geçirip kâr amacı güden, tüm risklere katlanan, kendine güvenen, azimli insandır." (K6)

- “Girişimci günün ihtiyaçlarına göre plan yapmalı ileri görüşlü olmalıdır. Zamanı iyi yönetmelidir. Meselâ sipariş aldığı anda gererken zamanda mali teslim etmelidir. Finans bilgisi olmalıdır. Güler yüzlü olmalı, insanlarla diyalogu güzel olmalıdır ve güvenilir olmalıdır.” (K7)
- “Yenilikçi bir ruha sahip olması.” (K8)
- “Her şeyde bir fikri olan atanan ya da her işte girişken olan ben yaparım ben bu işi başarabilirim gibi, tabii fikir gerçekçi olmalı çünkü hayal gücünde kalmamalı önemli olan fikri gerçeğe dönüştürmektir.” (K9)
- “Vizyon sahibidir, planlı çalışır ve çok da enerjiktir, riski almayı sever.” (K10)
- “Liderlik özelliklerine sahip olmalıdır, güçlü bir iletişim yeteneğine sahip olmalı ve kendine güvenmelidir.” (K11)
- “Ekonomik değere sahip mal veya hizmet meydana getirmek, üretmiş olduklarını pazarlamak amacı ile üretim faktörlerini ele geçirip ve bu üretim faktörlerini düzenli bir şekilde bir araya getiren, ortaya çıkabilecek tüm riskleri üstlenen, kâr amacı güden, kendine güvenen, azimli insan demektir.” (K12)
- “Öngörülü, zeki ve yetenekli olması lazım her baba yiğidin harcı değildir girişimci olmak. O yüzden bir insan kendinde o potansiyeli görüyorsa akılselim davranıyorsa girişimci olabilir.” (K13)
- “Öncelikle güven olmalı, cesaretli, kararlı, sabırlı olmalı, insanlarla iletişim kurabilmeli, işini de severek yapmalı.” (K14)
- İkna kuvvetine, sağlıklı ve etkili bir iletişim kabiliyetine sahip olması gerekmektedir. (K20)

Girişimci özelliklerine ilişkin katılımcı ifadeleri dikkate alındığında girişimcilikte özellikle gençlerin bazı kodlar üzerinde ağırlıklı olarak durduklarını görmekteyiz. Bu kodlar; girişimcilerin planlı hareket etme, özgüven, risk alma, cesur olma, vazgeçmeme, maddi kazanç elde etme, üretim faktörlerini bir araya getirme, iş sevgisi ve hesap kitapta mahir olma gibi hususları ağırlıklı olarak kullandıklarını görmekteyiz.

SONUÇ

Araştırma kapsamında verilerin elde edilmesine yönelik yarı yapılandırılmış çeşitli sorular sorulmuştur. Bu çalışma için amaçlı örnekleme tercih edilerek kullanılmıştır. Amaçlı örneklemin kullanılmasının amacı, araştırılacak konuyu deneyimlemiş olan kişileri belirlemektir (Creswell, & Clark, 2017). Bundan dolayı da bu çalışma için, kendi işini kumuş girişimci ya da herhangi bir işte

çalışan 18-24 yaş arasında yer alan 20 katılımcıya ulaşılmış, yüz yüze görüşme yoluyla düşünceleri alınmıştır.

Katılımcılara toplumun girişimciliğe bakış açılarının nasıl olduğuyla ilgili yöneltilen soruda analizler neticesinde 9 koda değindikleri görülmektedir. Ağırlıklı olarak kullandıkları kavramlara bakıldığında toplum tarafından girişimcilerin itibar gören, saygın, yenilikçi oldukları, toplumun ihtiyaçlarını karşılamaya öncülük eden ve ekonomiye değer katan kişiler olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanında katılımcılar şu kavramlara da değinmiştir; meraklı olma, zeki olma, çıkarıcı olmaları ve yönetim becerisine sahip kişiler olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların kullandıkları kavramlara bakıldığında çıkarıcı olma harici diğer ifadelerin olumlu olduğu ve toplumun genelde girişimcilere yönelik bakış açılarının olumlu olduğu görülmektedir.

Gençlere sorulan girişimci nicelik ve niteliğini artırmak için yapılması gerekenlere ilişkin deneyimlerinden yola çıkarak yapılan araştırmada elde edilen kodlara bakıldığında, 6 koda değindikleri görülmektedir. Bu kodlardan özellikle girişimcilikle ilgili eğitimlerin verilmesi ve girişimci ihtiyaçlarının gözetilerek gerekli devlet desteklerinin verilmesi gerektiği neredeyse tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Kullanılan diğer kodlara bakıldığında ise; kültürel olma, özgüvenin artırılması ve cesaretlendirme, ayrıca girişimcilik ruhu olanların tespit edilmesiyle girişimcilik sayı ve niteliğinin artırılacağı ifade edilmiştir. Daha önce yapılmış çalışmalarda da girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik potansiyelini artırmaya olumlu etkisinin olduğu görülmüştür. Doğan (2015), Tanrıverdi vd. (2016), Ekici ve Turan (2017), Tuncer ve Doğan (2018) çalışmalarında girişimcilik eğitimlerinin girişimci olmaya yönelik olumlu bir etkisinin olduğu ancak girişimcilik potansiyelinin gelişmesi ve ortaya çıkarılmasının kaliteli bir eğitim sistemi ile mümkün olacağını ifade etmişlerdir. Öksüzöğolu ve Çoban (2021) yaptıkları çalışmada girişimcilik eğitime başlayıp girişimciliğe yabancı olan gençlerin, daha önce girişimcilik faaliyetinde bulunan ya da yakın çevresinde girişimcilik faaliyetinde bulunan bireylerin olduğu gençlere göre farkındalıklarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. İrengün (2019) yaptığı çalışmada bireylerin sadece girişimcilik niyetine sahip olmalarının yeterli olmadığını, bireylerin girişimciliğe yönelik aynı zamanda sahada yeterli bilgi ve desteklerle de teşvik edilmeleri gerektiğini belirtmiştir. Toklu (2019) yaptığı çalışmada, öğrencilerin girişimcilik algılarının düşük olduğunu, bunun kişisel niteliklerden, toplumun sosyo-ekonomik yapısı ve kültüründen kaynaklandığını ancak iyi bir eğitimle bu farkındalık oluşturularak girişimci odaklı yetiştirilmelerinin sağlanabileceğini ifade etmiştir. Çalışmamızda elde edilen sonuç benzer çalışmalarla örtüşmektedir.

Girişimci olma nedenlerine ilişkin katılımcı düşüncelerine bakıldığında, gençlerin 15 koda değindiklerini görülmektedir. Bu kodlar ağırlıklı olarak, yüksek yaşam standartları arzusu, maddi kazanç isteği, hayallerini gerçekleştirme, işinin patronu olma ve özgür olma isteğinin katılımcılar tarafından kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca katılımcılar şu kodlara da değinmişlerdir; yenilikleri

gerçekleştirme, toplumda kabul görme isteği, riski sevmeleri, sosyalleşme istekleri, topluma hizmet etme, sorumluluk alma ve kendini gerçekleştirme gibi nedenlere girişimciliği arzuladıkları ifade edilmiştir. Özdemir'in (2019) çalışmasında hayallerini gerçekleştirme, kendi işini kurabilme, yenilikçi düşünce kodları bağlamında çalışmamızda da benzer sonuçlar çıkmıştır. Eroğlu ve Avcı'nın (2021) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine yaptıkları çalışmada öğrencilerin yenilikçilik eğilimlerinin yüksek düzeyde olduğu sonucu elde edilmiştir.

Girişimci özelliklerine ilişkin katılımcı düşüncelerine bakıldığında, katılımcıların girişimci özelliklerine alakalı bazı kodlara değindikleri görülmektedir. Bu kodlar; girişimcilerin planlı hareket etme, özgüven, risk alma, cesur olma, vazgeçmeme, maddi kazanç elde etme, üretim faktörlerini bir araya getirme, iş sevgisi ve hesap kitapta mahir olma gibi hususları ağırlıklı olarak kullandıkları görülmektedir. Ceylan vd. (2024) ilkökul öğretmenlerinin girişimcilik hakkında görüşlerine ilişkin yaptıkları çalışmada elde ettikleri risk ve cesaret teması çalışmamızla örtüşmektedir.

Sonuç olarak, çalışmada elde edilen bulgular, girişimciliğin teşvik edilmesi ve gençlerin girişimcilik potansiyellerinin ortaya çıkarılıp geliştirilmesi için önemli bir yol haritası sağlamaktadır. Bu bulgular, eğitimciler, iş dünyası temsilcileri ve toplumun diğer paydaşları için önemli bir kaynak olabilmektedir.

Araştırmacılar çoğu araştırmalarını tasarlarken çeşitli sınırlılıkları varsayarak çalışmalarına başlarlar. Her araştırmada bir takım sınırlılık ve kısıtların olması bilimsel araştırmaların doğası gereğidir. Yapılan bu araştırmada bir takım sınırlılıkların olduğunu söyleyebiliriz. Araştırmada katılımcı seçimi olanakların sınırlı olmasından dolayı sadece belirli bir alandan seçilmiştir, ancak girişimcilere ve girişimciliğe yönelik toplumsal tutumların gelecekteki girişimcilik faaliyetleri için önemli belirleyiciler olduğu bilinmektedir. Bu tutumlar, bireyin aile geçmişinden ve bireyin geldiği bölgedeki girişimcilik gelişiminden de etkileneceği yadsınamaz bir gerçektir. Girişimcilik geçmişine sahip insanlar ve girişimcilik açısından daha gelişmiş bölgelerdeki katılımcılardan da veriler toplayarak bu tür bir çalışmanın yapılması sonuçların karşılaştırılma olanağını meydana getirir.

KAYNAKÇA

- Aksay, B. & İplik, E. (2014). Girişimcilik eğilimi ölçeğinin (Get 2) Türkiye bağlamında değerlendirilmesi. Çukurova Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 199-210.
- Altuntaş, G. (2010). *Girişimcilik ve stratejik yönetim ilişkisi: Bir stratejik girişimcilik modeli ve Borsa İstanbul BİST-100 Endeksi'nde testi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Balaban, Ö. & Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 133-147.

- Bayram, K. & Çelik, H. (2022). Öğretmen adaylarının girişimcilik konu alan bilgileri ve teknopark algılarındaki değişim: Teknopark ziyareti. *Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(3), 697-732. <https://doi.org/10.33711/yyuefd.1104815>
- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. & Alparıslan, A. M. (2012). Türkiye’de girişimciliğin gelişimi: Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 229-247.
- Ceylan, E., Kurt, S., Yüksel, G., & Özdemir, H. (2024). İlkokul öğretmenlerinin girişimcilik hakkında görüşleri. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 4(2), 494-513.
- Carree, M. A. & Thurik, A. R. (2010). The impact of entrepreneurship on economic growth, handbook of entrepreneurship research, International Handbook Series on Entrepreneurship 5, DOI 10.1007/978-1-4419-1191-9_20, 2003.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. & Plano-Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research (3th ed.) Thousand Oaks*. CA: Sage.
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of “Social Entrepreneurship”*. The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Kansas City, MO and Palo Alto, CA.
- Doğan, E. (2015). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Turkey. *Ekonomi ve İstatistik e-Dergisi*, (23), 79-93.
- Ekici, E. & Turan, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi: Planlanmış davranışlar teorisi ve girişimcilik eğitiminin rolü. *Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences*, 26(1), 201-215.
- Ekşi, H., Okan, N., & Ayhan, A. S. (2018). İmam Hatip Lisesi öğrencilerinin karakter gelişiminin yordayıcısı olarak öz düzenleme becerisi ve okul iklim algısı. *Talim: Journal of Education in Muslim Societies and Communities*, 2, 209-241. <https://dx.doi.org/10.12738/talim.2018.2.0004>
- Ercan, S. & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından Kazakistan. *Bilig*, sayı 49.
- Erdayı, A. U. (2009). Dünya’da genç işsizliği sorununun çözümüne yönelik ulusal politikalar ve Türkiye. *Çalışma ve Toplum Dergisi*. 3(22), 133-162.
- Eroğlu, Ş. G. & Avcı, U. (2021). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine boylamsal bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(4), 3607-3621.
- Filion, L. J. (2011). Defining the entrepreneur. (Ed. Dana, L.P.) In: World encyclopedia of entrepreneurship. USA: Edward Elgar, 41- 52.
- Goel, A., Vohre, N., Zhang, L. & Arora, B. (2007). Attitudes of the youth towards entrepreneurs and entrepreneurship: A cross-cultural comparison of India and China. Indian Institute of Management Ahmedabad India. W.P. No.2007-01-06.
- Göker, Z. A. (2019). *Girişimcilik teorisi ve kurumsal girişimcilik kavramı: kurumsal girişimcilik ve iş tatmini ilişkisinde örgüt yapısının rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gözüm, A. G. (2019). Girişimcilik alanında yazılan akademik makalelerin kategorik olarak değerlendirilmesi: Girişimciliğin Türkiye’deki akademik örüntüsü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 367-385.
- Gümüőođlu, Ş. & Karaöz, B. (2014). Tarihsel süreçte girişimcilik: Muđla örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 3(1), 99-100.

- Güney, S. (2008). *Girişimcilik-Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Fifth Edition. McGraw Hill/Irwin, New York.
- İrengün, O. (2019). Developing Entrepreneurs: Entrepreneurial Characteristics of University Students. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 202-221.
- Karadeniz, E. E. (2019). *Türkiye’de girişimcilik ve uluslararası karşılaştırma 2018*, *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Yeditepe Üniversitesi Yayınevi. İstanbul.
- Kılıç, S. (2020). *KOSGEB girişimcilik eğitimlerinin, girişimci adaylarının girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinin ölçülmesine yönelik bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Marangoz, M. (2016). *Girişimcilik*. Genişletilmiş ve Güncellenmiş 3. Baskı. Beta. İstanbul.
- Okan, N. & Ören, A. (2021). Covid-19 sürecinde yaşanan olumsuz duygularda dini başa çıkma’nın rolü. *İlahiyat Tetkikleri Dergisi* (56), 359-380. <https://doi.org/10.29288/ilted.973524>
- Öksüzoğlu, T. Ö. & Çoban, G. S. (2021). Awareness of undergraduate students towards social entrepreneurship. *Organizational Behavior Research*, 6(2), 122-133. <https://doi.org/10.51847/S3TJK18Tdt>
- Özdemir, Ç., Bayhan, M., Bayhan, L. M. & Bedir, M. (2023). Girişimcilik hakkında öğretmen görüşlerinin değerlendirilmesi, *International Academic Social Resources Journal*, (e-ISSN: 2636- 7637), Vol:8, Issue:54; pp:3854- 3868. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.71828>
- Özdemir, Ş. (2019). Memurluğa odaklanmış üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğitimi hakkındaki görüşlerine yönelik nitel bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 101-114.
- Pehlivanoğlu, F. & Kayan, K. (2019). Türkiye’de girişimcilik: Mevcut durum analizi ve çözüm önerileri. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 58-78.
- Pietkiewicz, I. & Smith, J. A. (2014). A practical guide to using interpretative phenomenological analysis in qualitative research psychology. *Psychological journal*, 20(1), 7-14. DOI: 10.14691/CPPI.20.1.7.
- Sönmez, V. & Alacapınar, F. G. (2011). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tanrıverdi, H., Bayram, G. N., & Alkan, M. (2016). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin incelenmesi. *Girisimcilik ve Kalkinma Dergisi*, 11(1), 1-29
- Tekindal, M. & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153- 182.
- Toklu, İ. T. (2019). What Impacts Entrepreneurship Intention of University Students? A Research in East-Black Sea Region. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1081–1100. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i4.320>
- Tuncer, M. & Doğan, S. (2018). Girişimcilik eğiliminde eğitimin etkisi: Turizm işletmeciliği öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 97-108.
- Turhan, M. (2022). Türkiye’deki alan yazında girişimci eğilimi profili üzerine nitel bir araştırma. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(3), 1284-1313.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zeytünü, G. & Yazgan, . Ü., (2022). Pandemi sürecinde kadın girişimcilerin iş ve aile yaşamları: Ankara örneği, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1381-1398. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1100729>